ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 7

Одеса
2017

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор.

Заступник головного редактора:

Кузьминчук Наталія Валеріївна – доктор економічних наук, професор.

Відповідальний секретар:

Логвиновський Єгор Ігорович – кандидат економічних наук.

Члени редколегії видання:

Барна Марта Юріївна – доктор економічних наук, доцент.
Верхоглядова Наталія Ігорівна – доктор економічних наук, професор.
Войт Сергій Миколайович – доктор економічних наук.
Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор.
Гулей Анатолій Іванович – доктор економічних наук.
Князєва Олена Альбертівна – доктор економічних наук, професор.
Коваленко Олена Валеріївна – доктор економічних наук, професор.
Миронова Лариса Геннадіївна – доктор економічних наук.
Скірко Юрій Іванович – доктор економічних наук, професор.
Скидан Олег Васильович – доктор економічних наук, професор.
Шмиголь Надія Миколаївна – доктор економічних наук, професор.
Ліна Пілеліене – Ph.D., професор економіки.
Натія Гоголаурі – доктор економічних наук, професор.
Анджей Паулік – доктор економіки хабілітований, професор.
Катерина Нацвлішвілі – доктор економічних наук, професор.
Алієв Шафа Тифліс огли – доктор економічних наук, професор.

Електронна сторінка видання – www.market-infr.od.ua

Видання входить до «Переліку електронних фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі Наказу МОН України від 7 жовтня 2016 року № 1222

Рекомендовано до поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій (протокол № 5 от 29.05.2017 року)

ISSN (Online): 2519-2868

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2017

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Петришина Н.В.
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ТИПИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ **7**

Самусь Г.І., Циганенко О.В., Примак І.М.
ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ **14**

Сардак С.Е., Соловйова Д.В.
ГЕНЕЗА ТА ПОТЕНЦІАЛ КОГНІТИВНОЇ НАУКИ **19**

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Побоченко Л.М., Мухамедова Д.Р.
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ **25**

Фірсанова В.О.
ВПЛИВ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТА ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК ВСЕРЕДИНІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ **29**

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Біленко О.К., Олешко Т.І.
АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ **34**

Демченко Б.А., Касьянова Н.В.
СУЧАСНІ ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ **39**

Денисова Е.С., Шипелев С.М.
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ **44**

Крамар О.Ю., Ющишина Л.О.
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ **48**

Лях Ю.О., Касьянова Н.В.
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ **54**

Мартинюк О.А., Матвєєва С.В.
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ **60**

Сафонова М.Ю.
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ КОНТРАКТ – РЕЗУЛЬТАТ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ОПЕРАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ) **67**

Смачило В.В., Халіна В.Ю.
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНТЕГРАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД **76**

Смолінський В.Б.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ РИНКІВ В УКРАЇНІ **83**

Чайка-Петегирич Л.Б.
ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ВІД РЕАЛІЙ ДО ПЕРСПЕКТИВ **88**

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Апарова О.В.
МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ **93**

Безродна С.М., Лаготюк В.О.
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЧОЇ ГАЛУЗІ) **100**

Борисенко О.С., Фісун Ю.В.
МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ **107**

Вавулін О.І.
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПОТОКІВ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА **114**

Вартанова О.В.
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЙОГО ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ **122**

Джеджула В.В., Єпіфанова І.Ю., Стемблевська О.Г.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ **128**

Іванченко Н.О., Канарський В.А.
КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ **134**

Кулікова Л.В.
ВИЯВЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ ТА САНАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....139
Лизанець А.Г., Пугачевська К.Й.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....143
Литовченко О.Ю.
СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ
БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....150
Ляхович Л.А.
ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ РИЗИКОМ
ПІДПРИЄМСТВА.....158
Михальчук Л.В., Марченко А.О.
МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА В ПЕРІОД ТРАНСФОРМАЦІЇ:
АКТУАЛЬНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ, НЕОБХІДНІСТЬ.....164
Михальчук Л.В., Сіліна І.С.
ЕФЕКТИВНІСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ФОРМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ
НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ.....170
Нечипоренко В.В.
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
НА ЕКОНОМІЧНІ ОБ'ЄКТИ АПК: МЕТОДИ І МОДЕЛІ.....176
Петрищенко Н.А.
ВПЛИВ КРИЗИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....182
Петропавловська С.Є., Радченко О.А.
СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ.....187
Підгаєць С.В.
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МЕХАНІЗМУ КОНЦЕСІЇ
ЯК ФОРМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....192
Хохлов М.П., Подимайло М.В.
АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПІДХОДІВ І МЕТОДІВ ФІНАНСОВОЇ ДІАГНОСТИКИ
ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА.....199
Шостак Л. В., Подолець А.Ю.
ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗИ.....205
Продіус Ю.І., Васина В.В., Ізотов С.О.
ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....212
Родіна О.В.
РИНОК М'ЯСА ПТИЦІ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТАН В УКРАЇНІ.....218
Сабліна Н.В.
МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ
МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ.....224
Сакун Л.М., Карлик Ю.Ю., Ільченко А.С.
АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА МІСТА КРЕМЕНЧУКА.....233
Ситник Й.С.
МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ДИФУЗІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ЗНАННЄВИХ АКТИВІВ
У СИСТЕМАХ МЕНЕДЖМЕНТУ.....238
Стеблюк Н.Ф., Журавель І.І.
МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО
ПІДПРИЄМСТВА.....244
Стец І.І.
ІНТЕГРАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....249
Терентьєва О.В.
АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ: НАПРЯМИ ДІЙ І ОСНОВНІ ПРОЦЕСИ.....256
Халімон Т.М.
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....261
Ярмолюк О.Я., Сабірова І.М.
ВИКОРИСТАННЯ SCRUM МЕТОДОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНІСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....267

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Чайкіна А.О., Леонова О.Й.
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ
ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....271

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Іванова Т.В.
ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЯК ФУНКЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ..... **276**

РОЗДІЛ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Баланчук Д.В.
УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРІВ БАНКУ В КОРПОРАТИВНОМУ СЕГМЕНТІ..... **280**

Данилишин В.І., Стефанків О.М.
МОЖЛИВОСТІ ЗЛОВЖИВАННЯ СПРОЩЕНОЮ СИСТЕМОЮ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ТА НАПРЯМИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ..... **285**

Кузенко О.Л.
ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ..... **291**

Мельничук І.О., Колупаєв Ю.Б.
ВИДАТКИ НА ОСВІТУ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ..... **296**

Мирончук В.М.
ФІНАНСОВИЙ СТАН ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ **302**

Онищенко Ю.І., Стременюк М.М.
ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КАПІТАЛУ..... **308**

Петрівський О.О.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІРИНГОВОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ..... **316**

Пріхно І.М.
ЗАСТОСУВАННЯ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ..... **322**

Простебі Л.І.
МОНІТОРИНГ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ..... **327**

Сергєєва О.С., Очеретенко Я.О.
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ..... **335**

Успаленко В.І., Удовенко В.О.
ТРАКТУВАННЯ, УПРАВЛІННЯ, РОЛЬ ТА МІСЦЕ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ БАНКУ..... **339**

Онищенко Ю.І., Фаліс А.А.
ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ..... **345**

РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Борович О.В.
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ..... **352**

Гайдаржийська О.М., Костюнік О.В., Кащук О.П.
СУТНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ..... **360**

Гайдаржийська О.М., Костюнік О.В., Вишневська В.С.
ПРОБЛЕМАТИКА ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ, АУДИТУ ТА РОЗВИТКУ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ..... **366**

Йолтуховська О.Ю.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ..... **370**

Кобзар Я.В.
ГАРМОНІЗАЦІЯ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТОРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ЗА РОЗРАХУНКАМИ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ..... **375**

Малинка К.С., Лободзинська Т.П.
ПОКАЗНИКИ EBITDA ТА OIBDA: ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОБЧИСЛЕННЯ..... **381**

Михайленко О.В., Шевченко Г.І.
УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА..... **387**

Ковтуненко Ю.В., Товкан Д.М.
ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ЗМІН ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ В ОПОДАТКУВАННІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ..... **392**

Чугрій Н.А.
ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ..... **397**

Шеверя Я.В., Ганусич В.О.
ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (СУКУПНІ ДОХОДИ) ДЛЯ УПРАВЛІННЯ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ..... **404**

РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Кудрицька Ж.В., Різник В.В.
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНИХ КОЛИВАНЬ
НА СТАН СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ..... **412**

Солтисік О.О.
СИСТЕМНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ..... **419**

Шевченко Е.А., Михайлик Д.П.
МОДЕЛЬ ВЫБОРА ОБЪЕКТА СЛИЯНИЯ / ПОГЛОЩЕНИЯ
ДЛЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ **425**

Янковий В.О.
ПОШУК ОПТИМУМУ ТОВАРОВИРОБНИКА
В РАМКАХ N-ФАКТОРНИХ ВИРОБНИЧИХ ФУНКЦІЙ **430**

Якубек П.
ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ВИЩОЇ ОСВІТИ
В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ..... **437**

Новий вид наукових послуг..... **442**

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ТИПИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ECONOMIC ESSENCE AND TYPES OF ECONOMIC DEVELOPMENT

УДК 330.34.+332.15(477)

Петришина Н.В.
к.е.н.,
доцент кафедри економічної теорії
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

У статті розглянуто еволюцію поглядів на сутність та теорії економічного розвитку. З'ясовано взаємозв'язок економічного розвитку та економічного зростання. Подано класифікацію типів економічного розвитку.
Ключові слова: *економічний розвиток, економічне зростання, модель економічного розвитку, типи економічного розвитку, ВВП, реконструктивний економічний розвиток.*

В статье рассмотрена эволюция взглядов на сущность и теории экономического развития. Установлена взаимосвязь экономического развития и экономического роста. Представлена классификация типов экономического развития.
Ключевые слова: *экономическое развитие, экономический рост, модель экономического развития, типы экономического развития, ВВП, реконструктивное экономическое развитие.*

The article examines the evolution of views on the nature and theory of economic development. It is shown the relationship of economic development and growth and classification of types of economic development.
Key words: *economic development, economic growth, economic development model, types of economic development, GDP, reconstructive economic development.*

Постановка проблеми. Економічний розвиток суспільства постійно перебуває в центрі економічних досліджень вчених, особливо сьогодні, коли однією з найактуальніших проблем постає проблема створення моделі економічного розвитку України. На думку професора А. Гальчинського, це можливо шляхом побудови на новій концептуальній основі теорії економічного розвитку, яка, займає ключове місце в системі політекономічних знань. На його думку, політекономія – це теорія економічного розвитку [1, с. 4]. На наш погляд, побудова моделі економічного розвитку неможлива без з'ясування сутності категорії «економічний розвиток» та теорій економічного розвитку минулих часів та сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи сучасних наукових поглядів стосовно розуміння сутності економічного розвитку були закладені класиками політичної економії А. Смітом і Д. Рікардо. Дослідженням поняття економічного розвитку також займалися У. Петті, К. Маркс, Й. Шумпетер, Дж. М. Кейнс, Р. Солоу, С. Кузнець, Є. Белл та ін. Дослідження питань економічного розвитку та створення моделі економічного розвитку держави здійснюють відомі українські вчені-економісти – В. Геєць, А. Гальчинський, А. Гриценко, Я. Жаліло, Ю. Зайцев, С.В. Мочерний, В. Тарасевич, Л. Федулова, Л. Шинкарук і багато інших.

Незважаючи на велику кількість наукових праць та значні досягнення в трактуванні поняття розвиток, чіткого розмежування між розвитком та зростанням нами не було виявлено, тому в даній статті ми зробили спробу викласти свою позицію щодо їх розмежування.

Постановка завдання. Метою є дослідження еволюції поглядів на сутність поняття «економічний розвиток», розмежування понять «економічний розвиток» та «економічне зростання» та виокремлення типів економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні існує величезне розмаїття точок зору на економічний розвиток, що вимагає аналізу еволюції найважливіших теоретичних поглядів на розвиток і зростання у сфері економіки. Так А. Сміт у своїй праці «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776) головним її предметом бачить економічний розвиток. Якісне перетворення в організації праці призводить до підвищення продуктивності праці, а отже, до збільшення випуску продукції у сотні або тисячі разів. А. Сміт підійшов до розуміння справжнього взаємозв'язку між якісними зрушеннями в економіці та «вибуховим» зростанням «багатства народів»; ключовим елементом його концепції є нагромадження капіталу, яке здійснюється за рахунок чистого доходу (тобто надлишку над вартістю товарів, необхідних для підтримки життєздатності робочої сили) завдяки заощадженням капіталістів [2, с. 21-22].

У IV розділі I тому «Капіталу» «Виробництво відносної додаткової вартості» К. Маркс розкрив діалектику економічного розвитку та економічного зростання – якісні зміни та зрушення у продуктивних силах і виробничих відносинах, які й утворюють зміст явища, яке називають економічним розвитком, відкривають простір для кількісних змін, тобто стають потужним локомотивом економічного зростання. При цьому при інтенсивному впровадженні нової техніки і нових технологій економічне зростання стає якісним і набуває рис економічного розвитку. Саме тому у багатьох авторів поняття «економічний розвиток» та «економічне

зростання» фактично ототожнюються. За К. Марксом, економічний розвиток може відбуватися як по лінії прогресу, так і по лінії регресу. Проте, якщо рух від простого до складного є магістральною закономірністю виникнення та формування економічних форм, то рух від складного до простого, від більш до менш розвиненого – тимчасова тенденція, що має суто швидкоплинний характер [3, с. 19].

У 1926 р. Й. Шумпетер здійснив друге видання своєї роботи «Історія економічного розвитку» (1911 р.) і увів в економічну науку новий критерій розмежування між економічним зростанням та економічним розвитком, різницю між якими пояснив так: «Поставте в ряд стільки поштових карет, скільки побажаєте, – залізниці у вас при цьому не вийде». Економічне зростання – це збільшення за певний час виробництва і споживання одних і тих же товарів і послуг. Економічний розвиток – це, передусім, поява чогось нового, раніше невідомого, або, інакше кажучи, інновацій [4, с. 52].

Основу концепцій економічного розвитку складають теорії економічного розвитку (Й. Шумпетер), економічних циклів (М. Кондратьєв, К. Перес, К. Фрімен), економічного зростання (С. Кузнець), динамічної ефективності (Х. Уерта де Сото), збігу історичних обставин розвитку (Гж. В. Колодко) та ін. Отже, аналіз концепцій економічного розвитку показав, що кожна з них була розроблена відповідно до реальної економічної ситуації, стану економіки та певного періоду розвитку, котрий розглядався вченими. Водночас, у кожній із проаналізованих концепцій фактор капіталу виявлявся основним у забезпеченні процесу зростання (неокейнсіанці вважали, що інвестиції – рушійна сила економічного зростання, Р. Солоу оцінював внесок праці та капіталу в економічне зростання).

Теоретичне осмислення категорії «економічний розвиток» важливе для розробки моделі соціально – економічного розвитку країни. Так, у «Тлумачному словнику» С.І. Ожегова «розвиток» – це процес закономірної зміни, переходу від одного стану в інший, досконаліший, перехід від старого якісного стану до нового, від простого до складного, від нижчого до вищого» [5, с. 56].

Дослідження питань економічного розвитку та створення моделі економічного розвитку держави здійснюють відомі українські вчені-економісти – В. Геєць, А. Гальчинський, А. Гриценко, Я. Жаліло, Ю. Зайцев, С.В. Мочерний, В. Тарасевич, Л. Федулова, Л. Шинкарук і багато інших. Розглянемо деякі з них. Так академік В. Геєць вказує на несформованість достатнього економічного потенціалу для довгострокового економічного зростання, що визначає необхідність його активізації на основі нової економічної стратегії, «із залученням довгострокових факторів зростання, які по суті і формують ендогенізовану модель забезпечення реалізації стратегії зростання економіки» [6, с. 43]. С. Мочерний уважає, що економічний розвиток – процес функціонування та еволюції економічної системи в довготерміновому періоді, що відбувається під впливом економічних суперечностей, потреб та інтересів [7, с. 468]. А.С. Філіпенко розглядає економічний розвиток, як якісні зміни в господарській системі суспільства, які забезпечують кількісне нарощування його ресурсового потенціалу та якісне вдосконалення базових елементів формотворчих структур [8, с. 71]. Шинкарук Л.В. вказує на те, що, на відміну від економічного зростання, під економічним розвитком розуміють те, що у новому періоді відбувається не просто кількісне збільшення випуску товарів і послуг, які вироблялися раніше, а має місце хоча б одне із зазначених нижче нових економічних явищ: виробництво нових товарів і послуг; упровадження та використання нової техніки і нових технологій; опанування нових, порівняно з минулими періодами, соціально-економічних інститутів (відносин). Отже, можна побачити, що, економічне зростання та економічний розвиток певним чином пов'язані поміж собою й водночас відрізняються. Так країна може переживати економічне зростання без економічного розвитку, а економічний розвиток, особливо в умовах зміни і становлення нових соціально-економічних відносин, як правило, супроводжується економічним спадом [9, с. 15].

Отже, економічне зростання і економічний розвиток тісно взаємопов'язані, однак, економічне зростання може відбутися і за умов відсутності економічного розвитку, в той час, як економічний розвиток без економічного зростання неможливий. Економічне зростання становить зміст економічного розвитку, є його складовою частиною. Погоджуємося із думкою Е. Райхліна про взаємозв'язок між економічним зростанням та економічним розвитком: економічне зростання – це суто кількісний економічний розвиток, а економічний розвиток – не що інше, як якісне економічне зростання [10, с. 35].

Виділяють дві форми економічного розвитку національного господарства: еволюційна, пов'язана з поступовими усвідомленими кількісними та якісними змінами в продуктивних силах; революційна, що характеризується стрибкоподібним неусвідомленим переходом від одного стану економічних явищ і процесів до іншого або стрибкоподібною зміною у продуктивних силах.

Необхідність та проблема створення ефективної моделі економічного розвитку вже давно вийшла за межі суто академічної проблематики. На жаль, на Всесвітньому економічному форумі в Давосі (січень 2012 р.), який пройшов під гаслом «Велика трансформація: формування нової моделі розвитку» [11, с. 90] не з'явилося жодної нової моделі або формули, які сприяли б подоланню світової кризи. Основним результатом Давосу можна вважати те, що всі його учасники

погодилися з кризою нинішньої світової фінансової системи, визначили постановку ефективних механізмів подолання кризи; згуртували зусилля у вирішенні цієї проблеми.

Рівень економічного розвитку країни визначають за обсягом ВНП або обсягом і структурою ВВП, за подушним ВВП, структурою зайнятості населення, енерго- і електроспоживанням, обсягом експорту. Рівень економічного розвитку країни в цілому дуже точно відображає структура зайнятості населення.

Існує велика кількість типів економічного розвитку. Янгельська К.Ю. виділяє такі типи економічного розвитку: 1. За метою: – локомотивний – лідируючий розвиток, що став першим за економічною потужністю господарства, визначає технічний прогрес і динаміку світового виробництва та не передбачає руху за заданим зразком; – випереджаючий – досягнення кращого результату за менший проміжок часу, випередження конкурентів на основі нової якості розвитку; такий, що наздоганяє – рух за зразком; передбачає формування економічного зростання шляхом збільшення національного доходу і підвищення норми і маси накопичення, заміщення імпорту і забезпечення припливу іноземного капіталу; 2. за моделлю: 1) японський, який характеризується високими темпами економічного зростання, лідерством в багатьох областях НТП, відносно високими темпами збільшення зайнятості та низьким рівнем безробіття, а також слабким розвитком соціальних послуг держави. Базується на високому рівні загальноосвітньої та кваліфікаційної підготовки робочої сили та специфічній системі трудових відносин; 2) західноєвропейський, який характеризується невисокими темпами економічного зростання, нестійкістю зайнятості, високим безробіттям, значною часткою соціальних видатків держави у ВВП та відставанням у сфері НТП. Базується на соціальній гармонізації, значному впливу профспілок та політичних партій; 3) американський, який має стійке економічне зростання, найвищі темпи зростання зайнятості, низький рівень безробіття. Базується на широкому поширенні комп'ютерних та інформаційних технологій орієнтації на індивідуальний успіх, конкуренцію та ринкові чинники [12, с. 28].

Член-кореспондент НАН України Гриценко А.А. досліджує таке поняття, як реконструктивний економічний розвиток – це такий розвиток, який досягається на основі якісної перебудови несучих конструкцій економіки, корінної зміни її структури. Його особливістю є те, що він може бути досягнутий як за економічного зростання, так і за нульових і навіть за від'ємних темпів зростання економіки. Він наводить такий приклад, якщо українська економіка буде здійснювати свою реконструкцію таким чином, що скорочуватимуться експортно-сировинні виробництва (металургія, хімія і т. ін.), а будуть розвиватися галузі, що працюють на внутрішній ринок (унаслідок чого зростуть доходи і якість життя населення, зменшиться соціальна диференціація за доходами), то ми матимемо розвиток економіки навіть у тому разі, коли зростання внутрішнього ринку буде відбуватися темпами, які не перекривають втрати від зменшення експорту, і в цілому темпи зростання економіки знизяться або навіть будуть від'ємними. Такий тип реконструктивного розвитку через деякий час стане актуальним для світової економіки. Але для України він став актуальним уже зараз. Сам зміст реконструктивного економічного розвитку включає в себе соціальну спрямованість змін. Якщо, наприклад, економіка кількісно не зростає, а відбуваються зміни в структурі економіки, то цей процес може бути охарактеризовано, як розвиток тільки в тому разі, коли більшою мірою задовольняються життєві потреби людей і суспільства в цілому. Це і означає, що реконструктивний розвиток по своїй суті є соціально спрямованим, націленим на забезпечення соціальної рівноважності і справедливості [13, с. 10]. Враховуючи безмежність потреб, на нашу думку, міру задоволення життєвими потребами людей і суспільства в цілому буде складно визначити, іншими словами, достовірність даних такого дослідження буде невисокою.

Москаленко О. М. пропонує модель випереджального економічного розвитку, яка відповідає потребам України на сучасному етапі, повинна, увібрати в себе найкращі приклади міжнародної ділової практики, враховувати специфіку вітчизняних суспільно-політичних і економічних відносин, обов'язково відображати національні інтереси країни й суспільства [14, с. 15]. На думку В. Геєця «в Україні необхідно сформувати нові раціональні стандарти життя, таку модель поведінки і добробуту, яка б давала можливості користуватися всіма благами цивілізації». Вирішення цих завдань ускладнюється за умов, коли «у кризі перебуває не тільки соціальна держава, але й усе суспільство» [15, с. 6].

Важливим питанням у розкритті сутності економічного розвитку є встановлення виважених відносин між державою і бізнесом. Цілком однозначно слід відповісти на питання, хто головний – влада чи бізнес. Якщо розуміти під бізнесом ринкову економіку, а під владою – сучасну державу, то відповідь одна: економіка первинна, а держава вторинна. Економіка є такою, якою вона є, а влада – такою, яка потрібна економіці. Раз і назавжди необхідно припинити будь-які натяки на те, що бізнес і влада – вороги. Вони навіть не конкуренти – кожен з цієї пари виконує свою, необхідну всій державі функцію. Протистояння між владою і бізнесом може існувати лише у тому випадку, коли бізнес прагне сам здійснювати владу, а влада – робити бізнес. На жаль, в Україні саме так і відбувається.

Первинність економіки відносно політики зовсім не означає, що влада має обслуговувати бізнес. Вони обоє обслуговують загальнонаціональні інтереси країни та її народу, і це – не просто ідеологічний штамп. По-перше, самі суб'єкти бізнесу і влади є частиною цього ж народу, по-друге, держава не є владою без підвладних, по-третє, бізнес неможливий без залучення людського капіталу, підтримки населення як робочої сили і як платоспроможного споживача. Жорстока істина полягає в тому, що у будь-якій політичній системі – від найбільш демократичної до диктаторсько-монархічної – влада більше дослухається до інтересів багатшої частини суспільства, ніж біднішої.

Рівень демократії визначається не тим, щоби держава не прислуховувалася до інтересів бізнесу (в такому разі вона просто не утримається), а тим, наскільки гармонійно влада вміє поєднувати інтереси біднішої і багатшої частин суспільства. Якщо сказати відверто, то в Україні влада сьогодні, звісно, приведена бізнесом, але вона надто сильно залежить від найбідніших і нерідко змушена наносити шкоди загальнонаціональним інтересам, підганяючи свої дії і вчинки під вимоги найбідніших.

Доки ми не визнаємо відверто, що сукупний обсяг прийнятих українською владою на себе соціальних зобов'язань давно перевищив можливості економіки, доки не припинимо практику роздавання популістських «милостинь», до яких треба віднести мало не найнижчий у світі пенсійний вік, мало не найбільшу кількість свят і неробочих днів, державний тиск на житлово-комунальні та транспортні тарифи, «дешевий» природний газ і безліч інших звичних для нас, але несумісних з ринковою економікою явищ, Україна залишиться на узбіччі не лише Європейської інтеграції, але й світового прогресу взагалі.

Україні прагнуть нав'язувати хибну думку, нібито бізнес процвітає тим більше, чим менше влади. Насправді «лібералізм», або ж «ринковий фундаменталізм», який нібито є теоретичною основою цього вчення, на практиці не застосовується і ніколи не застосовувався в жодній країні – така країна негайно розвалилася б у перші місяці такого застосування.

Держава більше потрібна бізнесові, ніж бізнес державі, з ряду причин:

– перерозподіляючи доходи, вона створює ринок збуту для бізнесу. В середньому держава через пенсії, найм службовців, військових тощо, фінансування освіти, науки і деяких інших сфер робить покупцями до половини населення. На додаток до цього виконання бюджетних замовлень і постачання для державних закупівель забезпечує ринок збуту не менше чверті всього товарного виробництва;

– держава організує і виконує безліч таких суспільно необхідних справ, які бізнес не може чи не бажає виконувати. Вона утримує тих, хто неспроможний вижити в ринкових умовах будує дороги і каналізацію, забезпечує охорону всієї країни від небезпек ззовні і порядок всередині, підтримує культуру, освіту і охорону здоров'я. Можете уявити здорове суспільство, де інваліди просто помирають, безпека держави спирається на приватні армії олігархів, порядок на вулицях підтримується їх же охоронними службами, проїзд і прогулянка по вулицях і дорогах платні, вчаться і лікуються виключно за гроші?;

– держава допомагає бізнесу, коли встановлює правила відносин між учасниками бізнесу і створює механізми для безумовного дотримання цих правил. Звичайно, ці правила з самого початку створював і удосконалював сам бізнес, він спроможний задіяти і певний примус для тих, хто ухиляється від їх виконання, але історичний досвід показав, що безперебійність і злагодженість дій учасників ринкових відносин і тим більше – підпорядкування цих дій інтересам суспільства краще досягаються там, де ці правила і механізм їх дотримання створюються не самими учасниками ринку, а відносно незалежною від них державою.

Тут прихована головна проблема української держави – вона погано виконує цю регулятивну функцію. За всі роки незалежності законодавча влада в Україні так і не спромоглася створити зрозумілу, достатньо повну, несуперечливу і досконалу нормативно-правову базу врегулювання відносин між учасниками бізнесу, а виконавча влада – налагодити механізм, за якого були б неможливими будь які відхилення від нормативно-правових вимог.

При цьому провина законодавчої влади вагоміша, ніж виконавчої: доки нормативно-правова база господарювання недосконала, а місцями взагалі бездіяльна, неможливо, та й недоцільно створювати досконалий механізм безумовного дотримання вимог законодавства. Невиконання законів – природна реакція суспільства на недоробки законодавчої влади.

У реальному житті будь-яка демократія нездатна повністю виправдати саму суть цього слова – «влада народу». Вона завжди залишається «владою від імені народу» – ще нікому у світовій історії не вдалося побудувати систему дійсного всенародного самоуправління, яка б не стала повним безладом. Будь -які органи, створені в державі для виконання управлінських функцій, неминуче отримують «власні інтереси», далеко не завжди тотожні з інтересами всього суспільства і народу.

Тому надзвичайно важливу роль в удосконаленні відносин влади з суспільством відіграє залучення різного роду громадських організацій до процесів вироблення державних рішень, а далі – і до контролю за виконанням цих рішень. На відміну від будь-якого державного органу, громадська

організація не може мати власних інтересів, які б суперечили інтересам її засновників – тому можна бути впевненим, що пропозиції цієї організації будуть більш погоджені з дійсними інтересами більшості суспільства.

Виборні представники, якими гарними вони б ні були, не можуть з такою пристрастю і послідовністю захищати справу дітей-інвалідів, як це роблять організації матерів цих дітей, так просувати здорову старість і здоровий спосіб життя, як самі організації аматорів спорту або товариства моржів-ветеранів, аматорів бігу і т.д.

Задача законодавців усіх рівнів – створити правовий простір для стикування двох видів демократії, підтримати мотивацію до самоорганізації і суспільного самоврядування, прокласти містки між самоорганізованим населенням, його виборними органами на локальній території і муніципальними структурах влади і життєзабезпечення.

Дієвість влади потребує концентрації в руках держави суттєвої часки фінансових ресурсів. Позиція зарубіжних експертів з цього питання узагальнено полягає у вимозі «дати задній хід розширенню державного сектора». На їх думку, «Україна не може собі дозволити збирати у вигляді податків більше, ніж 40% ВВП», хоча середній рівень цього показника для ЄС досягає майже 60%. Послідовне впровадження такого підходу здатне повністю усунути українську державу від управління суспільними та економічними процесами, що має не менш негативні наслідки, ніж надмірний державний контроль і опіка.

Протягом 1995-1998 років Україна вже виконувала саме таку рекомендацію – обмежити економічні функції держави, за будь-яку ціну утримати в мінімальних межах бюджетний дефіцити і інфляцію. Результатом такої політики стало загрозливе нарощування внутрішнього і зовнішнього державного боргу, стагнація національного виробництва і, зрештою, фінансова криза 1998 року.

Лише після кризи 1998 року, коли українська влада втратила можливості використовувати внутрішні і зовнішні запозичення для покриття державних видатків, фактично була змушена мобілізовувати власні фінансові ресурси, віднайшла можливості для суттєвого збільшення соціальних видатків – стан хронічної економічної депресії змінився на висхідну траєкторію зростання ВВП. Останні роки доходи населення зростали високими темпами, частка української держави у перерозподілі ВВП поступово зросла (хоч і не досягла середнього рівня розвинутих країн). Все це – реальне досягнення і немає підстав принципово змінювати цю стратегічну лінію, повертатися до дискредитованої політики неолібералізму.

Ще з середини минулого століття світова економічна думка активно досліджує особливу роль науки, технологій та інноваційних процесів в економічному розвитку держави. Нині вирішальний вплив науково-технічних та інноваційних чинників на темпи і якість економічного зростання обґрунтовано економічною теорією, підтверджено господарською практикою і визнано багатьма країнами світу, у тому числі й Україною.

Україна рано чи пізно змушена буде сформувати й практично реалізувати модель розвитку з сильним державним диригуванням. Це не заперечує ринковий вектор, а навпаки – надає йому більшої спрямованості. Ніякими «особливостями» перехідного періоду, первинного нагромадження капіталу не можна виправдати спотворену поляризацію суспільства – на абсолютно злиденних і надбагатих, монопольних роботодавців, які не визнають ніяких соціальних застережень і цинічно експлуатують беззахисну, безпрецедентно дешеву працю (робочу силу). Зникнення такого ганебного явища, як бідність працюючої сім'ї – ключова проблема й невідкладне завдання української держави.

Невисокі темпи економічного розвитку, які спостерігаються в Україні протягом останнього часу можуть не виявитися тимчасовими, якщо не вжити заходів щодо діяльності держави, спрямованої на створення інноваційних засад розвитку економіки. Такі заходи повинні сприяти створенню в Україні розвиненої соціально і демократичної держави з конкурентоспроможною ринковою економікою, здатною до входження у світовий економічний простір.

Висновки з проведеного дослідження. Більшість наукових джерел трактують економічний розвиток та економічне зростання з позиції впливу різних періодів розвитку суспільства та еволюції наукової думки. Деякі автори ототожнюють дані поняття. На нашу думку, економічне зростання і економічний розвиток тісно взаємопов'язані, однак, економічне зростання може відбутися і за умов відсутності економічного розвитку, в той час, як економічний розвиток без економічного зростання неможливий, тобто економічне зростання становить зміст економічного розвитку і є його складовою частиною.

Необхідною умовою економічного розвитку України є переосмислення того, що трансформаційні перетворення та формування сучасної моделі ринкової економіки неможливі без активної участі держави як економічного суб'єкта. Основою регулюючої діяльності держави є закони розвитку й функціонування ринкової економіки і держава не повинна виходити за межі дії цих законів. Попри існування вищезазначених численних концепцій та поглядів на економічний розвиток, вибір ефективної моделі економічного розвитку для економіки України залишається й досі актуальним. Однак, на нашу думку, самі положення теорії ендогенного зростання, які ґрунтуються не лише на кількісних, а й на якісних аспектах розвитку, здатні забезпечити наукове обґрунтування стабільного еконо-

мічного розвитку вітчизняної економіки, що стане темою нашого подальшого дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гальчинський А. Економічний розвиток: методологія оновленої парадигми [Електронний ресурс] / А. Гальчинський // Економіка України. – 2012. – № 5. – С. 4-17.
2. Смит Адам. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – М. : Ось-89, 1997. – 256 с.
3. Структурні зміни та економічний розвиток України : монографія / [Геєць В.М., Шинкарук Л.В., Артьомова Т.І. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук Л.В. Шинкарук ; НАН України ; Ін-т екон. та гірогнозув. – К., 2011. – 696 с.
4. Теория экономического развития [Текст] ; Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер ; пер. с нем., англ. В. С. Автономов [и др.] ; . – М. : Эксмо, 2008. – 863 с.
5. Ожегов Сергей Иванович. Словарь русского языка [Текст] : около 60000 сл. и фразеологических выражений / С. И. Ожегов ; общ. ред. Л. И. Скворцов. – 25-е изд., испр. и доп. – М. : ОНИКС : Мир и Образование, 2006. – 973 с.
6. Інноваційна Україна 2020 [Електронний ресурс] : національна доповідь / Національна академія наук України, Секція суспільних і гуманітарних наук ; за заг. ред. В. М. Гейця. – Київ : [б. в.], 2015. – 336 с.
7. Економічна енциклопедія [Текст] : у 3 т. / гол. ред. Б. Д. Гаврилишин. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000 . -Т. 1: А (абандон) – К (концентрація виробництва) / відп. ред. С. В. Мочерний, 2000. – 864 с.
8. Філіпенко Антон Сергійович. Цивілізаційні виміри економічного розвитку [Текст] : [монографія] / А. С. Філіпенко. – К. : Знання України, 2002. – 192 с.
9. Структурні зміни та економічний розвиток України : монографія / [Геєць В.М., Шинкарук Л.В., Артьомова Т.І. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук Л.В. Шинкарук ; НАН України ; Ін-т екон. та гірогнозув. – К., 2011.-696 с.
10. Райхлин Э. Основы экономической теории: Макроэкономическая теория валового внутреннего продукта (кейнсианский подход) [Текст] / Э. Райхлин. – М. : Наука, 1997. – 365 с.
11. Габрилевич А. С. Давос-2012: невиправдані сподівання / А. С. Габрилевич // Панорама політологічних студій. – 2012. – Вип. 8. – С. 88-96.
12. Ягельська К.Ю. Випереджаючий національний економічний розвиток: теоретико- методологіччнй та прикладний аспекти. — К.: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2015. — 350 с.
13. Реконструктивний економічний розвиток: основні напрями, ефективність і соціальна справедливість : монографічний збірник / за ред. акад. НАН України Гейця В.М., чл.-кор. НАН України Гриценка А.А. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – Електрон. дані. – К., 2016. – 240 с.
14. Москаленко О.М. Випереджаючий економічний розвиток: теоретико-інституціональні засади і проблеми реалізації в Україні // Економіка України». – 2014. – 8 (633). – С. 4–18.
15. Геєць В. М. Яке майбутнє у соціальної держави? [Електронний ресурс] / В. М. Геєць // Економіка України. – 2013. – № 7. – С. 4–20.

REFERENCES:

1. Halchynskyi A. Ekonomichnyi rozvytok: metodolohiia onovlenoi paradyhmy [Elektronnyi resurs] / A. Halchynskyi // Ekonomika Ukrainy. – 2012. – # 5. – S. 4-17.
2. Smit Adam. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [Tekst] / A. Smit. – M. : Os'-89, 1997. – 256 s.
3. Strukturni zminy ta ekonomichnyi rozvytok Ukrainy : monohrafiia / [Heiets V.M., Shynkaruk L.V., Artomova T.I. ta in.]; za red. d-ra ekon. nauk L.V. Shynkaruk ; NAN Ukrainy ; In-t ekon. ta hirohnozuv. – K., 2011. – 696 s.
4. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [Tekst] ; Kapitalizm, sotsializm i demokratiya / Y. A. Shumpeter ; per. s nem., angl. V. S. Avtonomov [i dr.] ; . – M. : Eksmo, 2008. – 863 s.
5. Ozhegov Sergey Ivanovich. Slovar' russkogo yazyka [Tekst] : okolo 60000 sl. i frazeologicheskikh vyrazheniy / S. I. Ozhegov ; obshch. red. L. I. Skvortsov. – 25-e izd., ispr. i dop. – M. : ONIKS : Mir i Obrazovanie, 2006. – 973 s.
6. Innovatsiina Ukraina 2020 [Elektronnyi resurs] : natsionalna dopovid / Natsionalna akademiia nauk Ukrainy, Sektsiia suspilnykh i humanitarnykh nauk ; za zah. red. V. M. Heitsia. – Kyiv : [b. v.], 2015. – 336 s.
7. Ekonomichna entsyklopediia [Tekst] : u 3 t. / hol. red. B. D. Havrylyshyn. – K. : Vydavnychyi tsentr «Akademiia», 2000 . – T. 1: A (abandon) – K (kontsentratsiia vyrobnytstva) / vidp. red. S. V. Mochernyi, 2000. – 864 s.
8. Filipenko Anton Serhiiovych. Tsyvilizatsiini vymiry ekonomichnoho rozvytku [Tekst] : [monohrafiia] / A. S. Filipenko. – K. : Znannia Ukrainy, 2002. – 192 s.
9. Strukturni zminy ta ekonomichnyi rozvytok Ukrainy : monohrafiia / [Heiets V.M., Shynkaruk L.V., Artomova T.I. ta in.]; za red. d-ra ekon. nauk L.V. Shynkaruk ; NAN Ukrainy ; In-t ekon. ta hirohnozuv. – K., 2011. – 696 s.
10. Raikhlyn Э. Osnovы эkonomycheskoi teoryy: Makroэkonomycheskaia teoryia valovoho vnutrenneho produkta (keinsyanskyi podkhod) [Tekst] / Э. Raikhlyn. – M. : Nauka, 1997. – 365 s.
11. Habrylevych A. S. Davos-2012: nevypravdani spodivannia / A. S. Habrylevych // Panorama politolohichnykh studii. – 2012. – Vyp. 8. – S. 88-96.
12. Yahelska K.Yu. Vyperedzhaiuchyi natsionalnyi ekonomichnyi rozvytok: teoretyko- metodolohichnni ta prykladnyi aspekty. — K.: «Vydavnytstvo «Tsentr uchbovoi literatury», 2015. — 350 s.
13. Rekonstruktyvnyi ekonomichnyi rozvytok: osnovni napriamy, efektyvnist i sotsialna spravedlyvist : monohrafichnyi zbirnyk / za red. akad. NAN Ukrainy Heitsia V.M., chl.-kor. NAN Ukrainy Hrytsenka A.A. ; NAN Ukrainy, DU «In-t ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy». – Elektron. dani. – K., 2016. – 240 s.
14. Moskalenko O.M. Vyperedzhaiuchyi ekonomichnyi rozvytok: teoretyko-instytutsionalni zasady i problemy realizatsii v Ukraini // Ekonomika Ukrainy». – 2014. – 8 (633). – S. 4–18.
15. Heiets V. M. Yake maibutnie u sotsialnoi derzhavy? [Elektronnyi resurs] / V. M. Heiets // Ekonomika Ukrainy. – 2013. – # 7. – S. 4–20.

Petryshyna N.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic Theory
National Pedagogical Dragomanov University

ECONOMIC ESSENCE AND TYPES OF ECONOMIC DEVELOPMENT

This article explores evolution of views on economic development. Economic development of society is constantly at the centre of economic research for scientists, especially today, when one of the most pressing problems is the problem of creating a model of economic development of Ukraine. It is impossible to build without clarifying the essence of the category of “economic development” and economic theories of past times and present.

Revealed that despite the large number of scientific works and substantial advances in the interpretation of the concept of “development”, a clear distinction between the development and the growth wasn`t observed. In this article we have attempted to analyse the definitions and represent our position on disengagement of it.

We prove that economic growth and economic development are closely interconnected. Economic growth can occur in the absence of economic development, while economic development is impossible without economic growth. Economic growth is the content of economic development and it is an integral part of it.

Distinguished two forms of economic development of the national economy: evolutionary (related gradual conscious quantitative and qualitative changes in the productive forces) and revolutionary (characterized unconscious abrupt transition from one state of economic phenomena and processes to another or hopping in the productive forces).

Was revealed a great number of types of economic development (leading development, anticipatory, achievement of better results in less time, modelled movement; Japanese, Western European, American, reconstructive, etc.)

It is proved that a necessary condition for economic development of Ukraine is realization, that transformation and formation of a modern market economy model is impossible without the active participation of the state as an economic entity. The basis for regulatory activities of state is low of function and development of the market economy – and the state should not go beyond the limits of these laws. Despite the existence of numerous concepts and views on economic development, the choice of an effective model of economic development for the economy of Ukraine is still relevant.

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

THE THEORETICAL ESSENCE OF THE ENVIRONMENTAL COMPONENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SECTOR OF THE ECONOMY

УДК 338.432

Самусь Г.І.
к.е.н., викладач кафедри економіки і управління
Конотопський інститут
Сумського державного університету
Циганенко О.В.
к.е.н., викладач кафедри економіки і управління
Конотопський інститут
Сумського державного університету
Примак І.М.
викладач
Київський коледж транспортної інфраструктури

У статті розглянуто теоретичну сутність екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора економіки. Визначена важлива роль раціонального землекористування. Акцентується увага на необхідності виробництва органічно чистої продукції землеробства. Зазначено місце екологічно орієнтованого управління аграрним сектором і проведення екологічного виховання населення. Обґрунтовано, що важливим загальним результатом розвитку аграрної сфери на шляху до сталого розвитку є формування агроінноваційних відносин.

Ключові слова: *сталий розвиток, екологічний фактор, аграрний сектор, землекористування, аграрна сфера.*

В статье рассмотрена теоретичская сущность экологической составляющей устойчивого развития аграрного сектора экономики. Определена важная роль рационального землепользования. Акцентируется внимание на необходимости производства органически чистой продукции земледелия. Указано место экологически ориентированного управления аграрным сектором и проведения экологического воспитания населения. Обосновано, что важным общим результатом развития аграрной сферы на пути к устойчивому развитию является формирование агроинновационных отношений.

Ключевые слова: *устойчивое развитие, экологический фактор, аграрный сектор, землепользование, аграрная сфера.*

The article considers the theoretical essence of the environmental component of sustainable development of the agrarian sector of the economy. An important role of rational land use is determined. An attention is paid to the need for production of organically pure agricultural products. A role of ecologically-oriented management of the agrarian sector and conducting environmental education of the population is pointed. It is substantiated that an important general result of the development of the agrarian sphere towards the sustainable development is the formation of agro-innovative relations.

Key words: *sustainable development, environmental factor, agrarian sector, land use, agrarian sphere.*

Постановка проблеми. Аграрний сектор відіграє важливу роль для національної економіки, виробляючи значну частину ВВП країни та забезпечуючи населення продуктами харчування. Трансформаційні перетворення аграрного сектора економіки характеризуються значними змінами, що відбуваються на селі. Враховуючи світові тенденції розвитку та процеси глобалізації Україні необхідно прагнути до сталого розвитку. Особливої уваги в наш час потребує вивчення теоретичної сутності екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам сталого розвитку присвячені праці багатьох вчених. Серед них особливої уваги заслуговують дослідження: В. Гейця, О. Бородіної, Ю. Лопатинського, Л. Молдаван, Б. Пасхавера, П. Саблука, О. Шпикуляка, О. Шубравської, В. Юрчишина та ін. Разом з тим на сучасному етапі залишаються недостатньо вивченими питання, пов'язані з теоретичною сутністю екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора економіки.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз теоретичної сутності екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора економіки та визначення подальших напрямів їх розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, сталий розвиток (стійкий розвиток, екорозвиток) передбачає забезпечення потреб нинішнього покоління без завдання шкоди поколінням майбутнім, завдяки збалансованості економічної, соціальної і екологічної складових. Хоча слід зазначити про неоднорідність трактування сутності даного поняття. Так М. Стронг уважає, що при екологічно орієнтованому соціально-економічному розвитку зростання добробуту стану людей не супроводжується погіршенням середовища і деградацією природних систем. На думку П.К. Олдак, суспільство контролює всі сторони свого розвитку, при цьому сукупне антропогенне навантаження на середовище не повинно перевищувати самовідновного потенціалу природних систем. Б.М. Данилишин під сталим розвитком розуміє такі відносини, завдяки яким досягаються оптимальні пропорції нормалізації якісного стану середовища, економічного зростання та зростання духовних та матеріальних потреб людей [1, с. 715]. Питання сталого розвитку були підняті ще у Ріо-де-Жанейро в 1992 р., де особлива увага приділялась саме екологічній складовій. Вони стосуються всіх рівнів: глобального, державного, локального. В аграрному секторі екологічна складова відіграє особливо важливу роль так, як діяльність даного сектора тісно пов'язана з навколишнім середовищем. Якість аграрної продукції безпосередньо залежить від екологічної безпеки галузі. Зарубіжний досвід свідчить про наявність значної державної підтримки екологічної безпеки

сільського господарства у розвинених країнах світу. З цією ж метою в країнах ЄС впроваджується Спільна аграрна політика (САП). Основні цілі САП полягають у підвищенні конкурентоспроможності аграрного сектора та покращенні якості навколишнього середовища. В Україні на шляху до сталого розвитку значну роль відіграє Закон «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» [2], Концепція «Держаної цільової програми розвитку сільських територій на період до 2020 року» [3].

Комісією ООН зі стійкого розвитку розроблена система індикаторів, що об'єднані в чотири групи: соціальні, економічні, екологічні, інституціональні. Група екологічних індикаторів включає такі характеристики: викиди шкідливих речовин, показники захисту атмосфери від забруднення; показники збереження якості водних ресурсів; показники, що характеризують раціональне управління вразливими екосистемами; показники, що характеризують раціональне використання земельних ресурсів; показники, що відображають результати боротьби з опустелюванням; показники розвитку сільських районів і сприяння веденню сталого сільського господарства; показники екологічно безпечного використання біотехнологій та ін. [1, с. 735]. Вченими також розроблена система індикаторів, які характеризують екологічну складову сталого розвитку аграрного сектора економіки України, а саме: площа порушених земель сільськогосподарського призначення, рекультивація земель сільськогосподарського призначення, утворення відходів від сільськогосподарської діяльності, капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону та раціональне використання природних ресурсів, частка площ оброблених органічними добривами до загальної площі сільськогосподарських угідь у сільськогосподарських підприємствах [1, с. 109]. Як видно, основна частина індикаторів стосується саме раціонального землекористування. Мета землекористування – отримання найвищої користі, найвищого ефекту від використання землі та дотримання вимог її збереження й поліпшення.

Порівняємо використання земельних ресурсів України та інших країн світу.

Аналіз даних таблиці 1 показує, що в Україні частка площі ріллі у загальній площі земельних угідь займає 53,9 %, що порівняно з іншими країнами світу є найвищим показником. Проте, за рівнем ефективності використання земельних ресурсів наша країна значно поступається розвинутим країнам світу. Головна причина – недосконалість аграрних відносин, що зумовлюється станом відносин власності і господарського механізму, недостатньо ефективними ринковими структурами [5, с. 121-122].

Передумовою створення в Україні системи ефективного землекористування можуть бути лише об'єктивні та доцільні перетворення відносин власності на землю, адже земля – це своєрідна категорія власності і виробництва. Земля одночасно виконує декілька ролей: 1) просторового базису розміщення продуктивних сил; 2) засобу праці; 3) предмету праці. Однак, унікальність землі як ресурсу характеризується її особливими рисами: землю не можна фактично вилучити чи змінити місце розташування у просторі, «переробити» або «розчинити» в іншій мобільній у просторі продукції, остаточно використати чи амортизувати; у ринковій економіці земля стає об'єктом товарно-грошових відносин, а земельні відносини починають впливати на різні складові суспільного виробництва [5, с. 72-73].

На сьогодні в Україні спостерігається концентрація земельних ресурсів у руках агрохолдингів, що супроводжується безконтрольною експлуатацією землі з порушенням правил раціонального землекористування. Для багатьох господарств характерний монокультурний тип ведення сільського господарства, вирощування культур, що першочергово користуються світовим попитом і приносять найбільші прибутки. Переважно це такі культури, як соняшник, кукурудза, пшениця, ріпак, соя та ін. При цьому порушується порядок сівозмін, що швидко виснажує ґрунт та знижує його родючість [5, с. 151].

Отже, важливим напрямом екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора економіки

Таблиця 1

Площа ріллі України порівняно з іншими державами

Країна	Загальна площа, млн. га	Площа ріллі, млн. га		Площа ріллі від загальної площі (%)	Рейтинг країни за площею ріллі
		1990 р.	2015 р.		
Україна	60,4	33,6	32,5	53,9	1
Білорусь	20,8	…	5,5	26,4	6
Великобританія	24,4	6,6	6,2	25,4	7
Китай	959,8	123,7	106,5	11,9	9
Німеччина	35,7	12	11,8	33,0	5
Польща	31,3	14,4	10,9	34,8	3
Росія	1707,5	…	119,8	7,0	10
США	963,2	185,7	155,1	16,1	8

Джерело: складено і розраховано на основі [4]

є мінімізація вирощування технічних культур та монокультурного типу ведення господарства. При цьому досить гостро стоїть проблема збереження родючості ґрунтів України, недопущення зменшення рівня гумусу внаслідок ерозійних процесів та в результаті господарської діяльності людей.

На думку Є.В. Мішеніна та І.Є. Ярової, за наслідки нераціонального землекористування повинна існувати екологічно орієнтована відповідальність, яка повинна включати наступні складові: програмування, прогнозування еколого-економічних та соціально-економічних втрат внаслідок нераціонального землекористування та організаційна система відповідальності, що повинна містити відповідальність у вигляді різноманітних санкцій до суб'єктів господарювання в разі їх протиправних дій. Невід'ємною складовою механізму відповідальності є також фінансово-економічний механізм [6, с. 91].

Для екологізації аграрного сектора економіки необхідною умовою є використання органічних добрив, наявність яких залежить від стану розвитку тваринництва в Україні, що на сьогодні характеризується негативною динамікою розвитку. Станом на 2016 р. сільськогосподарськими підприємствами в Україні було внесено 9162,9 тис. т органічних добрив, що по відношенню до 2015 р. складає 94,8%. Відповідно характерна негативна динаміка за даним показником у розрахунку на 1 га удобреної площі з 21,8 т у 2015 р. до 19,2 т у 2016 р. Із загальної посівної площі 17982, 2 тис. га у 2016 р. частка удобреної площі органічними добривами складає тільки 2,6% [7, с. 6].

Одним із важливих компонентів екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора є виробництво органічно чистої продукції сільського господарства. Останнім часом попит на таку продукцію у світі зростає, хоча коштує вона значно дорожче. В Україні можливість виробляти органічно чисту продукцію мають не всі господарства і, як правило, дане питання на сьогодні вирішується за рахунок індивідуально-приватного сектора.

Взагалі у світі спостерігається падіння темпів виробництва органічно чистої продукції, що пов'язано з кризовими явищами, тому за належної державної фінансової підтримки Україна має можливості підвищити свою конкурентоспроможність на світовому ринку, навіть, враховуючи її значне відставання в рівні розвитку органічного ринку. При цьому необхідно розширити асортимент продукції органічного виробництва. Безпосередньо вироблена сільськогосподарська продукція повинна відповідати міжнародним стандартам та мати відповідні сертифікати якості [8, с. 57].

Екологічний фактор сталого розвитку аграрного сектора враховує і такий показник, як якість навколишнього середовища, відповідність його певним стандартам та нормативам, серед яких важливим є гранично допустима концентрація шкідливих речовин в орному шарі ґрунту (ГДК гр.), що має опосередкований вплив на організм людини.

Не менш важливим є питання екологічної орієнтованості управління аграрним сектором. В умовах децентралізації важливого значення набуває екологічне самоврядування, що на думку Ю.О. Ярмоленко має здійснюватися відповідно до принципів екологічно збалансованого управління аграрним сектором. Серед яких слід відзначити наступні принципи: повної відповідальності адміністрації території за забезпечення екологічної безпеки в регіоні; пріоритетності екологічних вимог стосовно інтересів суб'єктів економіки і населення; екологічного регіоналізму, пріоритетності майбутніх інтересів стосовно поточних інтересів у природокористуванні; самофінансування природоохоронної і ресурсозберігаючої діяльності в регіонах [9, с. 114].

Важливе значення для становлення екологічної складової сталого розвитку аграрного сектора має формування екологічного світогляду, який повинен формувати та підвищувати екологічну свідомість населення. Як відомо, екологічне виховання здійснюється в двох формах: формальній та неформальній, які тісно пов'язані між собою та повинні здійснюватися відповідно до принципів безперервності та системності.

На сьогодні важливим загальним результатом розвитку аграрної сфери на шляху до сталого розвитку є формування агроінноваційних відносин. Саме такий якісний стрибок у агропромисловому виробництві має стати основою розв'язання глобальних завдань – забезпечення зростаючого продовольчого попиту населення світу. Досягнення в аграрній сфері передових країн відбулося саме на основі її інноваційного розвитку. Розв'язуючи завдання трансформації аграрного сектора в умовах соціально-економічних перетворень, Україна має створити максимум передумов для формування інноваційної складової цього процесу. Це означає створення широких умов для впровадження у сільськогосподарське виробництво сучасних науково-технічних досягнень. Зокрема, в рослинництві – впровадження сортів нових гібридів рослин, використання найновітніших технологій обробітку ґрунтів, застосування органічного землеробства тощо; у тваринництві – використання прогресивних технологій вирощування тварин, систем захисту тварин від хвороб, тощо; використання найновіших технологій в переробці сільськогосподарської продукції (бактеріологічні закваски тощо). Агроінноваційні відносини передбачають створення екологічно орієнтованого сільськогосподарського виробництва, всезагальне використання в аграрній сфері ресурсозберігаючих технологій, передового менеджменту, адаптацію вітчизняного аграрного сектора до умов світового ринку та забезпечення конкурентоспро-

можності національного сільськогосподарського виробництва. Йдеться по-суті про переведення його на рівень економіки знань [5, с. 15-16].

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження теоретичної сутності екологічного фактору сталого розвитку аграрного сектора економіки дає підстави стверджувати, що важливою її складовою є раціональне землекористування, сприяння виробництва органічно чистої продукції землеробства, підтримання належного якісного стану навколишнього середовища, що відповідає світовим стандартам та нормативам якості. Становлення екологічної складової сталого розвитку безперечно залежить від екологічно орієнтованості управління аграрним сектором, що є особливо актуальним в умовах децентралізації. Україні необхідно прагнути до впровадження моделі розвитку агроінноваційних відносин, що забезпечить якісно новий етап розвитку аграрного сектора економіки та сприятиме сталому розвитку економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1.Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника та к.е.н., проф. М. К. Шапочки. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 759 с.

2. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року». [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17

3. Концепція Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.minagro.kiev.ua/

4. Сільське господарство України за 2015 рік: статист. збірник / Державна служба статистики України; за ред.О. М. Прокопенко – К. : [б/в], 2016. – 360 с.

5. Самусь Г.І. Трансформація аграрних відносин в умовах соціально-економічних перетворень: дис… канд.економ.наук:08.00.01-Київ, 2017. – 231 с.

6. Мішенін Є.В. Механізм забезпечення соціально-екологічновідповідального сільськогосподарського землекористування / Є.В. Мішенін, І.Є. Ярова // Збалансоване природокористування. – 2015. – № 2. – С. 90–94.

7. Внесення мінеральних та органічних добрив під урожай сільськогосподарських культур у 2016 р. : статистичний бюлетень [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України; за ред. О. М. Прокопенко.– К.: [б/в], 2017. – 55 с.

8. Невесенко А.В. Теоретичні засади стабільного розвитку сільськогосподарського виробництва в Україні / А.В. Невесенко // Агросвіт. – 2014. – № 8. – С. 56–59.

9. Ярмоленко Ю.О. Особливості сталого розвитку аграрного сектору економіки України / Ю. О. Ярмоленко // Економіка та держава. – 2015. – № 11. – С. 112–115.

REFERENCES:

1. Osnovy ekolohii. Ekolohichna ekonomika ta upravlinnia pryrodokorystuvanniam: Pidruchnyk / Za zah. red. d.e.n., prof. L. H. Melnyka ta k.e.n., prof. M. K. Shapochky. – Sumy: VTD «Universytetska knyha», 2005. – 759 s.

2. Zakon Ukrainy «Pro Osnovni zasady (stratehiiu) derzhavnoi ekolohichnoi polityky Ukrainy na period do 2020 roku». [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17

3. Kontseptsiia Derzhavnoi tsilovoi prohramy staloho rozvytku silskykh terytorii na period do 2020 roku. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : Http://www.minagro.kiev.ua/

4. Silske hospodarstvo Ukrainy za 2015 rik: statyst. zbirnyk / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy; za red.O. M. Prokopenko – K. : [b/v], 2016. – 360 s.

5. Samus H.I. Transformatsiia ahrarnykh vidnosyn v umovakh sotsialno-ekonomichnykh peretvoren: dys… kand.ekonom.nauk: 08.00.01-Kyiv, 2017. – 231 s.

6. Mishenin Ye.V. Mekhanizm zabezpechennia sotsialno-ekolohichnovidpovidalnoho silskohospodarskoho zemlekorystuvannia / Ye.V. Mishenin, I.Ye. Yarova // Zbalansovane pryrodokorystuvannia. – 2015. – # 2. – S. 90–94.

7. Vnesennia mineralnykh ta orhanichnykh dobryv pid urozhai silskohospodarskykh kultur u 2016 r. : statystychnyi biuleten [Elektronnyi resurs] / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy; za red. O. M. Prokopenko.– K.: [b/v], 2017. – 55 s.

8. Nevesenko A.V. Teoretychni zasady stabilnoho rozvytku silskohospodarskoho vyrobnytstva v Ukraini / A.V. Nevesenko // Ahrosvit. – 2014. – # 8. – S. 56–59.

9. Yarmolenko Yu.O. Osoblyvosti staloho rozvytku ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy / Yu. O. Yarmolenko // Ekonomika ta derzhava. – 2015. – # 11. – S. 112–115.

Samus H.I.
Candidate of Economic Sciences,
Lecturer at Department of Economics and Management,
Konotop Institute
Sumy State University
Tsyhanenko O.V.
Candidate of Economic Sciences,
Lecturer at Department of Economics and Management,
Konotop Institute
Sumy State University
Prymak I.M.
Lecturer,
Kyiv College of Transport Infrastructure

THE THEORETICAL ESSENCE OF THE ENVIRONMENTAL COMPONENT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SECTOR OF THE ECONOMY

Agrarian sector plays an important role in the national economy as it makes a considerable part of GDP of the country and provides the population with food stuff. Taking into account world development trends and globalization processes, Ukraine needs to strive to sustainable development. As it is known, sustainable development (steadfast development, eco-development) provides for the needs of the present generation without endangering future generations, due to the balance of economic, social, and environmental components. A particular attention in our time requires the study of the theoretical essence of the environmental component of sustainable development of the agrarian sector of the economy. Scientists have developed a system of indicators that characterize the ecological component of the sustainable development of the agrarian sector of Ukraine's economy. The bulk of the indicators relates namely to the rational land use. The purpose of land use is to obtain the highest value, the highest effect of land use, and compliance with the requirements of its conservation and improvement. In Ukraine, the share of arable land in the total area of land occupies 53.9%, which is the highest indicator in comparison with other countries of the world. However, according to the level of efficiency of land use, our country is considerably inferior to the developed countries of the world. A prerequisite for the establishment of an effective land tenure system in Ukraine can be only objective and expedient transformation of land ownership relations. Today, in Ukraine, there is a concentration of land resources in the hands of agroholdings, which is accompanied by uncontrolled exploitation of land with violation of the rules of rational land use. At the same time, a problem of preserving the soil fertility of Ukraine, preventing the reduction of humus levels over the erosion processes and as a result of the economic activity of people is quite acute. For the consequences of irrational land use, there must be an environmentally oriented responsibility. Organic fertilizers are a necessary prerequisite for environmentalizing the agrarian sector of the economy. One of the important elements of the environmental component of the sustainable development of the agrarian sector is the production of organically pure agricultural products. Equally important is the issue of environmental management of the agrarian sector, in particular, in the context of decentralization, environmental self-government becomes of paramount importance. The formation of the ecological worldview is important for the formation of the ecological component of the sustainable development of the agrarian sector. Today, the formation of agro-innovation relations is an important general result of the development of the agrarian sector on the path to sustainable development.

ҐЕНЕЗА ТА ПОТЕНЦІАЛ КОГНІТИВНОЇ НАУКИ
THE GENESIS AND POTENTIAL OF COGNITIVE SCIENCE

УДК 001/330

Сардак С.Е.
д.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління національним господарством
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
Соловйова Д.В.
студент
Дніпропетровський гуманітарний університет

У статті досліджено етапи періодизації розвитку когнітивної науки. Розглянуто аспекти виникнення, становлення та трансформації когнітивної науки. Визначено вчених, які сприяли формуванню когнітивної науки. Висвітлено взаємозв'язок когнітивної науки з іншими науками та напрямами наукових досліджень. Ідентифіковано сучасні можливості та перспективні напрями розвитку когнітивної науки.
Ключові слова: *когнітивна наука, когнітивістика, пізнання, розум, мозок, свідомість, сприйняття, увага, комунікації, інтелект, обробка інформації.*

В статье исследованы этапы периодизации развития когнитивной науки. Рассмотрены аспекты возникновения, становления и трансформации когнитивной науки. Определены ученые, которые способствовали формированию когнитивной науки. Освещена взаимосвязь когнитивной науки с другими науками и направлениями научных исследований. Идентифицированы современные возможности и перспективные направления развития когнитивной науки.
Ключевые слова: *когнитивная наука, познание, разум, мозг, сознание, восприятие, внимание, коммуникации, интеллект, обработка информации.*

The article examines the stages of periodization of the development of cognitive science. The aspects of occurrence, formation and transformation of cognitive science. Determined scientists who contributed to the formation of cognitive science. Illuminated the relationship of cognitive science with other Sciences and areas of research. Identified current opportunities and promising directions of development of cognitive science.
Key words: *cognitive science, cognition, mind, brain, consciousness, perception, attention, communications, intelligence, information processing.*

Постановка проблеми. Когнітивна наука (когнітологія) є самостійною галуззю наукового знання. Головним завданням цієї науки є дослідження процесів, пов'язаних з отриманням інформації її зберіганням, обробкою й використанням людиною. Когнітивна наука базується на розумових процесах і має справу з широкою областю розумових структур та процесів, включаючи сприйняття, запам'ятовування, вирішення завдань, а також визначає природу механізмів, наявних у людини в процесі мислення.

Важливою передумовою появи «пізнавальної» науки були розробки у сфері медицини (дослідження роботи мозку, упровадження технологій діагностики стану здоров'я людини та її свідомості) та комп'ютерних дисциплін (створення програм які здатні виконувати такі ж види завдань які здійснює мозок людини) [6]. І зараз, когнітивна наука, являє собою міждисциплінарний синтез наук пов'язаних єдиною проблематикою (свідомість, мозок, мова), що робить її важливою, необхідною та актуальною для суспільного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливий внесок у становлення когнітивістики як науки зробили такі вчені як: Дж. Р. Андерсон, Б. М. Величковський, В. М. Дружинін, А. П. Кулешов, Т. Х. Лиха, Н. С. Пряжніков, Р. Солсо, В. Ф. Спірідонов, Д. В. Ушаков, М. В. Фалікман та інші. Але, у когнітивній науці недостатньо уваги приділено питанню її подальшого історичного розвитку, а також, застосуванню здобутків у інших науках та різних сферах суспільного життя людини, що й потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження історії становлення та потенціалу розвитку когнітивної науки. Для досягнення даної мети у статті поставлено та вирішено наступні завдання: визначення витоків когнітивної науки; висвітлення періодизації становлення когнітивної науки; ідентифікація можливостей когнітивної науки у теорії та практиці; прогнозування перспективи розвитку когнітивної науки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Когнітивна наука являє собою широку міждисциплінарну галузь досліджень та знань, а також, сукупність різноманітних дисциплін, які вивчають розум (інтелект) з охопленням психічної сфери. У даній сфері співпрацюють фахівці з когнітивної психології, дитячої психології, штучного інтелекту, семіотики, лінгвісти, філософи й логіки, математики, фахівці з комп'ютерних наук, когнітивної антропології й нейропсихології. Когнітивна наука досліджує мислення, що уміщує широку сферу розумових структур і процесів, включаючи сприйняття, запам'ятовування, вирішення завдань, визначення природи механізмів процесу мислення і розуміння. Відповідно розвиток когнітивної науки має певну періодизацію пов'язану з творчим внеском численних науковців (таблиця 1).

Якщо на початку XX ст. формувалося підґрунтя виникнення когнітивної науки, то у 1936 р. були закладені її основи дослідженнями математика А. Тьюрінга, який довів, що для проведення будь-якого обчислення є достатнім повторення елементарних операцій. Тим самим відкрилися перспективи для перевірки й реалізації відомої ідеї Т. Гоббса і Д. Буля, що «мислення є обчислення» [9]. Коли математик К. Шеннон в 1948 р. почав перевіряти цю ідею то він припустив, що кожен елемент інформації може бути представлений як вибір однієї з двох рівноймовірних альтернатив, а кількість переданої через канал зв'язку інфор-

Таблиця 1

Періодизація розвитку когнітивної науки

№	Період	Характеристика
1.	Початок XX ст.	Розвиток і трансформація наукових основ біхевіоризму (психології поведінки тварин та людей) – розробки Е. Торндайка (1911) та Дж. Уотсона (1913). Початок розробок у сфері психоаналізу – роботи З. Фрейда «Тлумачення сновидінь» (1900), «Психопатологія повсякденного життя» (1901), «Я і Воно» (1923), «Тотем і табу» (1913), «Психологія мас і аналіз людського "Я"» (1921), цей напрям продовжували його послідовники: К. Юнг, А. Адлер, Ш. Ференці, О. Ранк, К. Абрахам.
2.	20-30-ті рр. XX ст.	Як напрям психології сформувався підхід до психологічного розуміння природи, навчання, уявлень в «гештальтпсихології» (М. Вертгеймер, С. Келлер, К. Коффка, К. Левін).
3.	30-50-ті рр. XX ст.	Формування наукових основ і зародження когнітивної науки: дослідження математика А. Тьюрінга (1936); обчислення за допомогою двійкової системи числення (у бітах) математика К. Шеннона (1948); обробка інформації у людини, структури мови і її впливу на мислення, розробки штучного інтелекту Н. Хомського та Н. Вінера (1950); створення М. Мінським та Дж. Маккарті лабораторії штучного інтелекту (1959).
4.	Середина XX ст. (11.09.1956 р.)	Виникнення (ідентифікація) когнітивної науки за розробками та доповідями Дж. Міллера, Н. Хомського, А. Ньюелла і Г. Саймона.
5.	60-ті рр. XX ст.	Дослідження пізнавальних і розумових процесів у межах сформованої когнітивної науки та комп'ютерної революції в умовах швидкого розвитку обчислювальної техніки. Дж. Міллер з Дж. Брунером, створив Центр по вивченню процесів мислення (1960 р.).
6.	70-80-ті рр. XX ст.	Формування єдиного дослідницького поля когнітивної науки та його поширення – М. Мінський та С. Паперт розвили теорію ментального суспільства (1970 р.). У. Маккалок та У. Піттс сформували штучну нейронну мережу яка використовувалася в прикладних областях (1980 р.).
7.	90-ті рр. XX ст.	Зростання нових напрямів досліджень у когнітивній науці та її суспільно-наукова популяризація. Розроблялася проблема соціального інтелекту Куніцина В.Н (1991 р.), а також цим займались Г. Айзенк, Г. Ганднер, Ю.М. Ємельянов, Н.А. Кудрявцева, Д.В. Ушаков, С.С. Бєлова, Е.С. Михайлова.
8.	10-ті рр. XXI ст.	Суспільне визнання, обговорення та упровадження досягнень когнітивної науки в науці та освіті (Нобелівська премія Д. Канеману та В. Сміту в 2002 р.).
9.	20-ті рр. XXI ст.	Трансформація когнітивної науки та задіяння її потенціалу у практиці (наукові дискурси у сфері проблематики когнітології та форм її практичного втілення). Перші наукові дослідження «машинної графіки» (2006 р.). Виникнення нової області – «культурна біологія» або «культурна нейронаука» (2010 р.). Створення Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація когнітивної лінгвістики і поетики» (2012 р.). Проведення семінару-дискусії «Криза сучасного європейського мислення та когнітивна революція» (2014 р.).

мації може бути виміряна за допомогою двійкової системи числення (в бітах). Надалі ці результати були застосовані до вивчення функціонування центральної нервової системи людини. Математичне моделювання процесів обробки інформації у людини йшло з експериментальним вивченням цих процесів, початок якому було покладено роботою школи гештальтпсихології.

Пізніше у 1948 р. висунута гіпотеза, що мислення, яке є процесом перероблювання когнітивної інформації, може протікати в нейронних мережах. З часом була розроблена найперша нейронна модель мозку, де взаємодія між мережами нейронів імітували закономірні логічні операції пропорціонального обчислення.

Значну роль у становлення когнітивної науки у 1950 р. зробив Н. Вінер та інші його колеги у сфері кібернетики та теорії автоматів, що пояснювали активність центральної нервової системи, відштовхуючись від аналогії між цілеспрямованим функціонуванням технічних систем і відповідними формами поведінки людей [4].

У роботах Н. Хомського почали визначатися кола проблем когнітивних наук – обробка інформації у людини, структура мови і її вплив на мислення, розробки штучного інтелекту. Ці відкриття постали основою для подальших систематичних спроб опису загальної структури когнітивної системи людини й формування когнітивної психології.

11 вересня 1956 р. вважається днем народження когнітивної науки, на симпозіумі в Массачусетському технологічному інституті (МТІ), коли відбулися три доповіді, що конституювали когнітивну науку. Виступили з доповідями: експериментальний психолог Дж. Міллер: «Магічне число 7±2»; лінгвіст Н. Хомський: «Три моделі мови»; представники в галузі комп'ютерного моделювання і штучного інтелекту А. Ньюелл і Г.

Саймон, майбутній нобелівський лауреат з економіки [3; 5; 15].

Таким чином, можна виділити три корені когнітивної науки: винахід комп'ютерів і спроба створити програми, що змогли б вирішувати завдання, які вирішуються людьми в їх житті; розвиток психології пізнання, що розглядається як перероблення інформації; становлення теорії граматики та пов'язаних з нею гілок лінгвістики.

У кінці 1960 р. серйозний вплив на дослідження пізнавальних і розумових процесів в когнітивній науці справила комп'ютерна революція і швидкий розвиток обчислювальної техніки. Поступово це стало домінантним напрямом, який орієнтований на створення нових когнітивних комп'ютерних моделей, які могли б розглядатися як досить адекватні імітації різних аспектів людського пізнання. Згодом велику роль в когнітивній науці почали грати також дослідження з етології й соціобіології, а також методики, що дають можливість безпосереднього спостереження над роботою мозку.

У зв'язку з цим, у 60-80 рр., в когнітивній науці склалися три основні теоретичні напрями пізнання: модульний, символьний та нейромережевий (конекціонізм).

З часом, когнітивна наука звернулася до системи «перероблення інформації», і тому та інформація яка раніше губилася, стала повертатися і вивчатися знову. У 2002 р. відбувся «Московський семінар з когнітивної науки» – відкритий міждисциплінарний семінар за участю психологів, нейрофізіологів, лінгвістів, математиків і філософів з науково-дослідних інститутів і університетів. Семінар присвячувався обговоренню сучасного стану та проблем системи наук про пізнання (на цей момент об'єднаних під загальною назвою «когнітивна наука»).

У 2002 р. Д. Канеману та В. Сміту присуджується премія імені А. Нобеля по економіці за застосування психологічних методів в економічній науці та дослідження суджень і їх розвиток в невизначених обставинах. Д. Канеман зазначив, що рішення які приймає людина по суті, ухиляється від визначення економічних розробок конкретної моделі homo economicus.

Критика моделі «людина економічна» була і до Д. Канемана (згадаємо нобелівських лауреатів Г. Саймона і М. Алле), але тільки Д. Канеман та його колега А. Тверські почали розглядати прийняття рішень в психології. Відзначився й економіст В. Сміт, який нагороджувався разом з Д. Канеманом Нобелівською премією з економіки, але при цьому був його постійним суперником щодо ірраціональної поведінки людини.

У 2004 р. була проведена «Перша російська Інтернет-конференція з когнітивної науки» де обговорювалися аспекти пізнання і його еволюція, інтелект, мислення, сприйняття, свідомість, уявлення і придбання знань, мова як засіб пізнання і комунікації, мозкові механізми пізнання, емоцій і складні форми поведінки. До участі в конференції запрошувались: психологи, лінгвісти, нейрофізіологи, фахівці зі штучного інтелекту, нейроінформатики та фахівці з комп'ютерної науки, філософи, антропологи й інші вчені з міждисциплінарних питань (К. В. Анохін, Б. М. Величковський, С. В. Кодзасов, М. Познер, Х. Ріттер, М. Томаселло, У. Чейф, Т. В. Чернігівська) [2].

У цей же час в Україні також відзначилась активізація уваги наукової думки щодо дослідження змісту та ролі когнітивних процесів й упровадження наукових розробок в освітній процес, переважно у сфері інформаційної лінгвістики. Лінгвістична комунікація є активно розвиненою і безпосередньо з'єднаною з такими дисциплінами як: етнографія, етнологія, інформатика, кібернетика, комунікативістика (теорія комунікативних систем), культурологія, логіка, психологія, риторика, семіотика, соціологія, теорія штучного інтелекту та філософія (теорія про пізнання, дослідницька філософія та інформаційна філософія). Лінгвістична комунікація має тісний зв'язок з багатьма розділами мовознавства до якого входять: граматика, лексикологія, стилістика, фонетика, інженерна лінгвістика, етнолінгвістика, етнопсихолінгвістика, лінгвокогнітологія, психолінгвістика, мовленнєва діяльність, структурна та прикладна лінгвістика, функціональна лінгвістика та ін.

В Україні у сфері освіти почала зростати роль когнітивних складових у різних дисциплінах, що викладаються студентам. У 2010 р. створюється нова сфера науки за допомогою антропології та нейронауки (виникла нова область, як «культурна біологія» або «культурна нейронаука», це був зовсім інший погляд на особливості психіки людини) [3; 5; 15]. З 2012 року була заснована Всеукраїнська громадська організація «Українська асоціація когнітивної лінгвістики й поетики». У 2014 р. в м. Львів проведено семінар-дискусію на тему: «Криза сучасного європейського мислення та когнітивна революція».

Таким чином, можна констатувати, що когнітивна наука у минулому мала витоки з інших наук, пройшла сторічний період формування та становлення, а зараз демонструє собою міждисциплінарну єдність наук пов'язаних єдиною проблемою (свідомість, мозок, мова) й з часом знайшла сферу свого застосування і продукує інші науки (рис. 1).

Когнітивна наука сформована з таких наук як: філософія яка досліджує найзагальніші закони розвитку природи, суспільства та мислення; нейронаука, яка займається вивченням нервової системи; антропологія яка є осмисленням походження та еволюції людини; теорія інформації, яка досліджує забезпечення розумних міркувань і дій за допомогою обчислювальних систем та інших штучних пристроїв; лінгвістика, що вивчає

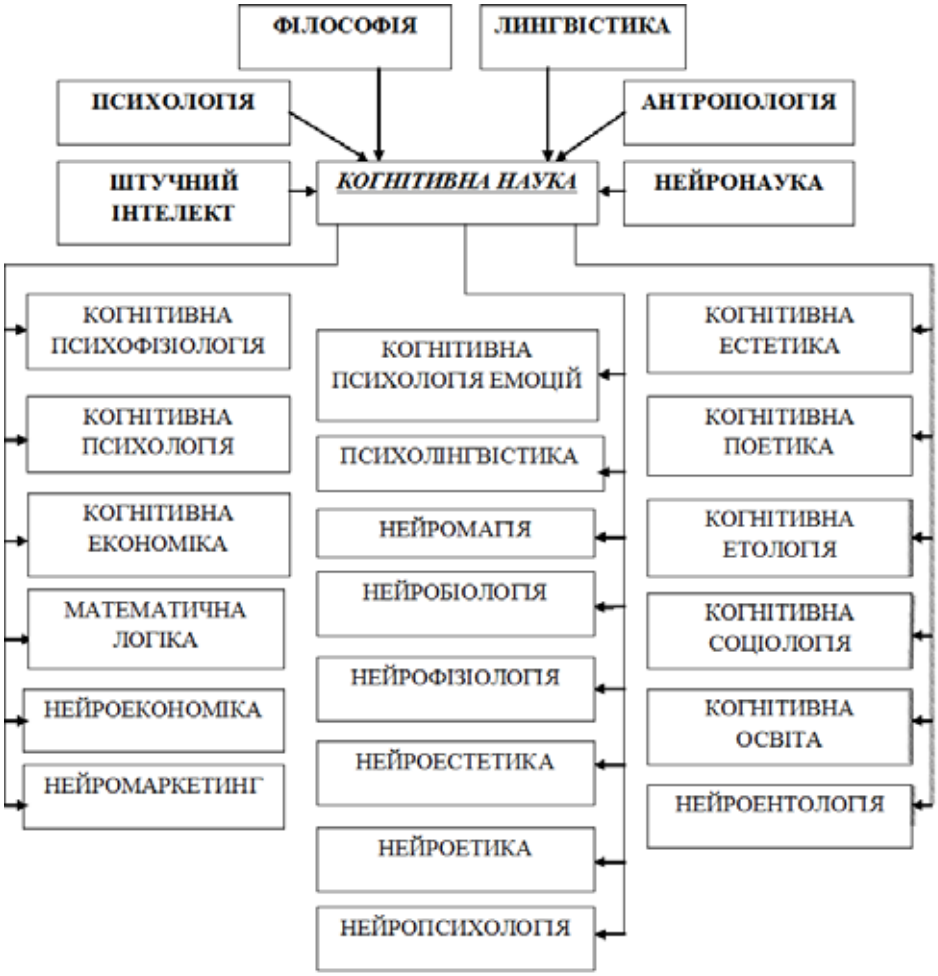


Рис. 1. Взаємозв'язок та розвиток когнітивної науки

мову в усій її складності; психологія, що вивчає закономірності, розвиток і форми психічної діяльності живих істот.

З когнітивної науки виникли окремі науки які зберігають автономію і значну різноманітність, але в той же час дослідження здійснюються у рамках когнітивної науки, застосовуючи її потенціал. Когнітивна етологія, вивчає інтелект тварин. Когнітивна економіка вивчає аналіз, вивчення і пошуку рішень для широкого спектра проблем економіки через призму когнітивних підходів, включаючи: поведінковий підхід, психологічний і психофізіологічний підходи, нейропідхід, що реалізується в нових перспективних напрямках, відкриваючи величезні можливості для теоретичного розвитку економіки і роботи в практичній області. Сформовано основи нейроекономіки і нейромаркетинга, як вивчення реакції споживачів на ті чи інші особливості продукту, яке здійснюється з використанням методів реєстрації активності мозку, рухів очей і поведінки. Когнітивна естетика і нейроестетика досліджує когнітивні і мозкові фактори, що визначають сприйняття прекрасного. З когнітивною естетикою перекликається один з популярних напрямів когнітивної лінгвістики останніх десятиліть – когнітивна поетика. Ще однією новітньою і вельми популярною областю досліджень є «нейромагія», яка розвивається на стику психології уваги, нейрофізіології і практики професійних ілюзіоністів й займається вивченням обмежень і помилок людського сприйняття і уваги, що стоять не тільки за цирковими фокусами і діяльністю професійних кишенькових злодіїв, але і за автомобільними аваріями, невірною медичною діагностикою та багатьма іншими професійними та побутовими помилками. Когнітивна освіта, вивчає умови підйому кожної людини до вищого, наукового рівня знання, уміння та навичок в соціальному середовищі. Нейрофізіологія – вивчає нервову систему її функцію та основні структурні одиниці – нейрони. Нейробіологія – наука, що вивчає основи, функціонування та розвитку генетики, біохімії, фізіології і патології нервової системи. Нейропсихологія – наука, яка досліджує мозок з психічними процесами. Нейроетологія – наука про нервові механізми поведінки, нервову регуляцію поведінкових актів різних видів тварин та механізмів людського пізнання. Когнітивна психологія емоцій вивчає

взаємозв'язки пізнання і емоції. Соціальна когнітивна наука досліджує усі аспекти пізнання індивіда, що входить в співтовариство. Існують такі науки, як когнітивна психофізіологія, що в цілому розглянута вченими, як своєрідна система, яка наділена пристроєм введення інформації та її подальшого зберігання, а також вивчається пропускна можливість такої системи, завдяки якій здійснюється діяльність мозку. Когнітивна нейронаука – вивчає нервові системи на різних рівнях, від молекулярного до рівня цілого організму.

Можна стверджувати, що сьогодні когнітивна наука стала не просто одним з нових напрямів, але самостійною галуззю теоретичного знання і практики, яка дала початок новим оригінальним ідеям, наукам і підходам. Зараз в когнітивній науці з'являються нові інтелектуальні технології, які постають не лише наукоємними, але й більш динамічними галузями, для яких характерним є швидке моральне старіння і скорочення життєвого циклу [7; 12].

Висновки з проведеного дослідження. У статті визначено, що когнітивна наука вивчає людські процеси пізнання які охоплюють широку сферу психологічних процесів (сприйняття, впізнання образів, уваги, навчання, пам'яті, формування понять, мислення, уяви, запам'ятовування, мови, процесів розвитку й емоційних процесів, що охоплюють різні поведінкові сфери). Когнітивна наука досліджує те, як люди знаходять інформацію про світ, як цю інформацію людина представляє, як зберігає її в пам'яті і перетворює у знання та як відбувається вплив цього знання на людську увагу й поведінку.

Технічним досягненням, що зробило когнітивістику можливою, стали новітні комп'ютерні технології та нові методики мозкового сканування. Потужні комп'ютери дозволяють здійснювати томографію, электроенцефалографію та зазирати всередину мозку й отримувати відомості про його роботу. У когнітивній науці з теорії штучного інтелекту були взяті та використані комп'ютерні моделі і методи експерименту, що беруть основи з фізіології та психології мозку людини. Розвиток, який зараз спостерігається у когнітології, спрямований на вирішення «загадки розуму». У майбутньому це буде початком створення систем штучного інтелекту, що продемонструє як оволодіти здібностями до творчості, вільного спілкування з людиною та самостійного навчання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андерсон Дж. Р. Когнитивная психология / Дж. Р. Андерсон – СПб. : Питер, 2006. – 589 с.
2. Величковский Б. М. Когнитивная наука: основы психологии познания. – В 2-х т. – М.: Смысл : Издательский центр «Академия», 2006. – Т. 1. – 448 с.; Т. 2.- 432 с.
3. Горизонты когнитивной психологии / Под ред. В.Ф. Спиридонова и М.В. Фаликман. М. : Языки славянских культур, РГГУ, 2012.
4. История современной психологии / Под ред. Т. Х. Лихи. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 448 с.
5. Когнитивная психология : история и современность. Хрестоматия. Под ред. М. В. Фаликман, В. Ф. Спиридонова. М., 2011. – 384 с.
6. Когнитивная психология : учебн. для вузов / Под ред. В. Н. Дружинина, Д. В. Ушакова – М. : ПЕР СЭ, 2002. – 480 с.
7. Кулешов А. П. Когнитивные технологии в адаптивных моделях сложных объектов / А. П. Кулешов // Информационные технологии и вычислительные системы. – 2008. – Вып. 1. – С. 18 – 29.
8. Лефрансуа Г. Р. Прикладная педагогическая психология / Г. Р. Лефрансуа. – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – 416 с.
9. Лобанов А. П. Когнитивная психология: от ощущений до интеллекта : учеб. пособ. / А. П. Лобанов. – Минск : Новое знание, 2008. – 376 с.
10. Марцинковская Т. Д. История психологии : учебник для вузов – 7-е изд. / Т. Д. Марцинковская – М. : Академия, 2007. – 538 с.
11. Пряжников Н. С. Психология труда и человеческого достоинства / Н. С. Пряжников. – М. : Академия, 2004. – 318 с.
12. Сардак С. Е. Науково-методичні основи управління розвитком виробництва у національній економіці : моногр. / С. Е. Сардак, В. В. Джинджоян. – Д. : Інновація, 2010. – 175 с.
13. Сардак С. Е. Управлінсько-регуляторні аспекти розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації : моногр. / С. Е. Сардак. – Д. : Вид-во ДНУ, 2012. – 460 с.
14. Солсо Р. Когнитивная психология / Р. Солсо. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2011. – 589 с.
15. Фаликман М. В. Когнитивная наука: основоположения и перспективы / М. В. Фаликман // Философско-литературный журнал "Логос". – 2014. – № 1. – С. 1–18.
16. Фаликман М. В. Общая психология. Внимание : учебн. для ВУЗов / М. В. Фаликман. – М. : Издательский центр "Академия". – 2006. – 480 с.

REFERENCES:

1. Anderson Dzh. R. Kognitivnaya psikhologiya / Dzh. R. Anderson – SPb. : Piter, 2006. – 589 s.
2. Velichkovskiy B. M. Kognitivnaya nauka: osnovy psikhologii poznaniya. – V 2-kh t. – M.: Smysl : Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 2006. – T. 1. – 448 s.; T. 2.- 432 s.
3. Gorizonty kognitivnoy psikhologii / Pod red. V.F. Spiridonova i M.V. Falikman. M. : Yazyki slavyanskikh kul'tur, RGGU, 2012.
4. Istoriya sovremennoy psikhologii / Pod red. T. Kh. Likhi. – 3-e izd. – SPb.: Piter, 2003. – 448 s.
5. Kognitivnaya psikhologiya : istoriya i sovremennost'. Khrestomatiya. Pod red. M. V. Falikman, V. F. Spiridonova. M., 2011. – 384 s.
6. Kognitivnaya psikhologiya : uchebn. dlya vuzov / Pod red. V. N. Druzhinina, D. V. Ushakova – M. : PER SE, 2002. – 480 s.
7. Kuleshov A. P. Kognitivnye tekhnologii v adaptivnykh modelyakh slozhnykh ob"ektov / A. P. Kuleshov //

Informatsionnye tekhnologii i vychislitel'nye sistemy. – 2008. – Vyp. 1. – S. 18–29.

8. Lefransua G. R. Prikladnaya pedagogicheskaya psikhologiya / G. R. Lefransua. – SPb. : Praym-EVROZNAK, 2005. – 416 s.

9. Lobanov A. P. Kognitivnaya psikhologiya: ot oshchushcheniy do intellekta : ucheb. posob. / A. P. Lobanov. – Minsk : Novoe znanie, 2008. – 376 s.

10. Martsinkovskaya T. D. Istoriya psikhologii : uchebnik dlya vuzov – 7-e izd. / T. D. Martsinkovskaya – M. : Akademiya, 2007. – 538 s.

11. Pryazhnikov N. S. Psikhologiya truda i chelovecheskogo dostoinstva / N. S. Pryazhnikov. – M. : Akademiya, 2004. – 318 s.

12. Sardak S. E. Naukovo-metodychni osnovy upravlinnia rozvytkom vyrobnytstva u natsionalnii ekonomitsi : monohr. / S. E. Sardak, V. V. Dzhyndzhoian. – D. : Innovatsiia, 2010. – 175 s.

13. Sardak S. E. Upravlinsko-rehuliatorni aspekty rozvytku liudskykh resursiv v umovakh hlobalizatsii : monohr. / S. E. Sardak. – D. : Vyd-vo DNU, 2012. – 460 s.

14. Solso R. Kognitivnaya psikhologiya / R. Solso. – 6-e izd. – SPb. : Piter, 2011. – 589 s.

15. Falikman M. V. Kognitivnaya nauka: osnovopolozheniya i perspektivy / M. V. Falikman // Filosofsko-literaturnyy zhurnal “Logos”. – 2014. – № 1. – S. 1–18.

16. Falikman M. V. Obshchaya psikhologiya. Vnimanie : uchebn. dlya VUZov / M. V. Falikman. – M. : Izdatel'skiy tsentr “Akademiya”. – 2006. – 480 s.

Sardak S. E.
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at Department of Economics and Management of National Economy
Oles Honchar Dnipro National University
Soloviova D. V.
Student,
Dnipropetrovsk University of Humanities

THE GENESIS AND POTENTIAL OF COGNITIVE SCIENCE

The purpose of this article is to study the history of formation and development potential of cognitive science, which represents a wide interdisciplinary area of research and knowledge, as well as the totality of the various disciplines that study the mind (intellect), covering the mental sphere.

The article examines the Genesis of the formation of cognitive Sciences and performed her periods at ten years intervals since the early twentieth century.

Determined that the basis of cognitive science was laid in the early twentieth century due to the development of the foundations of behaviourism, psychoanalysis, Gestalt therapy, and computer technology. The emergence of cognitive science occurred in the mid 50-ies of XX century and began to consolidate research and cognitive thought processes with the rapid development of computers and computer technology. Until the end of the twentieth century cognitive science formed a potential which from the beginning of the XXI century began to be used in other areas of scientific research and ensure the emergence of new Sciences.

It is considered by cognitive science in the past had origins from other Sciences (philosophy, linguistics, psychology, anthropology, artificial intelligence, neuroscience), was a century-long period of formation and establishment, and is now demonstrating an interdisciplinary unity of the Sciences connected with problem (cognitive psychology, cognitive psychology, cognitive Economics, cognitive aesthetics, cognitive poetics, cognitive education, and the like), found its sphere of application and produces other interdisciplinary research areas (including neuroeconomics, neuromarketing, neurophysiology, necromage the like).

Predicted that cognitive science will develop in the direction of creating artificial intelligence systems that will demonstrate how to master skills for creativity and free communication with the person and self-study.

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

PRIORITY AREAS OF IMPROVEMENT OF INTERNATIONAL INVESTMENT IN UKRAINE

УДК 339.976.4

Побоченко Л.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри МЕВ і бізнесу
Навчально-наукового інституту
Міжнародних відносин
Національного авіаційного університету
Мухамедова Д.Р.
студентка
Навчально-наукового інституту
Міжнародних відносин
Національного авіаційного університету

У статті досліджено вплив прямих іноземних інвестицій, які є одним з основних чинників інтеграції національної економіки у світову систему. Проаналізовано динаміку прямих іноземних інвестицій та основні країни-інвестори в економіку України. Досліджено інвестиційні активи, які є безпосереднім компонентом у структурі платіжного балансу. Визначено проблеми використання іноземних інвестицій в Україні.

Ключові слова: *інвестиції, прямі іноземні інвестиції, країна-інвестор, інвестиційна привабливість, інтеграційні процеси, платіжний баланс.*

В статье рассмотрена роль прямых иностранных инвестиций, которые являются одним из основных факторов интеграции национальной экономики в мировую систему. Проанализирована динамика прямых иностранных инвестиций в экономике Украины. Рассмотрены основные страны-инвесторы, которые сотрудничают с нашей страной. Исследованы инвестиционные активы, которые являются непосредственным компонентом в структуре платежного баланса. Определены проблемы использования иностранных инвестиций в Украине.

Ключевые слова: *инвестиции, прямые иностранные инвестиции, страна-инвестор, инвестиционная привлекательность, интеграционные процессы, платежный баланс.*

The article examines the role of foreign direct investment, which is one of the main factors of integration of the national economy into the world system. The dynamics of foreign direct investment in the economy of Ukraine is analyzed. The main countries-investors who cooperate with our country are considered. Investment assets, which are a direct component in the balance of payments structure, are investigated. The problems of using foreign investments in Ukraine are determined.

Key words: *investments, foreign direct investment, investor country, investment attractiveness, integration processes, balance of payments.*

Постановка проблеми. Імпорт прямих іноземних інвестицій дасть можливість удосконалити виробничу силу країни, простимулює зростання рівня інновацій та наукоємності ринку за рахунок тісного взаємозв'язку техніки і технологій. В Україні існує проблема дефіциту фінансових ресурсів, через що неможливо самостійно здійснювати інвестування різних сфер економіки. Таким чином, вирішення проблеми є важливим та досить актуальним в питанні економічного зростання держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивчення різноманітних аспектів сфери іноземного інвестування, у тому числі участі України у процесах міжнародної інвестиційної діяльності, знайшло відображення у працях провідних українських та світових вчених. Серед яких потрібно відзначити: Л. Басовського, Л. Борщ, О. Вовчак, О. Гаврилюк, А. Гойко, Б. Губського, В. Гриньова, В. Дубровського, А. Дуку, Л. Коваленко, В. Козика, Б. Колтинюка, Ю. Макогона, О. Носова, Г. Подшиваленко, А. Пехника, А. Поручника, Н. Реверчука, С. Реверчука, О. Рогача, В. Федоренко, А. Філіпенка та інші.

Постановка задачі. Визначити та обґрунтувати взаємовплив між фінансовими кризами та платіжним балансом України впродовж останніх років внаслідок політичної нестабільності та виявити можливі шляхи залучення інвестицій в економіку України. Знайти та запропонувати методи захисту економіки від можливого негативного впливу внаслідок припливу прямих іноземних інвестицій.

Викладення основного матеріалу дослідження. Інвестиційний клімат безпосередньо впливає на основні показники соціально-економічного розвитку України. Сприятливий інвестиційний клімат уможливлює вирішення соціальних проблем, забезпечує високий рівень зайнятості населення, дозволяє оновлювати виробництво, проводити модернізацію й впроваджувати новітні технології.

За даними аналітиків невизначене військове українсько-російське питання між сусідніми країнами, яке спричинило конфлікт значно стримує інвестиції в Україну. Але нові прямі іноземні інвестиції в Україну різко скоротилися після початку українсько-російського конфлікту. Навіть деяке покращення бізнес-середовища в країні заважає відновленню інвестицій саме через політичну невизначеність проблеми та загрози безпеці самої країни, а не тільки її економіці.

Потрібно відзначити, що значна частина прямих інвестицій ще задовго до того, як розпочався конфлікт, потрапляла до України через офшорні компанії та насправді мала українське або російське походження. Щоб підвищити ймовірність залучення справжнього іноземного капіталу, необ-

хідно усунути значні перешкоди, що існували ще задовго до початку конфлікту.

Прямі інвестиції в Україну почали падати ще перед подіями 2014 року. Вже у 2013 році ПІІ знизилися на 46,4% у порівнянні з 2012 роком – внаслідок скорочення попиту на український експорт, погіршення політичної ситуації та економічної невизначеності. Схоже падіння відбулося у 2009 році на тлі різкого зниження глобальних інвестиційних потоків внаслідок світової фінансової кризи, внаслідок чого прямі іноземні інвестиції в Україну знизилися на 56%.

В умовах сьогодення іноземні інвестиції характеризуються можливістю значно покращити платіжний баланс країни, здійснювати позитивний демонстраційний клімат завдяки інноваціям, підвищувати бюджетні надходження за рахунок сплати податків і таким чином задовольняти всі потреби ринку. Безперечною перевагою є підвищення конкурентоспроможності на тлі всіх цих позитивних чинників, проте, існує і негативна сторона. ТНК намагаються експортувати свою продукцію і таким чином заважають аналогічному імпорту конкурентів, в умовах монополізації послаблюється участь національних підприємств. Навіть платіжний баланс країни може погіршитися за умови імпорту сировини та репатріації прибутків (табл. 1).

Зростання притоку прямих іноземних інвестицій в Україні спостерігається в усі роки. Хоча динаміка обсягів ПІІ є позитивною, однак, темпи щорічного приросту є невисокими, що свідчить про недостатню інвестиційну привабливість країни.

Прямі іноземні інвестиції, як і сальдо, в Україну не значно збільшилися у 2016 році порівняно із попереднім роком, різниця становить 642,1 млн. дол. США. та 649,3 млн. дол. США відповідно. На сьогоднішній день прямі іноземні інвестиції ще не досягли рівня 2013 і тим більше 2012 року. До того ж, це зростання значною мірою викликане докапіталізацією банків з іноземним капіталом, тоді, як кількість нових інвестицій залишається невисокою (рис. 1).

Інвестиції в основному надходять зі 125 країн світу. Основними інвесторами України, на яких припадає 83,5% загального обсягу інвестицій, залишаються Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Російська Федерація, Австрія, Великобританія, Британські Віргінські Острови, Франція, Швейцарія та Італія. Найбільша частка інвестицій обсягом 13,241 млрд. дол. США або 29,6% їх загального обсягу припадає на українську промисловість. Російська Федерація серед країн-інвесторів займає 1 місце. При цьому інформацію про обсяг коштів, що надійшли від російських інвесторів саме у банківській сектор за даними Державної статистики України проаналізу-

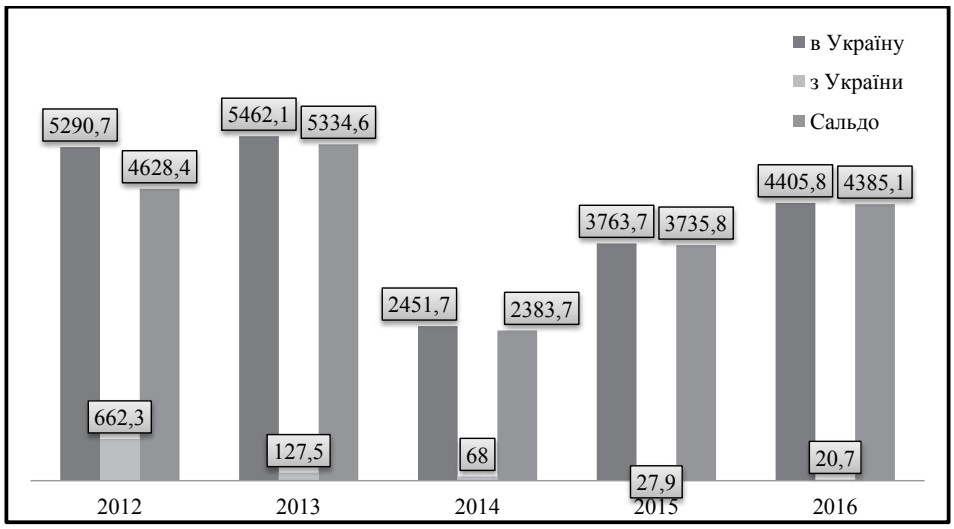


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій у 2012-2016рр., (млн. дол. США).

Джерело: Побудовано авторами за даними Державної служби статистики України.

Таблиця 1

Динаміка прямих іноземних інвестицій у 2012-2016 рр., млн. дол. США

Рік	ПІІ в Україну	ПІІ з України	Сальдо
2012	5290,7	662,3	4628,4
2013	5462,1	127,5	5334,6
2014	2451,7	68,0	2383,7
2015	3763,7	27,9	3735,8
2016	4405,8	20,7	4385,1

Джерело: Складено авторами за даними Державної служби статистики України. Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя та зони проведення антитерористичної операції.

вати неможливо, адже торік законодавством скасована обов'язкову державну реєстрацію іноземних інвестицій. Ще 13,150 млрд. дол. США або 29,4% загального обсягу інвестицій припадає на фінансову та страхову діяльність.

Як зазначають експерти, за рівнем ВВП Україна значно відстає від сусідніх східноєвропейських країн. Основними драйверами, які дозволять швидко надолужити відставання, є іноземні інвестиції та експорт. Для істотного зростання української економіки необхідно отримувати в середньому 7-10 мільярдів доларів прямих іноземних інвестицій щорічно, що можливо за умови залучення іноземних інвестицій, отримання іноземних кредитів, створення спільних підприємств з іноземним капіталом за такими напрямами, як розвиток переробної промисловості, агропромислового комплексу, створення ефективних форм і механізмів управління інвестиційною діяльністю (табл. 2).

У 2016 році надходження прямих інвестицій здійснили інвестори 77 країн світу. До основних країн-інвесторів, на які припадає майже 70% загального обсягу надходжень інвестицій, належать Російська Федерація – 1667,0 млн. дол. США, Кіпр – 427,7 млн. дол. США, Велика Британія – 403,9 млн. дол. США, Нідерланди – 255,0 млн. дол. США і Австрія – 249,9 млн.дол. США.

Із країн ЄС в економіку України інвестовано 1972,0 млн. дол. США або майже 45% загального обсягу вкладень (рис.2.):

Інвестиційні активи є безпосереднім компонентом у структурі платіжного балансу. Для того, щоб визначити коливання, розглянемо статистику та динаміку платіжного балансу України. Впродовж останніх трьох років економіка України знаходиться у стані рецесії та під тиском взаємовідносин з Російською Федерацією, яка до недавніх часів виступала основним торговельним партне-

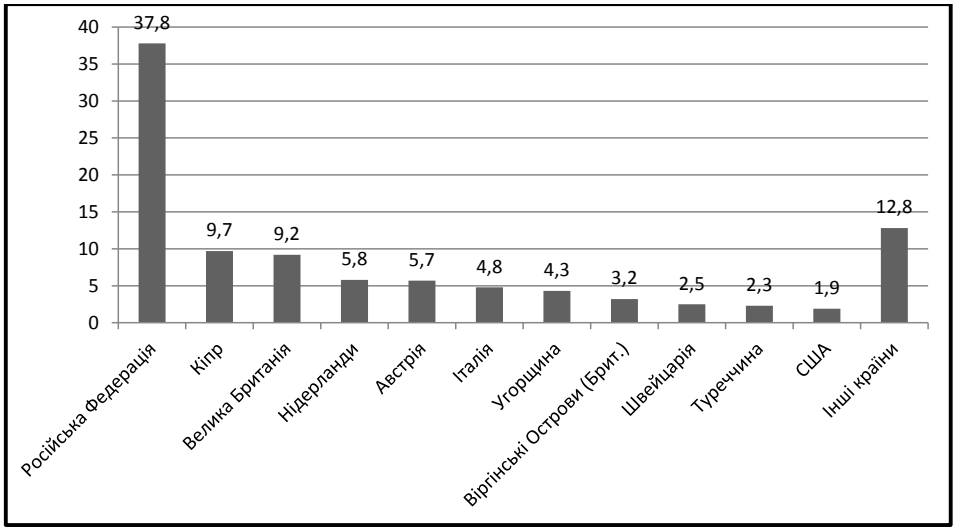


Рис. 2. Частка основних країн-інвесторів в економіку України у 2016 році, (%)

Джерело: Побудовано авторами за даними Державної служби статистики України.

Таблиця 2

Основні країни-інвестори в економіку України у 2016 році

№	Країна	Надходження прямих іноземних інвестицій у 2016 році (млн. дол. США)	У % до підсумку
1	Російська Федерація	1667,0	37,8
2	Кіпр	427,7	9,7
3	Велика Британія	403,9	9,2
4	Нідерланди	255,0	5,8
5	Австрія	249,9	5,7
6	Італія	209,9	4,8
7	Угорщина	187,6	4,3
8	Вірґінські Острови (Брит.)	140,2	3,2
9	Швейцарія	108,6	2,5
10	Туреччина	103,2	2,3
11	США	85,2	1,9
12	Інші країни	567,6	12,8
	Усього	4405,8	100,0

Джерело: Складено авторами за даними Державної служби статистики України.

ром України. Важливо зазначити, що статистичні спостереження ведуться без урахування тимчасово окупованих територій України.

Висновки з проведеного дослідження. Економічної стабільності буде передувати насамперед спроможність українських підприємств та Уряду провести заміщення споживчого російського, який з початку 2016 року є вже закритим для більшості видів українського експорту, на ринки інших країн. Безперечно, в Україні досі існує невирішена проблема щодо корупційної діяльності, і залучення прямих іноземних інвестицій допоможе у боротьбі з корупцією краще, ніж створення численних антикорупційних органів. Залучення прямих іноземних інвестицій – це і механізм переходу від макрофінансової стабілізації до інвестиційного розвитку, і драйвер економічного зростання країни, і генератор нових робочих місць та бюджетних надходжень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Foreign direct investment: Inward and outward flows and stock, annual, 1980-2016 // Unctadstat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740

2. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/zd/pik/pik_u/pik_rik_2016.html

3. Рейтинг інвестиційної привабливості України 2016 [Електронний ресурс] // Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – 2016. – Режим доступу: http://kiis.com.ua/materials/pr/20142904/RIPR2014.pdf

4. Український журнал «Економіст» 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://ua-ekonomist.com/15285-galasyuk-nvesticyi-u-virobnictvo-naykrasch-lki-vd-korupcyi.html

REFERENCES:

1. Foreign direct investment: Inward and outward flows and stock, annual, 1980-2016 // Unctadstat [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740

2. Priami investytsii (aktsionernyi kapital) [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/zd/pik/pik_u/pik_rik_2016.html

3. Reitynh investytsiinoi pryvablyvosti Ukrainy 2016 [Elektronnyi resurs] // Instytut ekonomichnykh doslidzhen ta politychnykh konsultatsii. – 2016.–Rezhym dostupu: http://kiis.com.ua/materials/pr/20142904/RIPR2014.pdf.

4. Ukrainskyi zhurnal “Ekonomist” 2017 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu:http://ua-ekonomist.com/15285-galasyuk-nvesticyi-u-virobnictvo-naykrasch-lki-vd-korupcyi.html

Pobochenko L.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of IER and Business,
Institute of International Relations,
National Aviation University
Mukhamedova D.R.
Student
Institute of International Relations,
National Aviation University

PRIORITY AREAS OF IMPROVEMENT OF INTERNATIONAL INVESTMENT IN UKRAINE

The article considers aspects of foreign direct investment. Favourable investment climate makes it possible to solve social problems, provides a high level of employment, allows updating the production, to modernize and introduce new technologies. As the experts in terms of GDP Ukraine lags far behind neighbouring Eastern European countries. The main drivers that will quickly make up for the lag is foreign investment and exports. For the significant growth of the Ukrainian economy should receive an average of 7.10 billion FDI annually, which is subject to foreign investment, obtaining foreign loans, joint ventures with foreign capital in such areas as the development of processing industry, agriculture, creation effective forms and mechanisms of investment activity.

Ukraine still exist unresolved issues regarding corrupt activities, and foreign direct investment will help in the fight against corruption rather than the creation of numerous anti-corruption bodies. Attracting foreign direct investment – this mechanism of transition from macro-financial stabilization of the investment, and the driver of economic growth and a generator of new jobs and revenue.

Ukraine should target key (existing and potential) foreign investors in ad-hoc organised investment events abroad, where it should stress that the majority of the country is not directly affected by the situation in the East. Military conflicts affect different sectors of economy in different ways. Investment in industries with high fixed capital intensity is highly deterred by conflict. Investment that is aimed at the internal market, especially in services and durable consumer products, also seem to suffer more. Irrespectively of the sector, investment is less affected if the potential return on investment is deemed high enough to compensate the risk.

ВПЛИВ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТА ДЕЗІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СТАН ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК ВСЕРЕДИНІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

THE INFLUENCE OF INTEGRATION AND DISINTEGRATION PROCESSES ON THE STATE OF ECONOMIC SECURITY OF NATIONAL ECONOMIES WITHIN INTEGRATION ASSOCIATIONS

УДК 339.65

Фірсанова В.О.
к.е.н., старший викладач кафедри міжнародних економічних відносин
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

На сучасному етапі інтеграційні процеси суттєво змінюють баланс сил у світовому господарстві. Протилежною тенденцією інтеграційних процесів є дезінтеграційні, які також мають місце у сучасній системі міжнародних економічних відносин, але їх дослідженню в економічній літературі приділяється набагато менше уваги. Тому в умовах таких трансформацій постає питання щодо економічної безпеки національних економік всередині інтеграційних об'єднань та їх подальший розвиток за можливої дезінтеграції, якому і присвячена стаття.

Ключові слова: *інтеграція, дезінтеграція, економічна безпека, національна економіка, зовнішні загрози, індикатори.*

На современном этапе интеграционные процессы существенно изменяют баланс сил в мировом хозяйстве. Противоположной тенденцией интеграционных процессов являются дезинтеграционные, которые также имеют место в современной системе международных экономических отношений, но их исследованию в экономической литературе уделяется гораздо меньше внимания. Поэтому, в условиях таких трансформаций возникает вопрос об экономической безопасности национальных экономик внутри интеграционных объединений и их дальнейшее развитие при возможной дезинтеграции, которому и посвящена статья.

Ключевые слова: *интеграция, дезинтеграция, экономическая безопасность, национальная экономика, внешние угрозы, индикаторы.*

At the present stage integration processes significantly changes the balance of power in the global economy. The opposite trend of integration processes is the disintegration, which also take place in the modern system of international economic relations, but research in the economics literature paid much less attention. Therefore, the issue raises in terms of transformation according to the economic security of national economies within integration associations and their further development at the possible disintegration, which this article deals with.

Key words: *integration, disintegration, economic security, national economy, external threats, indicators.*

Постановка проблеми. Економічна безпека держави – один із основних критеріїв існування національної економіки в міжнародних економічних відносинах. Процеси міжнародної інтеграції суттєво відкривають її «економічні кордони» перед іншими національними економіками. Основоположними є проблеми впливу інтеграційних та дезінтеграційних процесів на економічну безпеку національних економік у міжнародних економічних відносинах саме всередині інтеграційного об'єднання. Ця проблема пов'язана з доцільністю інтеграційних процесів у світовому господарстві.

Постановка завдання. Метою дослідження є стан та умови економічної безпеки національних економік всередині інтеграційних об'єднань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна безпека регіональних об'єднань досліджувалася такими вченими Алтінсом В. Гьоссе, Вестінга А.Г., Годвін С.Д., Кейбл В., Де Соза П. Дж., Абалкіним Л.І, Глазьєвим С.Ю. та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процеси міжнародної економічної інтеграції вже давно стали однією з основних тенденції у світовому господарстві та міжнародних економічних відносинах. Як показує багато досліджень, вони мають широкий вплив на глобальну систему міжнародних економічних відносин. Інтеграційні процеси сприяють соціально-економічному розвитку країн, розвитку торговельних взаємовідносин. Проте, на сучасному етапі розвитку міжнародних економічних відносин та всебічний розвиток глобалізації у світі наразі існує тенденції до дезінтеграційних процесів. Звичайно, процеси міжнародної економічної інтеграції переважають у міжнародних економічних відносинах, але не можна оминути також і процеси дезінтеграції.

Процеси міжнародної економічної інтеграції та дезінтеграції розвиваються асинхронно, тобто вони можуть заміняти один одного. Проте, зазвичай інтеграційні процеси розглядаються, як позитивне явище у міжнародних економічних відносинах, а дезінтеграційні – навпаки. Саме тому у теорії міжнародних економічних відносин більшу увагу приділяють інтеграційним процесам, як основним важелям у розвитку національних економік.

Сутність терміна «дезінтеграція» як протилежної «інтеграції» можна сформулювати, як розпад, поділ на частини цілісної структури, ослаблення, порушення зв'язків в єдиній системі. Отже, якщо інтеграція дозволяє отримувати вигоди від об'єднання розрізнених частин в єдине ціле від взаємодоповнення економік країн-учасниць, то дезінтеграція послаблює їх взаємну залежність. З одного боку, можна сказати, що інтегративні і

дезінтеграційні тенденції присутні одночасно в кожному інтеграційному угрупованні, а домінування інтеграційних забезпечує її стійке існування [1].

Якщо інтеграційні процеси сприяють розвитку світового господарства, дезінтеграційні в свою чергу мають суперечливий вплив на його розвиток. З одного боку, дезінтеграція може руйнувати вже налагоджені міжнародні економічні зв'язки між країнами насамперед торговельні зв'язки. Із іншого боку, якщо в інтеграційному об'єднанні були не взаємовигідні економічні відносини, а саме: коли лідером була одна країна чи країни, які отримували найбільшу економічну вигоду від торговельних зв'язків, після процесу дезінтеграції можуть отримати умови для економічного розвитку. З іншого боку відсутність країни-лідера також може прискорити дезінтеграційні процеси у групі країн. Головною причиною дезінтеграційних процесів є криза у суспільних, економічних та ін. відносинах [4].

Під дезінтеграцією розуміється протилежний інтеграції процес зменшення числа й інтенсивності взаємодій елементів певної системи процес розкладання, розпаду, руйнування, відділення, ізоляції та ін. Цей процес підвищує відносну самостійність і «незалежність» елементів. Однак, не можна розглядати кожне руйнування, кожен розпад, як дезінтеграцію, оскільки елементи розпаду системи набувають самостійного існування доінтеграційного періоду. Інтеграційні процеси певним чином пов'язані з дезінтеграційними. Швидкість, напрям і форма інтеграційного процесу залежать не тільки від сил причин, що діють у напрямі інтеграції, а й від сили причин, які протидіють дезінтегруються. За певних обставин останні набувають силу і переривають інтеграційний процес, хоча саме він має історично необхідний і прогресивний характер [6, с. 26-27].

Таким чином, якщо провідною силою виступає інтеграція, вона завжди пов'язана з різними дезінтеграційними процесами, які є або її передумовою, або наслідком, або супутніми щодо неї. Крім цього, існує особливий клас процесів, які протидіють інтеграції [6, с. 26-27].

Аналогічна ситуація спостерігається і у випадку, коли домінує дезінтеграція. Аналіз і прогноз такого процесу достовірний тільки за умови включення у цей розгляд факторів, що сприяють і протидіють інтеграційним процесам. Тоді можливо буде виявити обставини й умови, в яких відбувається перетворення інтеграції в дезінтеграцію і навпаки [6, с. 26-27].

Процес дезінтеграції сприяє прийняттю нових ефективних рішень, його слід

розглядати, як необхідний елемент розвитку суспільства. У даний час відбувається стрімка трансформація самої глобалізації, яка обумовлюється новими причинами і правилами для об'єднання країн. Якщо в XX в. головними причинами інтеграції економічна схожість розвитку, територіальна близькість, демонстраційний ефект (демонстрація успішного розвитку країн, які інтегрувалися, що сприяло приєднанню нових), «ефект доміно», то в XXI ст. під впливом бурхливого розвитку нових технологій, інноваційних процесів, вичерпання природних ресурсів причини інтеграції змінюються. Сьогодні до них відносять технологічну насиченість, наявність природоресурсної бази, яка може об'єднати країни різного рівня економічного розвитку і, тим більше, територіального розташування [4].

Позиції, які зараз наслідують інтеграційні угруповання цілком і повністю визначаються сучасними зрушеннями в розстановці сил на глобальних ринках. Головна тенденція цих зрушень, що виявляється в останні десятиліття, – зростання ролі країн, що розвиваються, і зменшення ролі країн розвинених. Переважна більшість діючих інтеграційних угруповань створена країнами, що розвиваються. Це можна пояснити тим, що виробники цих країн мають приблизно однаковий рівень конкурентоспроможності,а їхні уряди не вважають за необхідне посилено захищати свої ринки високими тарифними і нетарифними бар'єрами від напливу товарів із країн з порівняним ступенем техніко-економічного розвитку. У той же час щодо більш конкурентоспроможних товарів з розвинених країн в повному обсязі застосовуються режими, зафіксовані в зобов'язаннях цих країн перед СОТ. Зауважимо, що у більшості сучасних інтеграційних союзів має місце асиметрія учасників, тобто невідповідність рівнів економічного розвитку, тенденцій розвитку, що загострює проблеми підпорядкування, досягнення балансу інтересів сторін у глобальній системі міжнародної торгівлі [6, с. 80].

Уперше термін «економічна безпека» був уведений у вжиток у період великої депресії. У 1934 р. Ф. Д. Рузвельтом був створений Федеральний комітет з економічної безпеки, але це ще не означало появу окремого напряму в рамках масштабу національної безпеки. Починаючи з 1985 р, з Резолюції 40/173 Генеральної Асамблеї, Організація Об'єднаних Націй постійно звертається до розгляду проблем економічної безпеки. Підходи ООН орієнтуються перш за все на дослідження міжнародних аспектів забезпечення економічної безпеки, які мають особливе значення для розвитку відносин промислово розвинених і країн, що розвиваються, виявлення основних проблем світової економіки, аналіз національних і міжнародних джерел загроз економічній безпеці країн, що розвиваються [3, с. 4].

Отже, на нашу думку, економічна безпека національної економіки – комплекс заходів держави, які направлені на збереження стабільного економічного розвитку національної економіки. Існування національної економіки прямо залежить від

економічної безпеки країни. Це також пріоритетне завдання зовнішньої та внутрішньої політики держави. Економічна безпека національної економіки означає те, що всі економічні суб'єкти держави (ТНК, фірми та інше) та контрагенти можуть займатися діяльністю у межах своєї держави та мають право вільно функціонувати закордоном відповідно чинного законодавства для іноземних суб'єктів та контрагентів.

Але, у зв'язку зі стрімко зростаючим впливом глобалізації, постає закономірне питання у міжнародних економічних відносинах, чи ті процеси, які тісно пов'язані із глобалізацією не загрожують економічній безпеці національної економіки, чи навпаки.

Також виникає об'єктивна необхідність у безпеці не тільки і не стільки національних економік, скільки регіональних союзів, об'єднань держав, які переживають процес спільної адаптації до процесам глобалізації. Аналіз структури міжнародних відносин свідчить, що в межах регіональних об'єднань країн відбувається формування міжнародних регіональних інститутів безпеки, що дозволяють ефективно реалізовувати регіональні цілі та пріоритети, протистояти загрозам. Матеріальну основу їх складає економічна підсистема [7, с. 222].

Як наслідок, розвиток інтеграційних процесів означають більшу відкритість національних економік, і, як наслідок, за більшої відкритості існує більше загроз економічної безпеки через те, що з середини XX ст. та на початку XIX ст. світове господарство стає на інший ступінь розвитку.

Але перш за все це залежить від конкретних умов, які є всередині інтеграційного об'єднання: якщо одна група країн або країна є лідером в цьому об'єднанні, то економічна безпеки країн не лідерів може страждати через надмірне відкриття ринків, відповідної соціально-економічної політики та від інших факторів. І навпаки інтеграційне об'єднання може нейтралізувати особливо зовнішні загрози економічної безпеки національної економіки.

Говорячи про характер зв'язку, треба помітити, що індикатори економічної безпеки, опинившись під впливом векторів інтеграції та зростання, по-різному виявляють себе. Ці дії умовно розділимо на дві групи: прямі і непрямі.

З переліку індикаторів економічної безпеки до першої групи можна віднести обсяг ВВП, інвестиції, збір зерна, витрати на громадянську науку і т.д.

Іншими словами, це така група індикаторів-показників, яка миттєво реагує на зміну темпів зростання, у тому числі інтеграції.

До другої групи належать інфляція, безробіття, золотовалютні резерви, середня тривалість життя, співвідношення доходів 10% найбільш забезпеченого і 10% найменш забезпеченого населення, співвідношення середньодушових грошових доходів населення і прожиткового мінімуму та ін. [7, с. 222].

Тому можна зробити висновок, що динаміка таких показників і відображає стан економічної безпеки країн всередині інтеграційного об'єднання. Якщо ці показники рівномірно збільшуються, то можна стверджувати, що економічна безпека в регіоні зростає та із цим зростає економічна міць угруповання.

З цього випливає те, що країни тепер мають «економічний імунітет» до загроз та їх економічна безпека країн тепер врази більше. Все ж таки економічна безпека залежить від початкового стану економічного розвитку тієї чи іншої країни. І, якщо країна відстає за своїм розвитком від інших країн угруповання, економічна безпека угруповання знаходиться у нестабільному стані.

Інтеграційні об'єднання при високому рівні економічної безпеки мають змогу бути конкурентоспроможними на міжнародних ринках товарів та послуг, а також на ринку праці. Інтеграція країн також дозволяє об'єднати ресурси країн при протидіях зовнішнім загрозам.

Звісно, економічна безпека інтеграційного об'єднання залежить від її форми: що тісніше пов'язані між собою національні економіки за цим критерієм, то більший рівень його економічної безпеки та від індикаторів, які були вказані вище (рис. 1).

Якщо розглядати це на конкретному прикладі, зауважимо, що рівень економічної безпеки в ЄС на багато більше, аніж, наприклад, у зон вільної торгівлі, які є найрозвиненішими у світі. Це пов'язано із тим, що в країнах ЄС, як у конкретному прикладі повної економічної безпеки, впроваджена єдина економічна та політична системи. Тобто, тут вже більше зростає друга група індикаторів-показників економічної безпеки. В інших інтеграційних об'єднаннях, де форми інтеграції нижче, немає такого рівня економічної безпеки. Стосовно зон вільної торгівлі, то тут можна зауважити, що економічна безпека знаходиться на стадії формування, адже поки що країни зближуються у торговельних взаємовідносинах, збільшується кількість інвестицій. Тобто, тут можна побачити поліпшення індикаторів-показників першої групи економічної безпеки.

Стосовно процесу дезінтеграції, то, якщо країна має намір вийти із інтеграційного об'єднання, то стан її економічної безпеки знаходиться під загрозою, адже вона при виході з об'єднання може стати неконкурентоспроможними серед інших країн, як наслідок, вони не зможуть самостійно розвиватися.

Висновки з проведеного дослідження. Інтеграційні процеси впливають на економічну безпеку інтеграційного об'єднання швидше позитивно, ніж негативно при взаємовигідних умовах функціонування такого союзу. Дезінтеграційні процеси не сприяють розвитку економічної безпеки в регіоні, а навпаки ставлять її під сумнів перед зовнішніми загрозами.

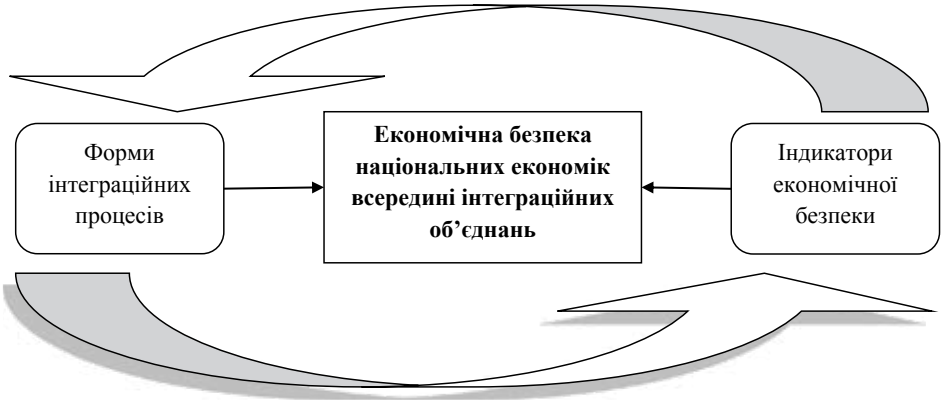


Рис. 1. Сутність впливу на економічну безпеку національних економік всередині інтеграційних об'єднань

Джерело: розроблено автором

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Воронина Т. В. Интеграция и дезинтеграция как проявление внутренних противоречий интеграционной системы / Т. В. Воронина // Пространство экономики, 2013. № 1-2. [Электронный ресурс] Режим доступа : http://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-i-dezintegratsiya-kak-proyavlenie-vnutrennih-protivorechiy-integratsionnoy-sistemy
2. Голіков А.П., Довгаль О.А. Трансформація міжнародних економічних відносин в епоху глобалізації: колективна монографія/ кол. авт.; за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. – Х: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 316 с.
3. Климонова А. Н., Юрина Е. А. Экономическая безопасность в условиях глобализации: угрозы и возможности Социально-экономические явления и процессы / А. Н. Климонова // Т. 9. № 9, 2014, с. 58-64.
4. Кулик В. П. К вопросу о современных процессах интеграции и дезинтеграции мировой экономики / В. П. Кулик // Социально-экономические явления и процессы – Т. 10, № 9, 2015. С. 93-97.
5. Моисеенко Е. Г: «Обеспечение экономической безопасности региональных объединений государств» [Текст] : автореф. дис. доктора хабилитат экономических наук: 08.00.14 : Кишинэу, 2012. – 59 с.
6. Петухова В. О. Інтеграційний вектор розвитку глобальної системи міжнародної торгівлі [Текст] : дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / Петухова Віолетта Олегівна ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2016. – 269 с.
7. Урунов А. А. Интеграция и экономический рост. – М., ИД «Грааль», 2003. – 424 с.

REFERENCES:

1. Voronina T. V. Integratsiya i dezintegratsiya kak proyavlenie vnutrennikh protivorechiy integratsionnoy sistemy / T. V. Voronina // Prostranstvo ekonomiki, 2013. № 1-2. [Elektronnyy resurs] Rezhim dostupa : http://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-i-dezintegratsiya-kak-proyavlenie-vnutrennih-protivorechiy-integratsionnoy-sistemy
2. Holikov A.P., Dovhal O.A. Transformatsiia mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn v epokhu hlobalizatsii: kolektyvna monohrafiia/ kol. avt.; za red. A. P. Holikova, O. A.Dovhal. – Kh: KhNU imeni V.N. Karazina, 2015. – 316 s.
3. Klimonova A. N., Yurina E. A. Ekonomicheskaya bezopasnost' v usloviyakh globalizatsii: ugrozy i vozmozhnosti Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy / A. N. Klimonova // T. 9. № 9, 2014, s. 58-64.
4. Kulik V. P. K voprosu o sovremennykh protsessakh integratsii i dezintegratsii mirovoy ekonomiki / V. P. Kulik // Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy – T. 10, № 9, 2015. S. 93-97.
5. Moiseenko E. G: «Obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti regional'nykh ob"edineniy gosudarstv» [Tekst] : avtoref. dis. doktora khabilitat ekonomicheskikh nauk: 08.00.14 : Kishineu, 2012. – 59 s.
6. Petukhova V. O. Intehratsiinyi vektor rozvytku hlobalnoi systemy mizhnarodnoi torhivli [Tekst] : dys. kand. ekon. nauk : 08.00.02 / Petukhova Violetta Olehivna ; Kharkiv. nats. un-t im. V. N. Karazina. – Kharkiv, 2016. – 269 s.
7. Urunov A. A. Integratsiya i ekonomicheskiy rost. – M., ID «Graal'», 2003. – 424 s.

Firsanova V.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of International Economic Relations
V.N. Karazin Kharkiv National University

THE INFLUENCE OF INTEGRATION AND DISINTEGRATION PROCESSES ON THE STATE OF ECONOMIC SECURITY OF NATIONAL ECONOMIES WITHIN INTEGRATION ASSOCIATIONS

The process of international economic integration and disintegration developing asynchronous, they can replace each other. However, the integration process is usually viewed as a positive development in international economic relations. Therefore, the theory of international economic relations more attention to integration processes as a major lever in the development of national economies.

The vast majority of existing integration groupings created by developing countries. This can be explained by the fact that the producers of these countries have approximately the same level of competitiveness, and their governments do not consider it necessary to vigorously defend its markets by high tariff and non-tariff barriers from the influx of goods from countries with a comparable technical and economic development degree.

But due to the rapidly growing influence of globalization the issue raises or the processes that are closely related to economic globalization do not threaten the security of the national economy and vice versa in the international economic relations.

Also there is an objective need for security is not only and not so much national economies as regional alliances, associations, states experiencing a collaborative process to adapt to globalization.

The economic security of the national economy is a complex of state measures is aimed at maintaining stable economic development of the national economy. From our point of view the existence of the national economy depends on economic security. It is also a priority task of state foreign and domestic policy. The fundamental problem is the impact of integration and disintegration processes on the economic security of national economies in international economic relations is integration within the union. This problem relates to the feasibility of integration processes in the world economy.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ
ASPECTS OF THE MECHANISM OF BANKRUPTCY IN UKRAINE

УДК 658

Біленко О.К.
студентка
Національний авіаційний університет
Олешко Т.І.
д.т.н., професор
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто і проаналізовано питання банкрутства як невід'ємного елементу ринкової економіки. Проведено аналіз головних аспектів формування і встановлення механізму банкрутства в Україні. Проаналізовані статистичні дані, які відображають динаміку підприємств-банкрутів в Україні протягом останніх років та проведено аналітичний огляд сучасних тенденцій розвитку банкрутства.
Ключові слова: *банкрутство, неплатоспроможність, фінансова криза, причини банкрутства, інфляція.*

В статье рассмотрены и проанализированы вопросы банкротства как неотъемлемого элемента рыночной экономики. Проведен анализ главных аспектов формирования и установления механизма банкротства в Украине. Проанализированы статистические данные, отражающие динамику предприятий-банкротов в Украине в последние годы и проведения аналитический обзор современных тенденций развития банкротства.
Ключевые слова: *банкротство, неплатежеспособность, финансовый кризис, причины банкротства, инфляция.*

The article reviewed and analyzed the issue of bankruptcy as an integral part of the market economy. The analysis of the main aspects of the formation and establishment of the mechanism of bankruptcy in Ukraine. The analyzed statistics that reflect the dynamics of bankrupt enterprises in Ukraine in recent years and conducted an analytical review of modern trends bankruptcy.
Key words: *bankruptcy, insolvency, financial crisis, bankruptcy causes, inflation.*

Постановка проблеми: Проблема доведення підприємства до банкрутства є досить актуальною у наш час. Кількість підприємств, що знаходяться на межі банкрутства, в України зростає, а тенденції банкрутства поширюються не лише на окремих суб'єктів господарювання, а й на галузі в цілому. Наслідки банкрутства загалом є негативними для України: зменшується кількість підприємств, що призводить до зменшення пропозиції товарів, робіт чи послуг, зростає рівень безробіття і виплат безробітним, зменшуються податкові надходження до держбюджету і т.д.

З періоду оголошення незалежності в Україні досі немає єдиної загальновизнаної методики виявлення ймовірності банкрутства суб'єктів господарської діяльності. Саме через це підприємствам доводиться користуватись зарубіжними підходами, в основі яких лежать факторні моделі для прогнозування рівня банкрутства. Наявні підходи для проведення діагностики ризику виникнення банкрутства на підприємстві відрізняються за складом критеріїв, системою показників, які характеризують складові фінансової діяльності.

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що тема дослідження є важливою та актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає змогу дійти висновку, що сучасні методичні підходи розрізнені, неповні, а у деяких випадках суперечливі. Так теоретичні та практичні аспекти інституту банкрутства знайшли відображення у наукових працях Е. Альтмана, І.А. Бланка, А.П. Градова, В.В. Ковальова, Л.О. Лігоненко, Г.В. Савицької, Л.С. Ситника, О.О. Терещенка, М.І. Тітова, З.Є. Шершньової та інших вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів. Незважаючи на досить широкий спектр наукових розробок у даній сфері, на сучасному етапі не всі аспекти цієї багатогранної і складної проблеми з'ясовано та обґрунтовано. Так потребують удосконалення теоретико-методологічні засади дослідження проблеми банкрутства, відкритим залишається питання його класифікації та причин виникнення.

Виклад основного матеріалу: Шлях України до просторів ринкової економіки супроводжувався досить важкими кризовими ситуаціями, з якими вимушені були стикнутися суб'єкти господарювання. Це все мало своє відображення на досить нестабільній діяльності підприємств: скороченні випуску продукції, затримці платежів за дебіторською та кредиторською заборгованістю або й узагалі в їх відсутності.

Інститут банкрутства визначають, як інструмент регулювання розвитку ринку, адже ринок щодня примушує одних власників поступатися своїм місцем більш сильним конкурентам. Звільняючи ринок від банкрутів, держава зберігає суб'єкти ринку від фінансових витрат та свідомого нанесення збитків. Виникнення банкрутства має бути направлене на заохочення розвитку бізнесу та збільшення рівня ефективності економіки, знищення недієздатних учасників на ринку, створення умов для поновлення ведення бізнесу за бажанням власників підприємства.

Існує три основні функції, що виконує інститут банкрутства [1, с. 113]:

1) служить механізмом, що запобігає неефективному використанню активів підприємства;

2) є інструментом відновлення підприємств, що перебувають на межі банкрутства, проте, мають певні резерви для вдалої фінансово-господарської діяльності в майбутньому;

3) сприяють вирішенню усіх питань з кредиторами.

У певному сенсі інститут банкрутства виконує роль санітара, який несе на собі призначення оздоровлення ринкового середовища. Підприємство, що знаходиться у скрутному фінансовому становищі й не має можливості вчасно виплатити свої борги, зменшує ефективність будь-якого функціонування роботи своїх ділових контрагентів.

Банкрутство за своєю природою забезпечує невимушений процес конкурентної боротьби, під час якої ослаблені підприємства покидають цей процес, у свою чергу держава одержує економічно сильних, конкурентоздатних суб'єктів господарювання. Цей процес є свого роду рушійною силою для юридичної реструктуризації життєздатних підприємств, що зазнали краху через несприятливі умови для функціонування або неефективного управління [2, с. 221].

Становлення інституту банкрутства в Україні відбувається у достатньо складних умовах [3, с. 85]. Проблема банкрутства є досить актуальною для суб'єктів підприємництва як за часи стабільності, так і в умовах кризи. Банкрутство – це не просто одна з юридичних процедур, що дає змогу повертати борги за рахунок активів боржника для кредиторів, а й можливості для боржника поновити його платоспроможність. За своєю суттю механізм банкрутства є своєрідним індикатором ефективності підприємств.

Рано чи пізно усі суб'єкти господарської діяльності за час своєї діяльності опиняються у кризовій ситуації. Багаті й великі підприємства зазвичай не втрачають власні позиції, а невеликі та дрібні підприємства доволі часто знаходяться на межі банкрутства. У зв'язку з такою ситуацією держава втрачає платників податків, робітники – робочі місця, а кредитори у свою чергу не отримують повернення своїх коштів.

Теперішні стрімкі умови розвитку економіки вимагають від підприємств досить жорстких умов господарювання, через що підприємства та організації повинні поспішно реагувати і пристосовуватися до рішучих змін ринкового середовища з метою збереження конкурентних позицій, подальшого ведення успішної діяльності та отримання прибутку. В іншому випадку – зріст заборгованості, неплатоспроможність, збитковість діяльності підприємства, що призводять у кінцевому випадку до його банкрутства.

Багато керівників підприємств припускають, що здійснення моніторингу фінансового стану, діагностика ймовірності виникнення банкрутства, прогнозування стратегічно важливих цілей на підприємстві є недоцільним. Саме така «халатність» призводить до того, що ця організація в кінцевому випадку визнається банкрутом. Якщо ж буде проводитися комплексна оцінка стану підприємства, стабільний моніторинг показників діяльності та не буде відкидатися ймовірність настання банкрутства, тоді підприємство не опиниться у кризовому стані, а ведення бізнесу буде успішним.

Як показує закордонний досвід, збиткове підприємство немає можливостей на виживання. Кількість підприємств, що отримують збитки від своєї діяльності в України зростає, а, отже, існують передумови для банкрутства в майбутньому.

Загалом причини виникнення банкрутства підприємств можна розділити на три групи: об'єктивні, суб'єктивні та загальні.

Об'єктивні причини – це ті, які не залежать від волі та конкретних дій людини або організації загалом. До цієї групи відносяться стихійні лиха, несприятливі явища природи, а також циклічність та кризи.

До суб'єктивних причин належать хибні дії керівництва та працівників підприємства, що виникають внаслідок невірної оцінки ситуації в цілому.

До загальних причин відносяться ті, що впливають на всі суб'єкти підприємницької діяльності в ринковій економіці, що мають відношення до самого ринку, його стихійності та ризику підприємництва.

По відношенню до суб'єкта підприємницької діяльності виділяють зовнішні та внутрішні причини (рис. 1):

Саме зовнішні фактори є дуже небезпечними у зв'язку з тим, що здійснити хоч якийсь влив на них є практично неможливим, а наслідки їх виконання є досить руйнівними. До таких факторів відносять:

– економічні (темпи інфляції, національні курси валют, рівень доходів населення тощо);

– політичні (зумовлені ставленням органів влади до різних секторів економіки та регіонів країни, наявність впливу на органи управління);

– ринкові (зміни в демографічній ситуації країни, конкурентоздатність та життєвий цикл продукції);

– технологічні (вплив на економіку науково-технічного прогресу);

– соціокультурні (обхоплюють звичаї та традиції, рівень добробуту, рівень освіти населення, ставлення до приватного бізнесу);

– міжнародні (діяльність транснаціональних компаній, економічних та політичних об'єднань, що пов'язані з процесом глобалізації економіки).

У свою чергу внутрішні фактори пов'язані з помилковими діями менеджменту, що є наслідками до 80 відсотків випадків економічної неспроможності підприємств. До цих факторів належить:

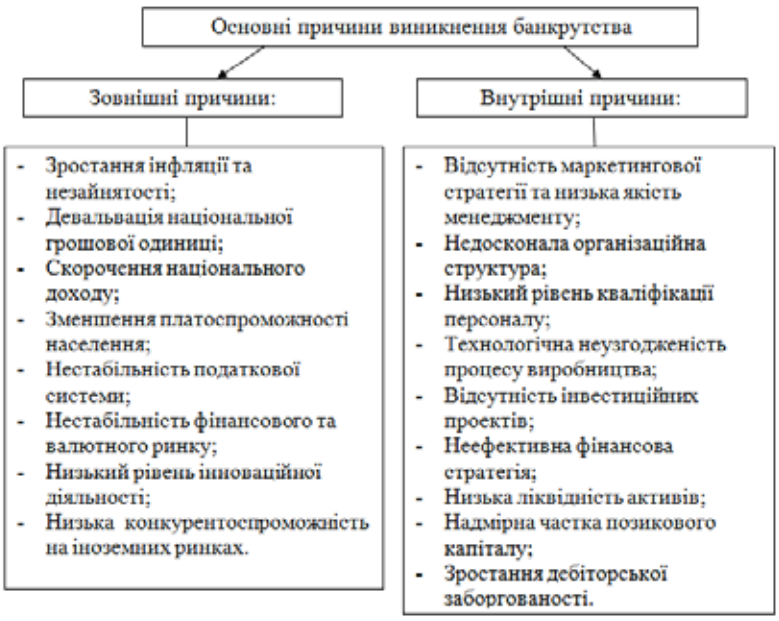


Рис. 1. Основні причини виникнення банкрутства

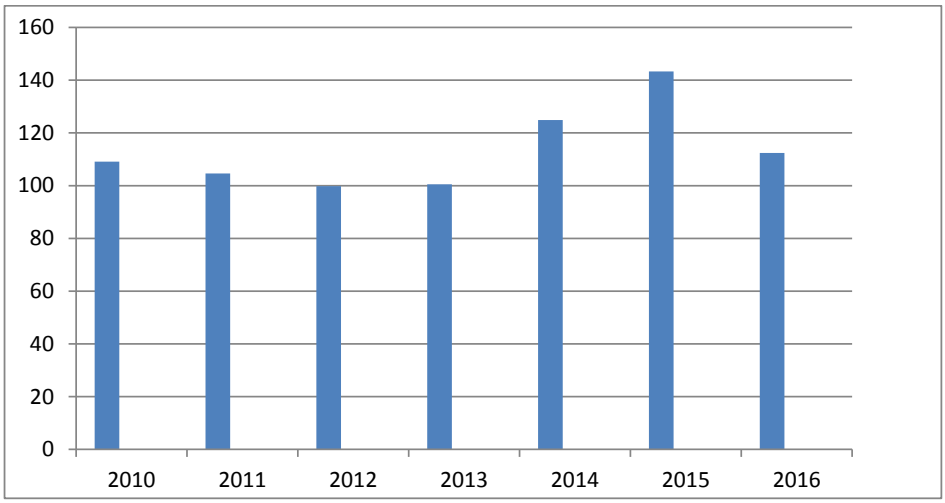


Рис. 2. Індекс інфляції в Україна протягом 2010-2016 рр.

понадміру стрімке розширення бізнесу, координаційні недоліки при створенні суб'єкта підприємницької діяльності, відсутність тривалої концепції розвитку, некваліфікованість управлінського персоналу, відсутність особистого капіталу, наявність неефективної інвестиційної та виробничо-комерційної діяльності, неефективне використання ресурсів, недоцільний розподіл прибутку, брак власних джерел фінансування, низька якість фінансового планування на підприємстві.

Інфляційні процеси суттєво впливають на виникнення банкрутства підприємств (рис. 2).

Зростання індексу інфляції має в цілому негативний вплив на ефективність діяльності підприємств, але за високих його значень у релевантному проміжку відбувається зростання обсягів реалізації продукції й відповідно, збільшення прибутку виключно за рахунок зростання цін з наступним падінням цих показників у результаті зменшення купівельного попиту та обсягів виробництва.

Не завжди підвищення цін на сировину та матеріали може супроводжуватися адекватним збільшенням цін на товарну продукцію підприємства, що також спричиняє збиткову діяльність підприємств. Цей фактор є нерегульованим, тому підприємства не мають можливості усунути його вплив.

Звичайно, одна або декілька причин не призводять спонтанно суб'єкт підприємницької діяльності до банкрутства. Економічна неспроможність виникає внаслідок тривалого і поступово процесу їх взаємодії за умов відсутності уваги керівництва та вищого менеджменту до виникнення слабких сторін організації та загроз, що поступають із зовнішнього середовища.

Таким чином присутність проблем у прогнозуванні та діагностиці ймовірності банкрутства спричиняє зростання рівня банкрутства підприємств України.

Це говорить про те, що існує ряд основних проблем банкрутства українських підприємств [4, с. 318]:

– недовершена законодавча база, що займається регулюванням процесів банкрутства підприємств вимагає вдосконалення;

– відсутність оприлюднення аналітичних та статистичних даних щодо динаміки банкрутства підприємств в Україні задля оцінки реального становища масштабів проблеми;

– обмежений контроль держави над рівнем банкрутства підприємств та проведення заходів задля його зменшення;

– недосконалість методики виявлення рівня банкрутства за різними видами економічної діяльності;

– недостатність підтримки фінансово неспроможних підприємств приватної форми власності з боку держави;

– відсутність підтримки фінансово неспроможних підприємств консультаційними центрами;

– низька кваліфікація працівників для створення підрозділів антикризового управління на підприємстві.

На рис. 3 представлено динаміку розвитку банкрутства українських підприємств, де найвищий рівень банкрутства зафіксований у 2011 році – 4086 підприємств, а найменша кількість у 2014 році – 2096 підприємств.

У зв'язку з наведеним вище, варто запропонувати наступні способи вирішення наведених проблем:

– запровадження єдиної відкритої та доступної (безкоштовної) інформаційної системи для аналізу та оцінки динаміки банкрутства українських підприємств з метою відслідковування покращення чи погіршення ситуації у зв'язку з останніми політичними, економічними та законодавчими змінами;

– створення відокремленого контролюючого державного органу, який відслідковуватиме ситуацію щодо банкрутства та займатиметься проблемами її вирішення;

– розробка та визначення єдиної законодавчої методики визначення ймовірності банкрутства підприємств, що базується на галузевому розподілі підприємств і є адаптованою безпосередньо до української економіки з урахуванням всіх регулюючих факторів ризику;

– активізація участі держави у регулюванні та відстеженні рівня банкрутства підприємств не лише державного, але й приватного сектору, а також її зацікавленість у збереженні підприємства як суб'єкта господарювання, а не його власника та здійсненні заходів щодо зниження рівня банкрутства підприємств;

– створення можливостей використання позасудових способів вирішення проблеми відновлення платоспроможності підприємства, як засобу повернення боргів;

– надання консультаційної допомоги неплатоспроможним підприємствам шляхом створення на місцях здійснення підприємницької діяльності спеціальних консультаційних центрів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, за результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

1. За сучасних умов розвитку економіки рівень збанкрутілих підприємств невпинно зростає. Неплатоспроможність, збитковість, криза платежів і, як наслідок, банкрутство є наразі характерними для більшості українських підприємств.

2. Наявність цілої низки проблем щодо банкрутства підприємств в Україні потребує негайного вирішення з урахуванням запропонованих рекомендацій.

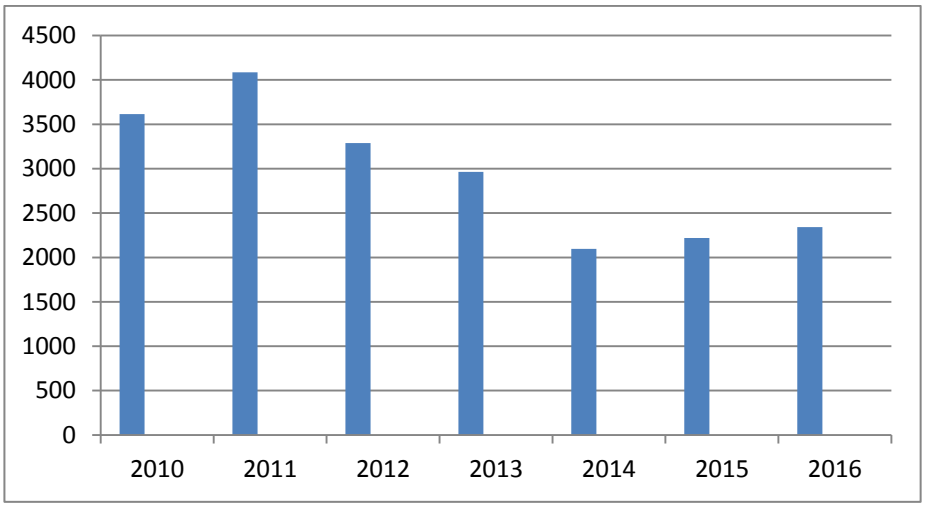


Рис. 3. Динаміка банкрутства українських підприємств протягом 2010-2016 років

3. Кризові умови господарювання зумовлюють необхідність розробки, формування і впровадження на підприємстві системи попередження, прогнозування та подолання банкрутства, яка покликана створити умови для ефективної діяльності підприємства і, в результаті, досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та господарського ризику, шляхом своєчасного виявлення та послаблення дії різних небезпек і загроз.

Отже, запропоновані заходи зможуть убезпечити підприємство від банкрутства шляхом попереднього виявлення кризових умов розвитку та застосування всіх необхідних контрзаходів для стабілізації його стану і поліпшення умов подальшого розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фінанси підприємств: підручник / [А.М. Поддерьогін, Л.Д. Буряк, Г.Г. Нам та ін.]; за ред. проф. А.М. Поддерьогіна. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2010. – 113 с.
2. Коваленко О.В., Скляренко К.В. Банкрутство підприємств України: причини та наслідки [Електронний ресурс]/ О.В. Коваленко, К.В. Скляренко. – 2013. – 221 с.
3. Брінь П.В., Бондаренко А.Ю. Аналіз сучасного стану інституту банкрутства України/ В.П. Брінь, А.Ю. Бондаренко// Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – 85 с.
4. Возіянова Н.Ю. Проблеми становлення та діагностики банкрутства в Україні // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. праць з проблем торгівлі і громадського харчування. – Донецьк : ТзОВ «Лебідь», 2008. – 318с.
5. Пластун О.Л. Визначення сутності поняття «банкрутство» в сучасній науковій літера- турі // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2005. – 12с.

REFERENCES:

1. Finansy pidpryiemstv: pidruchnyk / [A.M. Podderohin, L.D. Buriak, H.H. Nam ta in.]; za red. prof. A.M. Podderohina. – 3-tie vyd., pererob. ta dop. – K.: KNEU, 2010. – 113 s.
2. Kovalenko O.V., Skliarenko K.V. Bankrutstvo pidpryiemstv Ukrainy: prychyny ta naslidky [Elektronnyi resurs] / O.V. Kovalenko, K.V. Skliarenko. – 2013. – 221 s.
3. Brin P.V., Bondarenko A.Yu. Analiz suchasnoho stanu instytutu bankrutstva Ukrainy/ V.P. Brin, A.Yu. Bondarenko// Visnyk NTU “KhPI”. – 2013. – 85s.
4. Voziianova N.Yu. Problemy stanovlennia ta diahnostyky bankrutstva v Ukraini // Tor- hivlia i rynok Ukrainy : temat. zb. nauk. prats z problem torhivli i hromadskoho kharchuvannia. – Donetsk : TzOV “Lebid”, 2008. – 318 s.
5. Plastun O.L. Vyznachennia sutnosti poniattia «bankrutstvo» v suchasnii naukovii litera- turi // Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. – 2005. – 2 s.

Bilenko O.K.
Student
National Aviation University
Oleshko T.I.
Doctor of Technical Science, Professor,
National Aviation University

ASPECTS OF THE MECHANISM OF BANKRUPTCY IN UKRAINE

The problem of bringing businesses into bankruptcy is very relevant today. Number of companies that are on the verge of bankruptcy in Ukraine grows and bankruptcy trends apply not only to individual entities, but also to the industry as a whole. The consequences of bankruptcy are generally negative for Ukraine: decreased number of firms which reduces the supply of goods, works or services, increasing unemployment and unemployment benefits, reduced tax revenues to the state budget, etc.

From the period of declaration of independence in Ukraine there are still no single universally accepted methods of detection probability of bankruptcy of economic entities. That is why companies have to use foreign approaches, which are based on factor models for forecasting of bankruptcy. Existing approaches for diagnosing the risk of the bankruptcy of the company differ in composition criteria, metrics that characterize the components of financial performance. Institute of bankruptcy as a tool to determine the regulation of the market, because the market every day makes some owners give their place a strong competitor. Freeing the market from the bankrupt, the state retains market actors on the financial costs and conscious causing damage. The emergence of bankruptcy should be aimed at encouraging business development and increase of efficiency of the economy, the destruction of disabled participants in the market, creating conditions for the resumption of business by the owner of the company. Bankruptcy by its nature provides a laid-back process of competition, during which weakened the process leaving the company in turn receives state economically strong, competitive entities.

СУЧАСНІ ІНФЛЯЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

MODERN INFLATION PROCESSES IN UKRAINE IN CONDITIONS OF UNSTABLE ECONOMY

УДК 338.242

Демченко Б.А.
студент
Національний авіаційний університет
Касьянова Н.В.
д.е.н., професор
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто проблеми сучасних інфляційних процесів в Україні в умовах нестабільної економіки та розглядаються шляхи їх подолання через проведення ефективної монетарної політики, здійснення антимонопольних заходів, стабілізації валютного курсу, розробки комплексних державних програм розвитку економіки та стабілізації споживчого ринку.
Ключові слова: *економіка, інфляція, монетарна політика, валютний курс, споживчий ринок, індекс споживчих цін.*

В статье рассмотрены проблемы современных инфляционных процессов в Украине в условиях нестабильной экономики и рассматриваются пути их преодоления через проведения эффективной монетарной политики, осуществление антимонопольных мероприятий, стабилизация валютного курса, разработки комплексных государственных программ развития экономики и стабилизации потребительского рынка.
Ключевые слова: *экономика, инфляция, монетарная политика, валютный курс, потребительский рынок, индекс потребительских цен.*

The article discusses the main problems of inflation in Ukraine in an unstable economy and described ways to overcome them through an effective monetary policy, implementation antitrust measures, stabilizing the exchange rate development of integrated state programs of economic development and stabilization of the consumer market.
Key words: *economy, inflation, monetary policy, exchange rate, consumer market, consumer price index.*

Постановка проблеми. Основною метою політики будь-якої держави є забезпечення добробуту, економічного зростання та якісного життя населення. В основі такої політики має лежати чіткий контроль за рівнем інфляцій у державі. Необхідність такої політики викликана тим, що інфляція негативним чином впливає на соціальну та економічну діяльність суспільства. З кожним роком рівень інфляції в Україні збільшується, при цьому купівельна спроможність грошей знецінюється, номінальна вартість товарів та послуг збільшується, реальні доходи населення скорочуються, не вигідно здійснювати збереження коштів. Отже, не зважаючи на велику кількість наукових робіт, на даний момент в Україні не розроблена чітка методика та шляхи подолання інфляційних процесів, держава не має сформованої методології та чіткої стратегії вирішення економічних проблем, пов'язаних з інфляцією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток сучасної економічної теорії України та дослідження процесів інфляції зробили такі вітчизняні науковці-економісти, як: В.Д. Базилевич [2], С.В. Мочерний [3], С.М. Олійник [4], В.О. Рибалкін [6] А.В. Сірко [8].

Постановка завдання. Не дивлячись на досягнення сучасної економічної теорії та дослідження процесів інфляції вітчизняними науковими економістами ряд проблем залишаються не дослідженими взагалі або дослідженими недостатньо, зокрема: проблеми антиінфляційної політики, співвідношення вартості товарів та послуг та реальних доходів населення та інші.

Метою даної роботи є висвітлення сучасних інфляційних процесів в Україні, аналіз основних причин збільшення інфляції та розробка шляхів її подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні інфляційні процеси спостерігаються протягом всього періоду становлення незалежності країни. Тому перш, ніж розробляти антиінфляційну політику країни, необхідне чітке розуміння основних причин виникнення та високих темпів інфляції в сучасній економіці України.

Інфляція – процес знецінення грошей у результаті перевищення кількості грошових знаків, які знаходяться в обігу загальної суми цін товарів і послуг, внаслідок недотримання закону грошового обігу [8, с. 416]. Тобто, інфляція – це процентна зміна рівня цін [7, с. 28].

У світовій практиці виділяють такі основні види інфляції [2, с. 234]:

– помірна інфляція, за якою ціни збільшуються менше 10 % за рік ;

– галопуюча інфляція, за якою ціни збільшуються від 20 % до 200 % за рік;

– гіперінфляція, за якою ціни збільшуються на 2-3 % щодня, а за рік ціни можуть зрости до 1000 % й більше.

Для визначення виду інфляції застосовується індекс споживчих цін, який розраховується щомісячно та кожного року з метою відображення зміни інфляції в сторону збільшення або зменшення. Щоб чітко розуміти процеси, які відбуваються на даний момент, розглянемо зміну та розвиток інфляційних процесів в Україні за усі роки незалежності (табл. 1).

За наведеними даними очевидно, що за весь досліджуваний період індекс інфляції постійно змінюється. Найбільш критичним для України були

Таблиця 1

Індекси споживчих цін у 1992 – 2017 рр. в Україні, % [9]

Рік	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Індекс цін	2100	10256	501	281,7	139,7	110,1	120	119,2	125,8
Рік	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Індекс цін	106,1	99,4	108,2	112,3	110,3	111,6	116,6	122,3	112,3
Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	квітень 2017	
Індекс цін	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4	104,8	

періоди становлення незалежності (1992-1996 рр.), світова фінансова криза 2008 року та криза революції гідності (2014-2015 рр.).

Початок незалежності України характеризувався гіперінфляцією, рівень цін збільшувався величезними темпами. Так у 1992 р. інфляція становила 2100 %, а у 1993 р. вже склала 10256 % за рік, це був пік інфляційного процесу за всю історію незалежності України. Основними причинами, внаслідок яких індекс інфляції склав такий великий показник, були [3, с. 463]:

державні дотації у великих розмірах на підтримку неефективних підприємств, що супроводжувалося не обґрунтованою емісією паперових грошей (у лютому 1992 р. грошова маса України зросла за місяць на 50 %);

лібералізація цін на товари у січні 1992 р., що призвело до дефіциту грошової маси, оскільки її співвідношення до ВВП різко впало;

зростання вартості нафти, газу та нафтопродуктів, яка збільшилася у 300 разів, що призвело до зростання цін майже на всі товари;

високий рівень монополізації економіки (серед 380 найбільших підприємств України в 1990 р. більше половини являли собою одне єдине підприємство з виробництва відповідного товару) в умовах спаду виробництва сприяв помітному зростанню цін.

Такий складний інфляційний період мав місце до проведення грошової реформи у 1996 р., яка сповільнила темпи інфляції та сприяла пожвавленню суспільного виробництва.

З 2001 року по 2007 рік інфляція набуває помірного характеру. А для 2002 та 2012 років взагалі характерна дефляція у 0,6 та 0,2 % відповідно.

Починаючи з другого півріччя 2008 року і до кінця 2013 року цінова кон'юнктура мала навіть дезінфляційний характер [6, с. 352]. У період кризи 2008-2009 рр. падіння реального ВВП супроводжувалось істотним зниженням темпів інфляції, а девальвація гривні з 5,05 до 7,99 грн/дол. не мала принципового впливу на цінову динаміку. У 2010-2011 роках відновлення виробництва сприяло відносній стабілізації темпів інфляції у межах 10 %, однак у 2012-2013 роках економіка знов увійшла у фазу рецесії, а інфляція знизилась до історичного мінімуму.

У 2014-2015 роках інфляція почала стрімко зростати. Відбувалося згортання виробництва і значне падіння ВВП. Наприкінці 2014 року інфляція увійшла у фазу галопуючої, а економіка від рецесії перейшла до стану глибокої депресії. У першому кварталі 2015 року разом зі зростанням інфляції відбулось падіння ВВП на 16 %. Лише у 2016 році інфляція дещо сповільнилась та становила 112,4 %.

Згідно прогнозів НБУ інфляційні процеси в Україні починають скорочуватись слабкими темпами. Так прогноз інфляції на 2017 рік складає 9,1 % та у 2018 році – 6 % відповідно. Достатньо великий показник інфляції у 2017 році пов'язаний з подвійним збільшенням мінімальної заробітної плати. Проте, у 2018 році інфляція повернеться до центральних значень цільового діапазону. У середньострокових перспективах буде очікуватись стабілізація базової інфляції на рівні 5 % на основі проведення ефективної фіскальної та монетарної політики. Адміністративно-регульована інфляція виступатиме основним чинником зниження темпів інфляції у 2017-2018 роках, оскільки окремі тарифи вже були збільшені до обґрунтованого ринкового рівня [5].

Крім того, до однієї з основних причин виникнення інфляції в Україні слід віднести дефіцит державного бюджету, який в 2017 році запланований на рівні 77,5 млрд. грн. У результаті кореляційного аналізу, який базується на основі індексу інфляції та бюджетного дефіциту, можна казати про високий взаємозв'язок між темпами інфляції та дефіцитом державного бюджету. Коефіцієнт кореляції становить 0,701, що свідчить про суттєву залежність зростання інфляції від дефіциту державного бюджету.

Для покриття бюджетного дефіциту національний банк здійснює емісію грошей, що призводить до зменшення купівельної спроможності національної валюти та інфляції. Так у 2014-2015 рр. Національний банк України «надрукував» 294,9 млрд. грн за статтею перевищення доходів над витратами в держбюджеті, що призвело до гіперінфляції в Україні [4, с. 13-15].

Ще однією з причин інфляції в Україні досі залишається монополізація ринків, що створює можливості для підприємств скорочувати пропозицію та збільшувати ціни на товари та послуги. В Україні в умовах олігополії та монополії діє 42 % ринку, 11 % відносяться до природньої монополії, інші – ринки з конкурентними відносинами. Найбільш монополізованим в Україні є паливно-енергетичний комплекс та ринок транспорту і зв'язку [1].

Крім того, в останні роки суттєвий вплив на інфляційні процеси має мілітаризація економіки. Це пов'язано з тим, що мілітаризація економіки збільшує видаткові кошти державного бюджету, що веде до зростання бюджетного дефіциту. У 2016 році оборонний бюджет України складав 92 млрд. грн. (5 % від ВВП). Мілітаризація деформує структуру виробництва, звужує можливість збільшення випуску товарів та послуг народного споживання у зв'язку з перерозподілом фінансових ресурсів з інших галузей економіки.

Ще одним важливим чинником зростання цін в Україні у 2015-2016 рр. є повзуче підвищення вартості житлово-комунальних послуг та подорожчання енергоносіїв. Так комунальні тарифи, які регулюються адміністративно в 2016 році збільшилися на 34,6 % за рік. У 2015 році цей показник становив 64,4 %, що стало основною причиною зростання споживчих цін в 2016 році. Ціни на нафтопродукти в Україні збільшилися на 19,4 % (12,3 % у 2015 році), не зважаючи на зменшення цін на нафту на міжнародному ринку.

Таким чином, можемо зробити висновок, що Україна має достатньо високі темпи інфляції, тому необхідна ефективна програма антиінфляційної політики. Щодо перспектив подолання інфляції доцільно взяти до уваги думку вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, які впродовж тривалого часу збирали та узагальнювали інформацію щодо інфляційних процесів і дійшли таких висновків:

– повне позбавлення інфляції в сучасних умовах неможливо, у зв'язку з неможливістю повністю ліквідувати чинники, які її утворюють;

– зменшення інфляції можливе через проведення ефективної антиінфляційної політики, яка проводиться органами державної влади і поєднувала методи короткострокового та довгострокового характеру.

Розглянемо основні шляхи антиінфляційної політики в Україні:

1. Вдосконалення монетарної політики Національного банку України, яка повинна полягати у кредитуванні ефективного виробництва в пріоритетних секторах економіки, застосування інструменту продуктивної емісії (тобто випуску грошей, які мають спрямування на розвиток реального виробництва), яка через кредитний канал сприяє зростанню виробництв, імпортозаміщень, насиченню внутрішніх ринків вітчизняними товарами, зростанню зайнятості і заробітної платні. Як результат, збільшення зайнятості та заробітної платні буде стимулювати попит та виробництво на внутрішніх ринках, що збалансує розвиток внутрішнього ринку і стримує інфляцію.

2. Стабілізація валютного ринку через реформи валютного, банківського та монетарного регулювання, які направлені на збалансованість розвитку валютного ринку, підтримку розвитку експортно-орієнтованих виробництв з високою доданою вартістю та створення позитивних стимулів для заведення в країну валютної виручки експортерів.

3. Проведення більш жорсткої антимонопольної політики держави. Антимонопольний комітет володіє механізмами впливу на монополістів у вигляді штрафів та обмежень. Але, як показав аналіз за минулі роки, монополізація виробництв в Україні залишилася достатньо високою, тому необхідно застосовувати нові методи для боротьби з монополіями. Наприклад такий, як примусовий поділ компанії. Антимонопольний комітет повинен передбачати чіткий механізм поділу підприємств, сформулювати принципи появи нових учасників на ринках, регіональний або галузевий розподіл.

Подібні реформи було здійснено на паливно-енергетичному ринку Європейського Союзу, які мають на меті посилити конкуренцію відносно постачання та розподілу енергоресурсів. Наприклад, пакет законів «Третій енергопакет», який містить правила та нормативи, що сприяють послабленню контролю постачальників за роздільними мережами та трубопроводами, які мають знаходитись у власності незалежних один від одного підприємств або операторів. Тобто, такі заходи зі сторони держави посилять конкуренцію між підприємствами у стратегічних галузях. Слід відзначити, що реалізувати такі ініціативи необхідно після створення якісних правових нормативів та механізмів.

4. Розробити комплексні державні програми розвитку галузей економіки, які сприяють створенню конкурентного, наукомісткого та високотехнологічного виробництва, особливо в агропромисловому комплексі та ІТ-індустрії.

5. Стабілізувати споживчий ринок за допомогою створення системи стимулювання розвитку малого бізнесу у сфері товарів та послуг. Доцільно ввести державні кредити, які спрямовуються на оренду виробничих будівель та приміщень, а також надання лізингового кредиту на оренду техніки та

устаткування (з можливістю послідовного викупу), а також здійснити страхування малих підприємств на перші 5 років їх діяльності, коли ризики банкрутства є достатньо високими.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження причин і наслідків інфляції в Україні, дає можливість зробити висновок, що інфляційні процеси були спричинені комплексом факторів та мають різні форми вияву. У сучасних умовах інфляція виявляється у вигляді підвищення товарних цін, девальвації гривні, зниження купівельної спроможності населення, активного розвитку тіньової економіки, збільшення соціальної нерівності, недовіри людей до банків, тощо.

Критична ситуація в країні вимагає запровадження ефективних заходів щодо подолання інфляції, серед яких: кредитування виробництва шляхом використання інструментів продуктивної емісії; стабілізації валютного курсу; проведення ефективної антимонопольної політики; стимулювання розвитку експортно-орієнтованих галузей економіки; стабілізація споживчого ринку за допомогою створення системи стимулювання розвитку малого бізнесу у сфері товарів та послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антимонопольний комітет України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.amc.gov.ua/
2. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 234 с.
3. Мочерний С.В. Основи економічної теорії / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Академія,1998. – 463 с.
4. Олійник С. М. Інфляція по-новому / С. М. Олійник // Експрес. − 2015. − № 7. − С. 13-15.
5. Оцінка інфляції - Національний банк України / Режим доступу: http://www.bank.gov.ua
6. Рибалкін В.О. Основи економічної теорії: посібник / В.О. Рибалкін, М.О. Хмелевський, Т.І. Біленко та ін. – К.: Академія, 2002. – 352 с.
7. Сакс Д.Д. Макроэкономика: глобальный подход/ Д.Д. Сакс, Ф.Б. Ларрен. – М.: Дело. – 1995. – 28 с.
8. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія: навч. посібник / А.В. Сірко. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 416 с.
9. Статистична інформація / Державний комітет статистики України. – Режим доступу до сайту: http// www.ukrstat.gov.ua

REFERENCES:

1. Antymonopolnyi komitet Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http:// www.amc.gov.ua/.
2. Bazylevych V.D. Ekonomichna teoriia: Politekonomiia: pidruchnyk / Za red. V.D. Bazylevycha. – 7-me vyd., ster. – K.: Znannia-Pres, 2008. – 234 s.
3. Mochernyi S.V. Osnovy ekonomichnoi teorii / Za red. S.V. Mochernoho. – K.: Akademiia,1998. – 463 c.
4. Oliinyk S. M. Infliatsiia po-novomu / S. M. Oliinyk // Ekspres. − 2015. − # 7. − S. 13-15.
5.Otsinka infliatsii - Natsionalnyi bank Ukrainy / Rezhym dostupu: http://www.bank.gov.ua.
6. Rybalkin V.O. Osnovy ekonomichnoi teorii: posibnyk / V.O. Rybalkin, M.O. Khmelevskyi, T.I. Bilenko ta in. – K.: Akademiia, 2002. – 352 s.
7. Saks D.D. Makroэkonomyka: hlobalnыi podkhod/ D.D. Saks, F.B. Larren. – M.: Delo. – 1995. – 28 s.
8. Sirko A.V. Ekonomichna teoriia. Politekonomiia: navch. posibnyk / A.V. Sirko. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2014. – 416 s.
9. Statystychna informatsiia / Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. – Rezhym dostupu do saitu: http// www.ukrstat.gov.ua.

Demchenko B.A.
Student
National Aviation University
Kasianova N.V.
Doctor of Economic Sciences, Professor
National Aviation University

MODERN INFLATION PROCESSES IN UKRAINE IN CONDITIONS OF UNSTABLE ECONOMY

The main objective of any state policy is to provide welfare, economic growth and quality of life. The basis of this policy should be based on strict control on the level of inflation in the country. The need for this policy due to the fact that inflation negatively affects the social and economic activities of society. Each year, inflation in Ukraine is increasing, while the purchasing power of money depreciates, the nominal value of goods and services increases, declining real incomes, exercise is not beneficial cost savings. Currently in Ukraine have not developed a clear methodology and ways to overcome inflation.

In Ukraine inflation observed during the whole period of formation the independence of Ukraine. Before creating the anti-inflation policy of the country the authority need a clear understanding of the major causes of high inflation in the modern economy of Ukraine.

One of the main causes of inflation in Ukraine occurs on the deficit of budget, which in 2017 is planned at 77.5 billion USD.

Another cause of inflation in Ukraine is still monopolized markets that create opportunities for businesses to reduce the supply and increase the price of goods and services. Another important factor in rising prices in Ukraine is creeping increase in the cost of housing and public services and higher energy.

The main ways of anti-inflation policy in Ukraine are:

1. Improving the monetary policy of the National Bank of Ukraine, which should be effective in lending production in priority sectors implementations productive emissions.
2. Stabilizing the foreign exchange market through monetary reform, monetary and banking regulation.
3. Conduct a tougher antitrust policy
4. Develop a comprehensive state program of economic sectors that contribute to creating a competitive, knowledge-based and high-tech production, especially in agriculture and IT industry.
5. Stabilize the consumer market by creating a system of incentives for small business development in the area of goods and services.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

THE MAIN TRENDS OF HOUSING CONSTRUCTION IN THE RUSSIAN FEDERATION

УДК 332.72:69(470.40)

Денисова Е.С.
к.э.н., доцент кафедры
«Землеустройство и геодезия»
Пензенского государственного
университета
архитектуры и строительства
Шипелев С.М.
магистр
Пензенского государственного
университета
архитектуры и строительства

В статье рассмотрены тенденции жилищного строительства в Российской Федерации. Исследованы перспективы развития рынка жилья и его влияние на экономику страны. На основе проведенного анализа предложены рекомендации по увеличению объемов строительства жилья.
Ключевые слова: *индивидуальные жилые дома, строительство, многоэтажные дома, земельные участки, рынок жилья, тенденция.*

У статті розглянуті тенденції житлового будівництва в Російській Федерації. Досліджено перспективи розвитку ринку житла і його вплив на економіку країни. На основі проведеного аналізу запропоновано рекомендації щодо збільшення обсягів будівництва житла.
Ключові слова: *індивідуальні житлові будинки, будівництво, багатоповерхові будинки, земельні ділянки, ринок житла, тенденція.*

The article discusses the trend of housing construction in the Russian Federation. Researched prospects for the development of the housing market and its impact on the economy. On the basis of the analysis recommendations to increase housing construction.
Key words: *individual houses, building, multi-storey houses, land, housing market trend.*

Постановка проблемы. История масштабного жилищного строительства в России началась с 1990-х гг. когда в стране, которая строила социализм, назрел колоссальный жилищный кризис. Требовалось решить ряд задач:

– переоценить земельные ресурсы;

– наладить производство современных строительных материалов;

– обеспечить комплексность инфраструктуры потенциальных территорий застройки [5].

В связи с неустойчивой экономической обстановкой решить поставленные задачи полностью так и не удалось. Начиная с 2012 г. в стране наблюдался подъем строительной отрасли ведь обеспеченность населения жильем и его доступность влияют на уровень жизни, рождаемости, экономической культуры. Приобретение жилья в собственность – первоочередная потребность для каждой семьи, социальный приоритет общества. Реализация данной потребности граждан рассматривается как важнейшая социально-политическая и экономическая проблема [6]. Однако, в последние 2 года, в связи с экономическим кризисом, темпы строительства жилья опять упали. Это связанно со спадом потребительской активности граждан и увеличением требований к инвесторам-застройщикам со стороны государства.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализу ситуации на рынке жилищного строительства посвящено, не мало, трудов таких ученых как С.А. Баронин, А.Н. Андросов, К.Ю. Кулаков, В.Г. Кутырев и др. Однако, все они специализируются на отдельных сегментах жилищного рынка, что не дает полного представления о ситуации в жилищном строительстве.

Постановка задачи. Целью исследования является обобщение и выявление основных тенденций в развитии жилищного строительства на территории Российской Федерации.

Изложение основного материала исследования. В настоящее время в Российской Федерации применяются меры по устранению упадка развития жилищного строительства. Все это зависит от многих факторов: от проектов коттеджных поселков, проектов комплексного освоения территории, технологии строительства, стоимости земельных участков, процедур получения земельных участков, заинтересованности девелоперов и граждан.

Важнейшим научно-практическим направлением исследования современных тенденций рынка жилищного строительства в России является маркетинговый анализ формирования и развития территориальных рынков жилой застройки в РФ, как одной из современных доминирующих тенденций реструктуризации строительного комплекса РФ [2].

Проведенный маркетинговый анализ показателей ввода жилищного строительства в метрах квадратных общей площади, построенного за счет всех источников финансирования по федеральным округам по РФ за период 2010-2016 гг. показал наличие устойчивой тенденции роста объемов ИЖС (см. таблицу 1) [6].

На рисунке 1 представлено процентное соотношение ввода индивидуального и многоэтажного жилья за последние шесть лет.

Анализ показывает две ситуации. Ситуация 1: динамика развития многоэтажного строительства достаточно интенсивна с момента 2010 года, объёмы возводимого жилья каждый год возрастают.

Ситуация 2: падение объемов ввода индивидуального жилищного строительства. Характерно в период с 2010-2011 гг. При этом с 2011-2015 гг. наблюдается значительный рост индивидуального жилищного строительства в пиковой отметке 2015 года, достигший более высоких результатов в отличие от многоэтажного строительства.

Ситуация 3: падение в точке 2016 г. обусловлено тем, что многоэтажное строительство с каждым годом растет в этажности, тем самым доставляет огромную конкуренцию развитию индивидуального жилищного строительства. Это связанно еще с тем, что многоэтажное жилищное строительство имеет тенденции к увеличению жилья по стандартам эконом-класса. Это жилье более доступно для среднего класса населения страны.

Ситуация 4: в целом на данный момент территория концепции индивидуального жилищного строительства восстанавливается после спада, в связи с регрессивным положением с момента 2013 г. по 2015 г.

Проанализировав таблицу 1 и рисунок 1, можно сделать вывод, что максимальное возведение индивидуального жилищного строительства было достигнуто на момент 2013 г., минимальное пришлось на 2015 г. На момент 2016 г. показатели ухудшились по сравнению с пиковой отметкой в 2013 г. на 13%, следовательно в Российской Федерации возникают регрессивные показатели по возведению индивидуального жилищного строительства.

Ввод жилья в России происходит не равномерно. В течение года происходят изменения в доле строительства жилья Федеральных округов относительно всей территории России [4]. Так в июле 2016 г. на Центральный Федеральный округ (ЦФО) приходилось 23% от общего ввода жилья, а к ноябрю этот показатель сократился до 21%. Отрицательные изменения коснулись и Дальневосточного Федерального округа (ДФО), а увеличение произошло в Приволжском (ПФО) и Северо-Кавказском (СКФО) Федеральных округах (рис. 2).

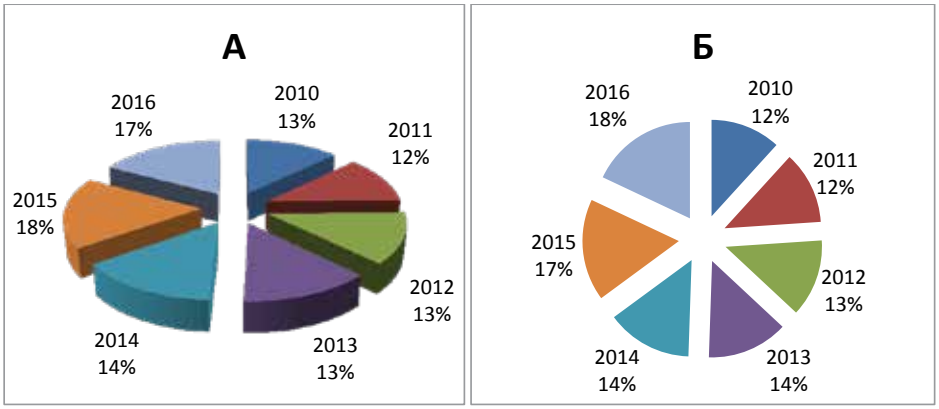


Рис. 1. Процентное соотношение объемов ввода
А) индивидуальных домов
Б) многоэтажных домов

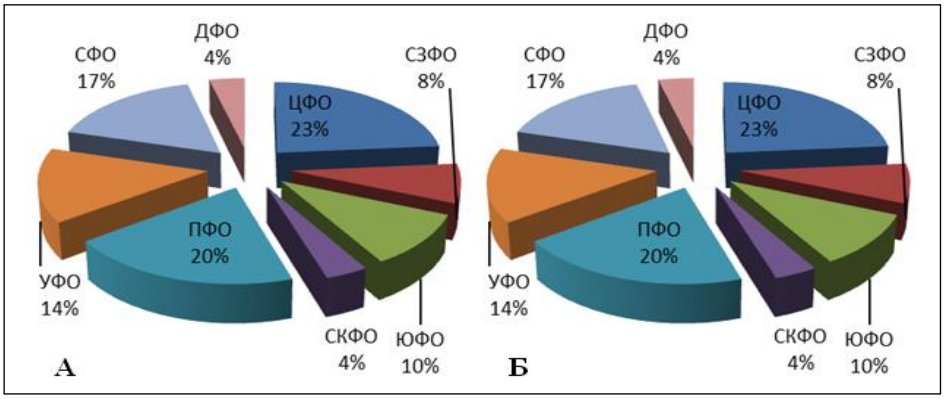


Рис. 2. Ввод жилья в относительных показателях по Федеральным округам
(А – за июнь 2016 г., Б – за ноябрь 2016 г.)

Таблица 1

Ввод общей площади жилых домов по этажности в Российской Федерации за 2010-2016 гг.

Годы	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Индивидуальные жилые дома 1-3 этажа	30509,6	28154,4	29989,3	32024,4	34745,8	41912,8	40791,7
Многоэтажные дома 4-17 и более этажности	27876,2	28851,3	30834,5	32186	34082,5	40519,5	42638
Итого: тыс. кв. м	58385,8	57005,7	60823,8	64210,4	68828,3	82432,3	83429,7

На рисунке 3 показан рейтинг Федеральных округов по объемам возводимого жилья за 2016 год. Первое место в строительстве жилья принадлежит Приволжскому Федеральному округу (3546,9 тыс. кв. м), а последнее Дальневосточному Федеральному округу (524,6 тыс. кв. м), что на 85,2% меньше.

Проведем анализ роста объема строительства жилья в РФ по Федеральным округам (рис. 4). На рисунке 4 показан цепной индекс роста объема строительства по Федеральным округам. Как видно из рисунка, наибольшие колебания присущи ЦФО. В августе там был введен наименьший объем жилья, однако, в сентябре объемы резко увеличились. ДФО присуще самое равномерное введение строительства данного сегмента рынка недвижимости, но и самые минимальные объемы строительства. Наибольших показателей в данной области добились Центральный, Приволжский и Сибирский Федеральные округа (СФО) [3].

Выводы из проведенного исследования. Развитие жилищного фонда социального использования, обеспечение условий для жилищного строительства должны опираться на новые формы и механизмы улучшения жилищных условий жителей. В долгосрочной перспективе необходимо удовлетворять жилищные потребности населения без привлечения значительных объемов бюджетных средств. По мнению автора, этих целей можно добиться за счет комплексной застройки территории жильем эконом-класса с оптимальными параметрами государственно-частного партнерства при реализации таких проектов. Но есть целый ряд проблем, без решения которых строительство не сможет развиваться в данной области.

Для решения проблем необходимо полнее использовать возможности, принципы и приемы государственно-частного и муниципально-частного партнерства [1]. Доступность жилья в нашей стране для 30–40% населения может быть достигнута только с помощью дальнейшего снижения его стоимости для продажи, а также поддержки государством отдельных категорий граждан.

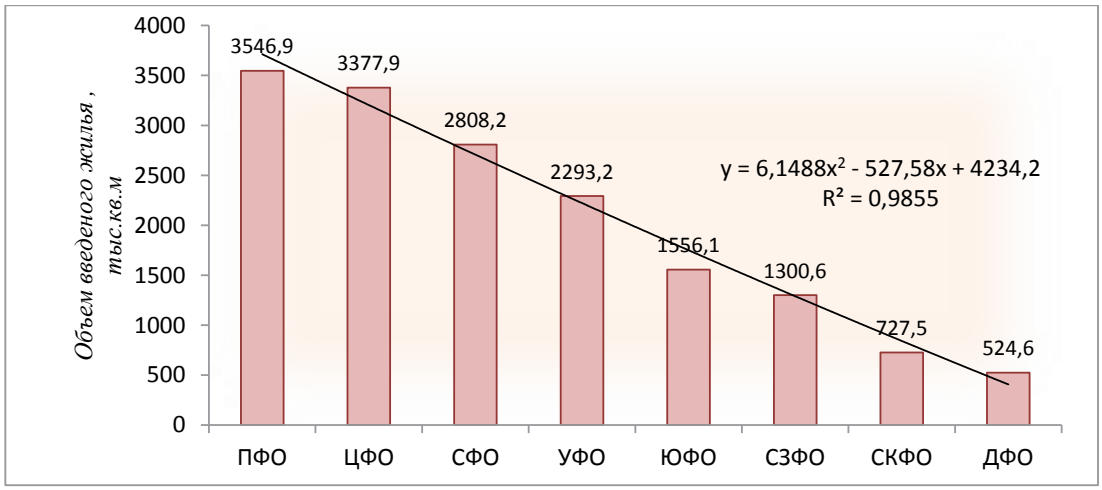


Рис. 3. Рейтинг Федеральных округов по объемам возводимого жилья за 2016 год

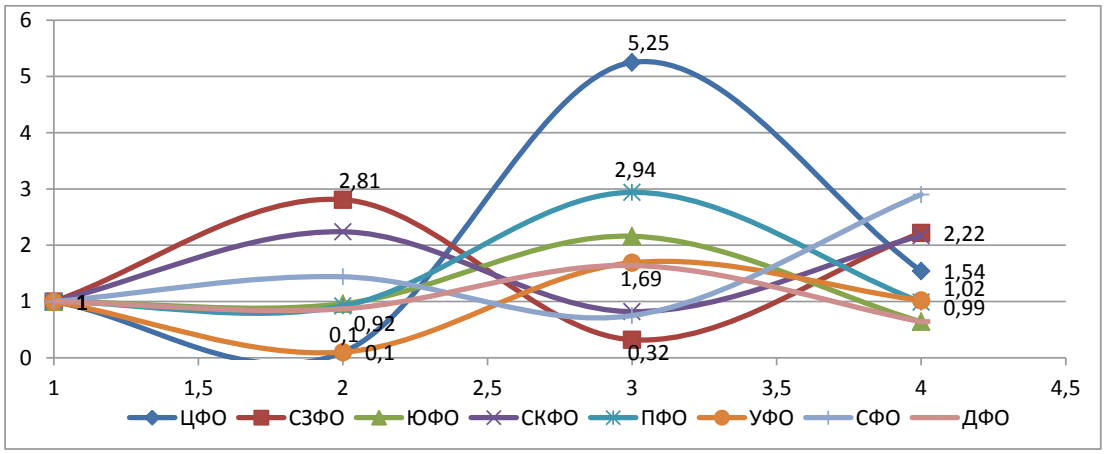


Рис. 4. Цепной индекс роста объема строительства по Федеральным округам

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Акимова М.С., Улицкая Н.Ю., Денисова Е.С. Государственно-муниципально-частное партнерство при формировании жилищного фонда муниципального образования / Экономика и предпринимательство. 2014. № 1-2 (42-2). – С. 227-230.
2. Андросов А.Н. Анализ тенденций и экономический механизм развития территориальных рынков малоэтажной жилой застройки: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05. / Москва, 2011. – 100 с.
3. Денисова Е.С. Управление инвестиционной стоимостью земельных участков при комплексной жилой застройке эконом-класса: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Пенза, 2014 – 164 с.
4. Денисова Е.С. Состояние и перспективы развития рынка жилой недвижимости эконом-класса в РФ / Крымский экономический вестник. 2014. № 4 (11). – С. 49-59.
5. Кутырев В.Г., Стеклов А.М. К проблеме индивидуального жилищного строительства / Теория и практика общественного развития. 2013. №12. – С. 90-93.
6. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]: URL: http://www.gks.ru.

REFERENCES:

1. Akimova M.S., Ulitskaya N.Yu., Denisova E.S. Gosudarstvenno-munitsipal'no-chastnoe partnerstvo pri formirovanii zhilishchnogo fonda munitsipal'nogo obrazovaniya / Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2014. № 1-2 (42-2). – S. 227-230.
2. Androsov A.N. Analiz tendentsiy i ekonomicheskiy mekhanizm razvitiya territorial'nykh rynkov maloetazhnoy zhiloy zastroyki: dissertatsiya ... kandidata ekonomicheskikh nauk: 08.00.05. / Moskva, 2011. – 100 s.
3. Denisova E.S. Upravlenie investitsionnoy stoimost'yu zemel'nykh uchastkov pri kompleksnoy zhiloy zastroyke ekonom-klassa: dissertatsiya ... kandidata ekonomicheskikh nauk: 08.00.05 / Penza, 2014 – 164 s.
4. Denisova E.S. Sostoyanie i perspektivy razvitiya rynka zhiloy nedvizhimosti ekonom-klassa v RF / Krymskiy ekonomicheskiy vestnik. 2014. № 4 (11).– S. 49-59.
5. Kutyrev V.G., Steklov A.M. K probleme individual'nogo zhilishchnogo stroitel'stva / Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2013. №12. – S. 90-93.
6. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki. [Elektronnyy resurs]: URL: http://www.gks.ru.

Denisova E.S.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Land Management and Geodesy
Penza State University of Architecture and Construction
Shipelev S.M.
Master
Penza State University of Architecture and Construction

THE MAIN TRENDS OF HOUSING CONSTRUCTION IN THE RUSSIAN FEDERATION

In the Russian Federation in early XXI century, there is a housing crisis. The implementation of this citizens' needs is considered as the most important socio-political and economic problem. However, in the last 2 years, due to the economic crisis, the pace of housing construction fell again. This is due to the decline in consumer activity of citizens and the increasing requirements of investors, property developers from the state. Currently used measures to address the decline of the housing development.

It all depends on many factors: the projects of cottage settlements, projects of complex development of territory, construction technology, value of land, procedures of obtaining land, the interest of developers and citizens. The analysis showed that the maximum construction of residential buildings was achieved at the time of 2013, the minimum had for 2015. At the time of the 2016 indicators have deteriorated compared with the peak level in 2013 by 13%, therefore in the Russian Federation arise regressive figures for the construction of individual housing construction.

Also, for the solution of problems must be better use of the opportunities the principles and methods of public-private and municipal-private partnership. The availability of housing in our country for 30-40% of the population can only be achieved through further cost reduction for sale, as well as the state support of separate categories of citizens.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

УДК 334.012.64(477)

Крамар О.Ю.
студент
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки
Ющишина Л.О.
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки

У статті досліджується стан та специфіка розвитку малого бізнесу в Україні. Показано його місце у господарському комплексі держави. Виявлено основні фактори та чинники, які стримують розвиток малого підприємництва на різних рівнях. З'ясовано, що подальший розвиток цього виду підприємництва дасть можливість вирішити цілу низку загальнодержавних проблем. Також було сформульовано пропозиції щодо першочергових заходів для підтримки малого підприємництва та визначено перспективи його розвитку. Зроблено висновок, що в України є доволі непогані можливості та шанси для того, аби малий бізнес почав відігравати важливу роль в економічному секторі держави, а за рахунок цього підвищився загальний добробут та рівень життя населення.

Ключові слова: *мале підприємництво; малий бізнес; проблеми розвитку; перспективи розвитку; економіка країни; розвиток малого бізнесу; підприємницький клімат; підприємництво.*

В статье исследуется состояние и специфика развития малого бизнеса в Украине. Показано его место в хозяйственном комплексе страны. Выявлены основные факторы, сдерживающие развитие малого предпринимательства на разных уровнях. Выяснено, что дальнейшее развитие этого вида предпринимательства позволит решить целый ряд общегосударственных проблем. Также были сформулированы предложения по первоочередным мерам для поддержки малого предпринимательства и определены перспективы его развития. Сделан вывод, что Украина имеет довольно неплохие возможности и шансы для того, чтобы малый бизнес занял достойное место в экономическом секторе государства, а за счет этого повысились общее благосостояние и уровень жизни населения.

Ключевые слова: *малое предпринимательство; малый бизнес; проблемы развития; перспективы развития; экономика страны; развитие малого бизнеса; предпринимательский климат; предпринимательство.*

This research work observe the status and specificity of small business development in Ukraine. Showed it's place in the economical complex of country. Discovered the basic factors that hinder the development of small businesses at different levels. It was cleared up that the further development of this business will give an opportunity to solve a number of national issues. It was also formulated proposals for urgent measures to support small businesses and identified prospects for it's development. It was concluded that in Ukraine there are quite good chances and opportunities for small businesses began to play an important role in the economic sector of the state, and because of this general well-being and standard of living will increase.

Key words: *small enterprises; small business; development issues; development prospects; economy; small business development; business climate; business.*

Постановка проблеми. У сучасних економічних реаліях України все більш важливу роль відіграють малі форми господарювання. У перспективі розвиток малого підприємництва може стати одним із пріоритетних напрямів економічної політики як в окремих регіонах, так і на загальнодержавному рівні. Адже з цим сектором економіки пов'язане вирішення низки питань не лише економічного, а й соціального характеру. Саме малі форми господарювання дають можливість у найбільш стислі терміни здійснити структурну перебудову економіки, наповнити ринок різноманітними товарами та послугами, а також сформувати середній клас, який на даний момент, на жаль, практично відсутній в Україні. Через це пожвавлення малого підприємництва, розвиток підприємницького сектору є одним з найважливіших факторів позитивних структурних зрушень в економіці, стимулювання розвитку конкуренції у підприємницькому середовищі, підвищення рівня ділової активності та зростання добробуту населення нашої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання функціонування та розвитку малого бізнесу, з'ясування його ролі в економічному розвитку країни та її регіонів висвітлено в роботах таких провідних вітчизняних та зарубіжних вчених та науковців, як: Б. Адамова, М.П. Бутко, К.О. Ващенко, З.С. Варналій, Л.І. Вороніна, В.М. Геєць, З.В. Герасимчук, Б.М. Данилишин, Г. Кампо, Е.М. Лібанова, В.І. Кредісов, Г.М. Рижакова, О. Сідун та ін. У наукових працях цих вчених досліджено процес становлення малого підприємництва в Україні та специфіку його розвитку в сучасних умовах. Також окреслено причини, що гальмують розвиток малих форм господарювання на різних рівнях. Попри численні дослідження, що були проведені науковцями у цій сфері, питання проблем розвитку і сьогодні залишаються актуальними та потребують подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою роботи є з'ясування проблем, що пов'язані з організацією та роботою малого бізнесу в Україні, аналіз можливостей регулювання й активізації ринкового поводження суб'єктів малого підприємництва, визначення перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передумовами успіху для будь-якої країни є зайнятість працездатного населення та стабільний економічний розвиток, який сприяв би розви-

тку соціальної сфери та економіки загалом. Саме розвиток малого бізнесу є одним із найперспективніших шляхів розвитку економіки провідних країн світу. В економічно-розвинених країнах саме малі форми господарювання є основою економіки. Чимало вчених-економістів переконані, що без них функціонування великих підприємств було б під питанням. На території Європейського Союзу функціонує понад 20 млн. підприємств малого і середнього бізнесу, їх частка у загальній доданій вартості складає близько 50% [11]. Окрім того, вони забезпечують майже чверть експорту.

Як економічна категорія, мале підприємництво – це особливий підвид підприємництва, що полягає у створенні і практичній реалізації нового економічного процесу або здійсненні особливого внеску у вже існуючий економічний процес, пов'язаний із підприємницькою діяльністю громадян – фізичних осіб та з функціонуванням малих підприємницьких структур різних форм власності та організаційно-правових форм з метою отримання прибутку за умови особистої зацікавленості суб'єкта підприємництва в ній і необхідності задоволення при цьому певних потреб суспільства [5].

Малому підприємництву, як специфічному підвиду підприємницької діяльності, притаманні свої якісні характеристики, які мають як свої переваги, так і недоліки. До основних переваг можемо віднести:

– економіко-виробничі (сприятливість до нововведень, компактність управління та багатофункціональність менеджерів, простота інформаційних зв'язків, невеликий обсяг використання фінансових ресурсів та висока оборотність капіталу, спрощена система збуту);

– інституційні (легке входження до цього сегменту підприємництва);

– соціально-психологічні (мотивація до праці, безпосереднє управління підприємством);

– соціально-економічні (насичення ринку праці новими робочими місцями).

Окрім переваг, існують і певні недоліки, що притаманні цьому виду діяльності:

– обмежені фінансові можливості та нестача фінансових ресурсів;

– високий ризик та схильність до банкрутства;

– високий рівень чутливості до кон'юнктури ринку та політичної ситуації;

– залежність від великих замовників;

– відносно слабкі позиції на ринку.

Окрім вище згаданих переваг, малі форми господарювання є хорошим мобілізатором фінансових й виробничих ресурсів населення (у тому числі трудових й сировинних), які за відсутності малого бізнесу не були б використані. Про можливості малого підприємництва свідчить досвід провідних країн світу, в економіці яких воно займає провідне місце (до 90% усіх підприємств та до 50 % валового національного продукту [5].

Важливою є роль малого бізнесу в розвитку науково-технічного прогресу, особливо у таких сферах, як: електроніка, кібернетика та інформатика. Невеликі підприємства розташовуються ближче до кінцевого споживача, мають здатність до швидкої перебудови своєї виробничої програми, враховують зростаючі потреби споживачів. Роль малого підприємництва у прискоренні НТП отримала визнання як в діяльності найбільших корпорацій, так і урядів розвинених країн [4]. Це виявляється через пільгове фінансування, пільгове оподаткування, виділення значних коштів на створення «технопарків».

Значним є внесок малого підприємництва і у вирішення проблем зайнятості. Тут не лише створюються нові робочі місця, а розширюється поле ділової активності громадян. Залучаються до праці люди, які є не надто конкурентоспроможними на ринку праці. Зазвичай на підприємствах такого типу більш «гнучкі» умови праці. Також малі підприємства мають можливість оперативно реагувати на зміну ринкової кон'юнктури, ставати учасниками інвестиційного процесу, а також сприяти якісному поліпшенню робочої сили та формувати робочі місця на базі нових технологій.

Варто відзначити і роль малого підприємництва у формуванні «середнього класу», пом'якшенні соціальної напруги в суспільстві та притаманній ринковій економіці соціальній диференціації (стратифікації суспільства).

Тож малі форми господарювання відіграють неабияку роль в економічній системі кожної країни та є її невід'ємною частиною, так як можуть забезпечувати відносну стабільність ринкових відносин. Через це їх підтримка та розвиток є одним з пріоритетних напрямів економічної політики будь-якої країни [1, с. 22]. Однак, у нашій країні до останнього часу цьому питанню приділялося недостатньо уваги, попри те, що на сьогоднішній день за неофіційними даними дрібна та середня господарська діяльність приносить близько 70 % податкових надходжень до бюджету України. Підприємствам, спроможним виготовляти інноваційні та конкурентоздатні товари з високою доданою вартістю, потрібна лише підтримка та створення сприятливих умов для ведення бізнесу з боку держави [3].

Сьогодні в Україні формування державної політики підтримки малого підприємництва, визначення шляхів її реалізації має стати невід'ємною частиною загальнодержавної програми соціально-економічних перетворень [9]. Це сприятиме формуванню чисельного середнього класу суспільства, який є основою ринкових перетворень та гарантом незворотності економічних процесів.

Останнім часом у нашій країні, на щастя, можна спостерігати деякі зрушення у розвитку даного сектору економіки, зростання до нього уваги з боку

держави, проте, ці заходи видаються незначними та недостатніми. Залишається чимало факторів та чинників, які стримують потенційний розвиток малого бізнесу. До таких можемо віднести:

– низьку інвестиційну активність, відсутність вигідних кредитів, незначний перетік коштів з фінансового в реальний сектор економіки;

– обмеженість попиту та кризу збуту на внутрішньому ринку через нестачу вільних фінансових коштів підприємств, а також помітне зниження реальних доходів населення;

– недосконалість нормативно-правового забезпечення розвитку малого підприємництва, зокрема, у сфері обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва [6];

– неймовірно важкий тягар оподаткування, що примушує багатьох суб'єктів малого підприємництва йти в тіньову економіку [8, с. 107];

– переважно декларативний характер державної підтримки підприємства, який супроводжується неоднозначністю та суперечливістю чинної нормативно-правової бази;

– відсутність чіткої системи податкових преференцій для суб'єктів малого підприємництва;

– недостатня підтримка з боку держави у просуванні продукції вітчизняних малих підприємств на іноземні ринки, незначне залучення малого бізнесу до виконання державних замовлень;

– нерівні умови господарювання малих та великих підприємств на ринку: різні стартові можливості щодо доступу до фінансових ресурсів та державних інвестицій, нестача інформації, брак коштів на освоєння нової продукції та отримання сучасних технологій;

– організаційно-правові труднощі започаткування бізнесу, особливо на стадії переходу від реєстрації до початку діяльності;

– недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємництва, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення, недосконалість системи навчання та перепідготовки персоналу для підприємницької діяльності, брак досвіду, умінь та навичок для ефективного управління [6, с. 39];

– величезний інноваційний потенціал, проте, досить низький рівень технічної оснащеності підприємств.

Окрім вище згаданих факторів, які перешкоджають розвитку малого підприємництва на загальнодержавному рівні, існують такі ж проблеми і на місцевому рівні:

– недостатнє та несистематичне фінансування регіональних програм підтримки і розвитку малого підприємництва;

– недосконалість системи контролю за наданими підприємству коштами для розвитку, внаслідок чого гроші часто використовуються не за місцем призначення;

– відсутність ефективно-функціонуючої системи взаємодії малих та великих суб'єктів господарювання на місцевому рівні;

– обмежені можливості конкурентної боротьби з великим та середнім бізнесом, необхідність захисту від протиправних посягань;

– нерівномірне розташування та розвиток малих підприємств у різних регіонах нашої країни [12]. Така ситуація зумовлена тим, що малі суб'єкти господарювання напряму залежать від платоспроможності попиту населення у регіоні. Через темпи розвитку малого підприємництва у депресивних регіонах є низькими.

Як бачимо, існує безліч проблем та перепон, що перешкоджають ефективному розвитку та функціонуванню малих форм господарювання. Саме тому вся увага державних органів влади повинна бути зосереджена на подоланні негативного впливу усіх вищезгаданих проблем.

За даними організації World Bank Group, що опублікувала рейтинг Світового банку Doing Business 2016 Україна за легкістю ведення бізнесу в 2016 році посіла 83-ю сходинку та стала однією з 10-ти країн, що зробила значний крок вперед для полегшення процедури ведення бізнесу у порівнянні з попереднім роком [13]. Загалом у списку – 189 країн. Такі тенденції можуть свідчити лише про одне – становище поступово покращується, проте, все ж таки позиція України у світовому рейтингу залишається низькою.

Для досягнення економічного зростання в країні, практичні дії держави мають бути зосереджені на таких основних напрямах, як:

– створення сприятливого підприємницького клімату [10]. Для цього необхідно привести до порядку чинні нормативно-правові акти, податкову систему та розробити механізм часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами з державного чи місцевих бюджетів для реалізації різних інвестиційних проектів підприємств;

– розвиток малого підприємництва в сільській місцевості. Тут у першу чергу потрібно звернути увагу на підприємства, що виробляють екологічно чисту продукцію, займаються її переробкою та експортом, сприяти залученню безробітних, що проживають у містах до працевлаштування на сільськогосподарських підприємствах у сільській місцевості, заохочувати сільське населення до нових видів діяльності у сільськогосподарському секторі;

– формування ринку продукції малих підприємств шляхом розміщення на них установленої законом на конкурсній основі частки державного замовлення щодо поставок продукції для регіональних потреб;

– розв'язання питань щодо організаційного забезпечення малого підприємництва, насамперед це повинно стосуватися: створення та забезпе-

чення діяльності цільових і регіональних програм розвитку та підтримки малого підприємництва;

– вдосконалення мережі та підвищення дієвості роботи різних громадських об'єднань, які сприяли б розвитку малого підприємництва;

– запровадження практики використання державних кредитних ліній для підтримки малого підприємництва із зазначенням середнього розміру позики, процентної ставки та секторів кредитування за умови створення нових робочих місць [10];

– створення спеціалізованих банківських установ або установи з кредитування малого підприємництва, або впровадження порядку його кредитування комерційними банками під гарантії бюджетних коштів;

– організація інформаційного, консультативного та кадрового забезпечення, насамперед: відновлення щоквартальної статистичної звітності про діяльність суб'єктів малого підприємництва, створення бази даних про інвестиційно привабливі інноваційно-орієнтовані малі підприємства, розвиток місцевих електронні інформаційних ресурсів, спрямованих на популяризацію та рекламування інноваційних проектів малого підприємництва, надання допомоги у підготовці бізнес-планів та інвестиційних проектів малих підприємств в інноваційній сфері.

– розв'язання питань щодо створення нових робочих місць та скорочення безробіття. Для цього необхідно сприяти самозайнятості безробітних шляхом надання їм одноразової грошової допомоги для заснування власної підприємницької діяльності. Наприклад, для отримання такої допомоги безробітні повинні представити бізнес-план для вирішення актуальних на регіональному рівні проблем. Також при перепідготовці та підвищенні кваліфікації безробітних особливу увагу слід приділяти професіям, що не тільки користуються попитом на ринку праці, але й дають змогу започаткувати власну справу;

– розробка державної системи підтримки малого підприємництва на умовах широкого залучення позабюджетних ресурсів, нових позабюджетних схем відтворення капіталу, самофінансування малого бізнесу (наприклад, через кредитні спілки, товариства взаємного страхування) [3]. Централізовані кошти на пріоритетні напрями розвитку регіону повинні надаватися тільки під конкретний проект на умовах співфінансування. Це знизить навантаження на бюджети різних рівнів.

Важливим напрямом непрямої підтримки має стати надання малим підприємствам на пільгових умовах кредитів. Тут доцільним було б надання пільгових кредитів за умови, що обсяг виробництва за головним напрямом діяльності становить не менш, як 70% його загального обсягу [2, с. 30]. Проте, кредитування малого підприємства висуває на перший план проблеми гарантій. Зараз поручатися за мале підприємство може перш за все його засновник, страхова організація чи зацікавлений великий замовник (покупець), інших гарантів немає.

Доцільним було б надання законодавством права місцевим органам влади на місцях встановлювати податкові пільги з урахуванням специфіки місцевості Це може здійснюватися у вигляді:

– використання знижених податкових ставок на початку для малих підприємств, які зайняті у виробництві;

– зниження ставки податку на прибуток для тих підприємств, які зайняті у сільському господарстві;

– використання диференційованих податкових ставок на прибуток залежно від виду діяльності та послуг, наданих населенню;

– зменшення податкового навантаження на підприємства, діяльність яких на певній території допомагає вирішувати конкретні завдання, що стоять перед місцевими органами влади [7].

Реально допомогти малому бізнесу можна, скориставшись комплексним підходом до вирішення проблем. І тут діяти потрібно не в межах універсальної програми для усієї країни загалом, а у рамках визначених територій – з урахуванням специфіки кожного регіону та потреб місцевого населення. Повне врахування інтересів місцевого населення ймовірне тільки при підтримці малих господарств як на місцевому рівні, так і на рівні конкретної галузі.

Підтримка малих підприємств на галузевому рівні вимагає створення нових структур, що були б прив’язані до конкретної галузі: спілки малих підприємств при відповідних міністерствах, фонди підтримки на рівні галузі, субпідрядні форми організації відносин малих підприємств із великими.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, провівши дослідження, можна сказати, що в України є доволі непогані можливості та шанси для того аби малий бізнес почав відігравати важливу роль в економіці та за рахунок цього підвищився загальний добробут та рівень життя населення. Жодна країна не може розвивати свою економічну систему без становлення сфери приватного бізнесу, при цьому роль малого бізнесу тут є визначальною. Виконання намічених заходів дасть змогу вивести мале підприємництво України на європейський рівень розвитку, сприятиме покращенню бізнес-клімату в країні та зміцненню позицій малого підприємництва у загальній структурі вітчизняної економіки загалом.

Процес формування державної політики розвитку малого підприємництва повинен розпочатися вже сьогодні. Державі необхідно розглядати самозайнятість, як стратегію, позаяк це нові робочі місця, ріст платоспроможності населення, а отже, пожвавлення економічних процесів. Виконання

заходів щодо забезпечення розвитку малого підприємництва допоможе розв'язати чимало соціально-політичних завдань, дасть змогу сформувати широкий прошарок дрібних власників (середнього класу), які є основою соціально-економічних реформ, гарантом політичної стабільності та демократичного розвитку суспільства. Українці готові до змін й чекають лише на сигнал від держави, що вони зможуть отримати пільгові кредити, нові державні програми під розвиток власного бізнесу та всіляку підтримку й сприяння з боку держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балакірєва О.М. Розвиток підприємництва в Україні: інституційне середовище та громадська думка населення / Балакірєва О.М., Ноур А.М. // Економіка і прогнозування. – 2015. – № 2. – С. 7-24.
2. Батковський В.А. Проблеми кредитування малого підприємництва / В.А. Батковський // Вісник НБУ. – 2015. – Квітень. – С. 28-33.
3. Безус А.М. Розвиток підприємств малого бізнесу в Україні / А.М. Безус // ВІСНИК КНУТД. – 2016. – №3 (99). – С. 7-17.
4. Безус П.І. Стратегія інноваційного розвитку сучасного підприємства [Текст] : монографія / [В.Г. Федоренко, П.І. Безус, Т.Є. Воронкова та ін.] ; під ред. : В.Г. Федоренко – К.: ТОВ «ДКС центр», – 2014. – С. 338.
5. Білорус О.Г. Фінансові та грошово-кредитні чинники інвестиційно-інноваційного розвитку малого та середнього бізнесу / О.Г. Білорус // Банківська справа. – 2014. – № 1. – С. 14-18.
6. Благодарная Н.А. Проблемы и особенности развития предпринимательства в Украине / Н.А. Благодарная // Финансы, учет, банки: Сборник научных трудов. – 2013. – Выпуск 9. – С. 31-46.
7. Бойчук О. Перспективи розвитку малого бізнесу в Україні / О. Бойчук // Україна: аспекти праці. – 2014. – № 3. – С. 35-39.
8. Вплив податкового кодексу України на розвиток малого підприємництва: експертні оцінки на етапах обговорення, прийняття та внесення змін / В.І. Ляшенко, А.А. Просуленко // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 2 (20). – С. 93-111.
9. Сімків Л.Є. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання / Л.Є. Сімків, С.А. Побігун // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 3. – С. 560-564.
10. Ланецький Я. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в Україні // Я Кореспондент: Газета — 2014. — [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://blogs.korrespondent.net/blog/politics/3395806/
11. Малый бизнес: кредитование малого бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kreditbusiness.ru
12. Проблеми становлення та особливості розвитку малого бізнесу // Аграрний сектор України: Журнал – 2014 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://agroua.net/economics/documents/category-92/doc-85/
13. Рейтинг DoingBusiness 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine

REFERENCES:

1. Balakirieva O.M. Rozvytok pidpryiemnytstva v Ukraini: instytutsiine seredovyshche ta hromadska dumka naselennia / Balakirieva O.M., Nour A.M. // Ekonomika i prohnozuvannia. – 2015. – # 2. – C. 7-24.
2. Batkovskyi V.A. Problemy kredytuvannia maloho pidpryiemnytstva / V.A. Batkovskyi // Visnyk NBU. – 2015. – Kviten. – S. 28-33.
3. Bezus A.M. Rozvytok pidpryiemstv maloho biznesu v Ukraini / A.M. Bezus // VISNYK KNUTD. – 2016. – #3 (99). – S. 7-17.
4. Bezus P.I. Stratehiia innovatsiinoho rozvytku suchasnoho pidpryiemstva [Tekst] : monohrafiia / [V.H. Fedorenko, P.I. Bezus, T.Ye. Voronkova ta in.] ; pid red. : V.H. Fedorenko – K.: TOV «DKS tsentr», – 2014. – S. 338.
5. Bilorus O.H. Finansovi ta hroshovo-kredytni chynnyky investytsiino-innovatsiinoho rozvytku maloho ta serednoho biznesu / O.H. Bilorus // Bankivska sprava. – 2014. – # 1. – S. 14-18.
6. Blagodarnaya N.A. Problemy i osobennosti razvitiya predprinimatel'stva v Ukraine / N.A. Blagodarnaya // Finansy, uchet, banki: Sbornik nauchnykh trudov. – 2013. – Vypusk 9. – S. 31-46.
7. Boichuk O. Perspektyvy rozvytku maloho biznesu v Ukraini / O. Boichuk // Ukraina: aspekty pratsi. – 2014. – # 3. – C. 35-39.
8. Vplyv podatkovoho kodeksu Ukrainy na rozvytok maloho pidpryiemnytstva: ekspertni otsinky na etapakh obhovorennia, pryiniattia ta vnesennia zmin / V.I. Liashenko, A.A. Prosulenko // Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. – 2015. – # 2 (20). – S. 93-111.
9. Simkiv L.Ye. Tendentsii rozvytku maloho pidpryiemnytstva v Ukraini v umovakh dysproportsiinosti ekonomichnoho zrostannia / L.Ye. Simkiv, S.A. Pobihun // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2015. – Vyp. 3. – S. 560-564.
10. Lanetskyi Ya. Problemy ta perspektyvy rozvytku maloho pidpryiemnytstva v Ukraini // Ya Korespondent: Hazeta – 2014. – [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu:http://blogs.korrespondent.net/blog/politics/3395806/
11. Malyy biznes: kreditovanie malogo biznesa [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.kreditbusiness.ru
12. Problemy stanovlennia ta osoblyvosti rozvytku maloho biznesu // Ahrarnyi sektor Ukrainy: Zhurnal – 2014 – [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://agroua.net/economics/documents/category-92/doc-85/
13. Reitynh DoingBusiness 2016 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine

Kramar O.Yu.
Student of Faculty of Economics and Management
Lesya Ukrainka Eastern European National University
Yushchyshyna L.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic,
Security and Innovative Activity of Enterprise
Lesya Ukrainka Eastern European National University

PROBLEMS AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE

Small business is one of the most promising sectors of leading countries. Especially the small forms of management are dominant here. Moreover, small business is a foundation for “middle class”, it plays a significant role in mitigating social tension in society. However, in our country, until recently, to the development of this type of business was given insufficient attention.

There are many factors that hinder the potential development of small business. Among the most important we can highlight the following: the limited market uptake and the breakdown in sales in the internal market due to the lack of available funds enterprises and a visible downdrift of real incomes; mainly declarative government support; lack of support from the government in the promotion of domestic small business to foreign markets, a slight attract of a small business to fulfil government contracts; unequal economic conditions for small and large enterprises in the market; huge innovative potential, but rather low level of technical equipment of enterprises etc.

To improve conditions for small business development and achieving economic growth in the country, practical tactics of country should focus on such key areas as: development of small business in rural areas; market development of products of small enterprises by placing parts on established basis in a competitive base of government orders to supply products to regional needs; tackling organizational support small business questions (the development of targeted and regional programs to support small business); introducing the practice of using government credit lines to support small businesses with an indication of the average size of the loan, interest rate and credit sectors provided new jobs and more. Real help to small businesses is a comprehensive approach to solving problems. And there should not act within the universal program for the whole country in general, and the scale defined areas – taking into account the specific needs of each region and the local population.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ

PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF TELECOMMUNICATIONS OF UKRAINE

УДК 338.242

Лях Ю.О.
студентка
Національний авіаційний університет
Касьянова Н.В.
д.е.н., професор
Національний авіаційний університет

Розглянуто особливості розвитку світового ринку телекомунікаційних послуг, а саме: досліджено динаміку доходів світового ринку телекомунікацій за останнє п'ятиріччя, проведено аналіз тенденцій світового телекомунікаційного ринку, проаналізовано проникнення Інтернету в деяких країнах світу, обґрунтовано сегменти ринку, які є найбільш привабливі з позицій інвестування та розвитку. Проведено аналіз телекомунікаційного ринку України, в тому числі досліджено динаміку доходів від телекомунікаційних послуг та динаміку доходів України від надання різних видів послуг зв'язку, визначено пріоритетні сегменти ринку телекомунікацій України, виділено основні тенденції розвитку та проблеми телекомунікаційних мереж.

Ключові слова: *ринок, телекомунікації, світові тенденції, інновації, динаміка, проблеми, перспективи, інвестиції.*

Рассмотрены особенности развития мирового рынка телекоммуникационных услуг, а именно исследована динамика доходов мирового рынка телекоммуникаций за последнее пятилетие, проведен анализ тенденций мирового телекоммуникационного рынка, проанализированы проникновения Интернета в некоторых странах мира, обоснованно сегменты рынка, которые являются наиболее привлекательные с точки зрения инвестирования и развития. Проведен анализ телекоммуникационного рынка Украины, в том числе исследована динамика доходов от телекоммуникационных услуг и динамика доходов Украины от предоставления различных видов услуг связи, определены приоритетные сегменты рынка телекоммуникаций Украины, выделены основные тенденции развития и проблемы телекоммуникационных сетей.

Ключевые слова: *рынок, телекоммуникации, мировые тенденции, инновации, динамика, проблемы, перспективы, инвестиции.*

The features of the development of the world telecommunication market services have been examined in this article, namely the dynamics of incomes world telecommunication market for the last five years have been researched, the analysis of tendencies of the world telecommunication market have been carried out, the penetration of Internet in some countries of the world has been analyzed, the segments of the market which are the most attractive from the standpoint of investment and development have been motivated. The analysis of the telecommunication market of Ukraine have been carried out, including dynamics of income from telecommunication services and dynamics of income of Ukraine provided various types of communication services have been examined, the priority segments of the telecommunications market of Ukraine have been determined, major tendencies of the development and the problems of telecommunication networks have been selected.

Key words: *market, telecommunications, global trends, innovations, dynamics, problems, prospects, investments.*

Постановка проблеми. Ринок телекомунікаційних послуг є невід'ємною частиною сучасної економіки, що дозволяє якісно та досить швидко розв'язувати проблеми різних сфер економічної діяльності та надає доступ до різноманітної інформації. На ринку телекомунікацій за останні роки відбуваються значні зміни, які обумовлюються змінами зовнішнього та внутрішнього конкурентного середовища. Таким чином, саме для визначення рівня конкуренції, ймовірних змін на ринку, перспектив розвитку головних сегментів ринку є важливим дослідження стану та перспектив телекомунікаційного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню окремих аспектів ринку телекомунікаційних послуг були присвячені праці таких іноземних та вітчизняних вчених, як: А. Бруско [1], О. Дриль [2], О. Мітяєва [3], Н. Ребрікова [4] та інших. Досить багато уваги дослідженню питань розвитку світового ринку телекомунікацій присвячують засоби масової інформації. В Україні ж цією проблемою займається Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка тенденцій розвитку світового ринку телекомунікаційних послуг, виділення пріоритетних напрямів та формування на цій основі телекомунікаційної галузі України.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі все більше значення відіграє саме комунікації як між окремими індивідами, так і між різними структурами. Інтернет, мобільний зв'язок, стаціонарні АТС (стаціонарні телефони), широкомовні канали зв'язку – все це лише деякі приклади телекомунікацій, які сьогодні буквально огортають Землю в єдину інформаційну базу.

Згідно з даними *Global Tech Market Outlook* у 2016 році відбулося зростання світового ринку телекомунікацій на 4,5 %. Найбільший розвиток телекомунікацій на сьогоднішній день спостерігається у США. Темпи росту телекомунікаційного ринку у 2016 році були на рівні 5,1 %. За прогнозами аналітиків цей показник у 2017 році сягне 5,9 %. Індивідуальні темпи зростання використання телекомунікацій спостерігаються по всій карті світу. Індія, Мексика, Швеція, Китай, Польща, Ізраїль на кінець 2016 року вже мали зростання ринку телекомунікацій на 6 %, у той час, як в Канаді, Австралії, Південній Кореї, і більшості інших європейських країн цей показник зростав набагато повільніше. За прогнозами аналітиків, у 2017 році лідерами на цьому ринку можуть

стати країни Латинської Америки та Східної Європи. Щодо таких країн, як: Японія, Бразилія та Південна Африка, то тут ринок телекомунікацій майже не розвивається або знаходиться на сталому рівні [5].

За прогнозними значеннями, у 2017 році інновації на ринку телекомунікацій продовжать розвиватися в напрямі все більш широкого використання мобільних пристроїв та планшетів, піднесення систем обробки великих масивів даних на новий рівень та проведення їхнього аналізу в реальному часі, віртуалізації цих даних, а також розробці нових технологій інтеграції та стимулювання різноманітних інноваційних проектів.

Впродовж останнього десятиліття спостерігається глобальне зростання доходів на ринку телекомунікацій не лише в світі, а й в Україні. Цей факт свідчить про вагомість розвитку сфери телекомунікаційних послуг (рис. 1).

Як видно з рис. 1, за останнє десятиріччя світовий дохід від ринку телекомунікацій зростав поступово. Порівняно з 2006 роком, у 2016 цей показник зріс на 1213 млрд євро або 1,79 рази. Аналізуючи доходи телекомунікаційного ринку України необхідно відзначити, що в Україні за 2016 рік доходи від надання послуг телекомунікації складали 56,96 млрд грн., що на 25,26 млрд грн. більше, ніж у 2006 році, тобто майже на половину [10]. Це свідчить про стрімкий ріст значущості ринку телекомунікаційних послуг не лише в світі, а й в Україні.

Головними сегментами ринку телекомунікацій є мобільний зв'язок, Інтернет-комунікації, фіксований телефонний зв'язок та провідні канали Інтернет-комунікацій. Аналіз тенденцій світового телекомунікаційного ринку дозволяє зробити висновок, що провідним сегментом, який швидко розвивається є мобільний зв’язок, що затьмарює за популярністю інші канали зв'язку (рис. 2).

У 2016 році у світі в середньому послугами мобільних засобів комунікацій користувалося майже 97 людей із 100, що вказує на величезний попит з боку користувачів на даний вид послуг. Згідно з прогнозами експертів, у світі у розрахунку на 100 жителів з 2017 по 2020 роки буде спостерігатися стрімкий зріст використання Інтернет-комунікацій, а застосування мобільних засобів комунікацій, фіксованого мобільного зв’язку та провідних каналів Інтернет-комунікацій буде залишатися на відносно сталому рівні.

Що стосується послуг мережі Інтернет, то у світі в 2016 ними користувалися 58 мешканців зі 100. Як і сегмент мобільних засобів комунікацій, сегмент використання інтернет-комунікацій характеризується стрімким зростанням. Такий тренд зумовлений тим, що в еру інформаційного суспільства неминучою потребою є не лише голосовий зв'язок для передачі інформації, а й вживання всесвітньої бази даних – мережі Інтернет. У світі використання безпровідних інтернет-комунікацій переважає над провідними каналами інтернет-комунікацій, оскільки це є більш простим та зручним способом для виходу в Інтернет.

Згідно даних *InternetLiveStats* [7] за 2016 рік, на рис. 3 представлено рейтинг 20 країн світу за питомою часткою Інтернет-користувачів. Перше місце в даному рейтингу посідає Великобританія з населенням у 65 млн людей, серед них 92,6 % користуються всесвітньою мережею Інтернет. На превеликий жаль, Україна посідає у цьому рейтингу 17 місце на рівні з Мексикою та Філіппінами.

Отже, із досліджених тенденцій розвитку індустрії телекомунікацій можна зробити висновок, що наразі найбільший попит має застосування мобільного зв’язку та мережі Інтернет у всіх регіонах у світі.

Дослідницька компанія *Gartner* заявила, що світові витрати на телекомунікації у 2016 році складали $ 3,5 трлн., при чому $ 1,45 трлн. спрямовано саме на послуги зв’язку. За прогнозами цей показник збільшиться у 2019 році до $ 3,9 трлн. [11].

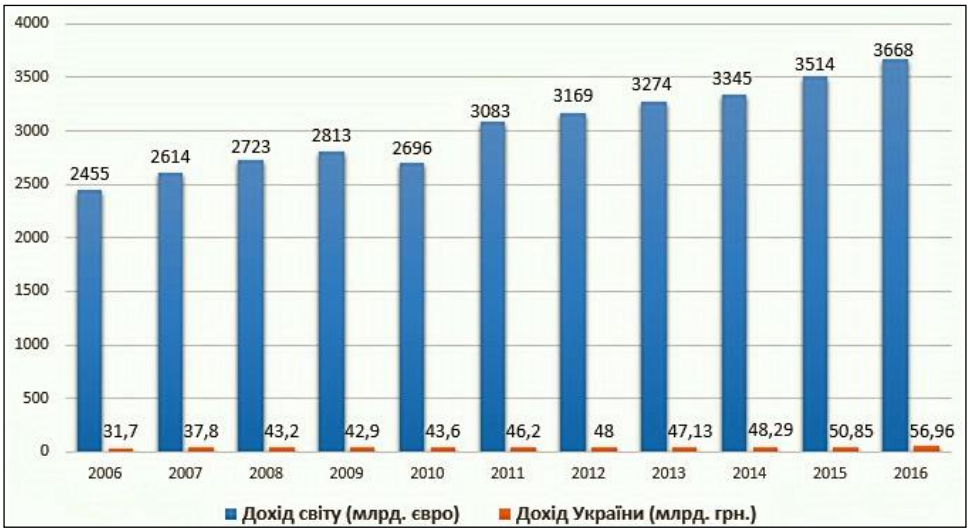


Рис. 1 Динаміка доходів ринку телекомунікацій в світі та Україні за 2006-2016 рр. [5]

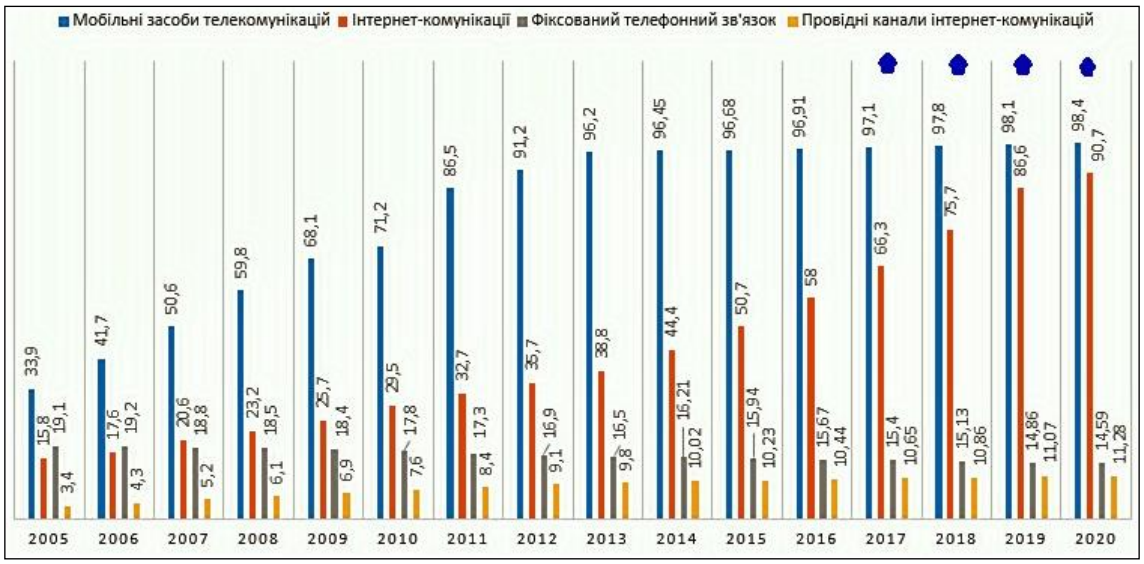


Рис. 2 Статистика та прогноз використання телекомунікацій у світі у розрахунку на 100 жителів [6]

Рис. 3. Проникнення Інтернету в 2016 у деяких країнах світу

Світові інновації у сфері телекомунікацій не стоять на місці. Міжнародна мережа «Делойт» розробила щорічний прогноз розвитку телекомунікаційних технологій на 2017 рік [8]. Так до кінці 2017 року кількість підключень до Інтернету з швидкістю гігабіт на секунду збільшиться у 10 разів – приблизно до 10 млн., з яких 70 % буде припадати на приватних користувачів. Збільшення попиту буде визначатися зростанням доступності та зменшенням вартості на швидкісний Інтернет. За прогнозами аналітиків, до 2020 року 600 млн абонентів буде підключено до мереж, що пропонують гігабітні тарифи, тобто більшість користувачів усього світу, які на даний момент мають доступ до мережі.

За прогнозами експертів, у 2017 році будуть здійснені вагомі кроки щодо розгортання мереж мобільного зв’язку п’ятого покоління (5G). Перші мережі 5G та оновлення мобільних мереж четвертого покоління (4G) дадуть операторам та користувачам вищу швидкість доступу до Інтернету та меншу затримку сигналів телефонного зв’язку.

Головними сегментами ринку з надання послуг телекомунікації в Україні був і залишається телефонний фіксований зв'язок, мобільний зв'язок та доступ до мережі Інтернет, загальна частка котрих у спільних доходах від забезпечення телекомунікаційних послуг за 2016 рік склала 80,3% (рис. 4).

Можна бачити, що протягом останніх чотирьох років в Україні спостерігається тенденція до збільшення доходів від забезпечення послуг мобільного зв'язку та послуг з наданням доступу до мережі Інтернет. У період з 2013 по 2016 роки доходи від надання послуг мобільного зв'язку збільшились на 3111 млн грн, а від надання Інтернет-послуг на 3569 млн грн. Використання споживачами послуг телефонного фіксованого зв'язку зменшилися на 1535 млн грн. Це свідчить про те, що мобільний зв'язок поступово витісняє телефонний фіксований з ринку телекомунікацій. Ринок з надання послуг мобільного зв'язку залишається таким сегментом ринку телекомунікацій, що найінтенсивніше розвивається. На даний момент забезпечення користувачам цих послуг та послуг з надання доступу до мережі Інтернет перейшли у клас найдоступніших для споживачів послуг телекомунікації.

Згідно рейтингу *Forbes*, до списку 200 найбільших компаній України увійшли 4 компанії, що надають телекомунікаційні послуги: ПРаТ «Київстар», ПРаТ «МТС Україна» («Vodafone»), ПРаТ «Укртелеком» та ПРаТ «Астеліт» («Lifecell») [9]. Лідером надання послуг телекомунікації був і залишається «Київстар». Хоча прибуток цієї компанії порівняно з 2012 роком у 2016 впав на 1188 млн грн., вона продовжує лідирувати завдяки великій частині ринку, яку обслуговує. Не втрачає свої позиції на ринку і «МТС-Україна» («Vodafone»), найбільший прибуток компанія отримала у 2014 році у розмірі 3759,34 млн грн. завдяки впровадженню нових і дуже вигідних для абонентів тарифних планів. Що стосується «Укртелеком», то найбільший прибуток ця телекомунікаційна компанія отримала у 2015 році у розмірі 444,42 млн грн. внаслідок уведення на ринок телекомунікацій України безпровідного Інтернету за досить вигідних для споживачів умов. З 2012 по 2015 роки «Астеліт» отримувала збитки від своєї діяльності. Проте, після того, як компанія змінила не тільки свою назву на «Lifecell», а й формат надання своїх послуг, прибутки компанії у 2016 році склали 928,3 млн грн.

Таким чином, у 2016 році в Україні основними тенденціями розвитку ринку телекомунікацій були:

– запровадження телекомунікаційних мереж мобільного зв'язку третього покоління (3G) переважно на всій території України;

– збільшення кількості споживачів безпровідного доступу до мережі Інтернет;

– суттєве збільшення користувачів послуг міжмашинної взаємодії, що застосовують у сферах банківської діяльності, промисловості, охороні, сільському господарстві, тощо;

– впровадження операторами телекомунікаційного зв'язку різних пакетів послуг та тарифних планів із об'єднанням послуг голосової телефонії, доступу до всесвітньої мережі Інтернет та телебачення.

Не дивлячись на загальну позитивну тенденцію розвитку ринку телекомунікаційних послуг, на даний момент на території України існують певні проблеми розвитку телекомунікаційних мереж [11]:

– мають місце організаційні та технологічні проблеми функціонування мереж телекомунікацій на тимчасово окупованих територіях та на території проведення АТО;

– зростання конкуренції з боку постачальників послуг мобільного зв'язку та мобільного Інтернету, а також висока потреба у вкладанні інвестицій для розвитку телекомунікаційних послуг у сільській та гірській місцевості;

– низька ефективність використання мереж телекомунікацій загального користування України, відсутність Національного центру оперативно-технічного управління мережами телекомунікацій України;

– нерівномірність надання споживачам послуг телекомунікації особливо у гірській та сільській місцевостях;

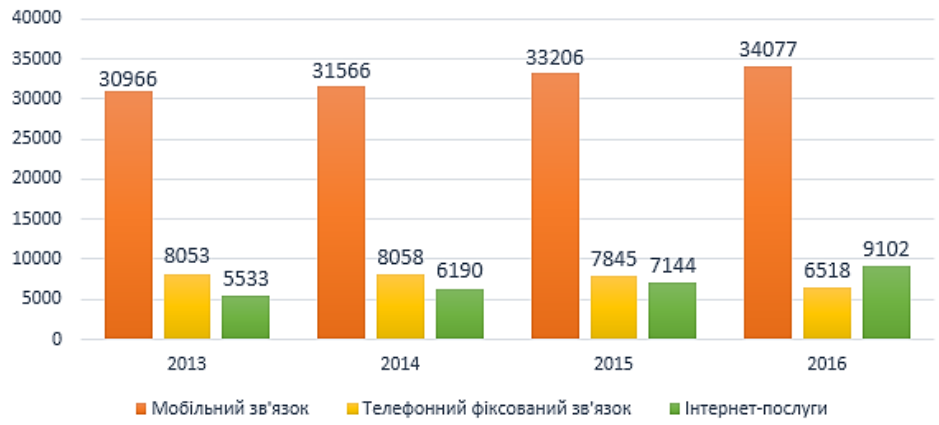


Рис. 4. Динаміка доходів України від надання послуг телекомунікацій за 2013-2016 рр., млн грн. [10]

– недотримання операторських майнових прав та провайдерів телекомунікаційних послуг України на тимчасово окупованих територіях;

– здійснення систематичних та масових пошкоджень абонентських ліній, стаціонарних та лінійних споруд, що призначені для створення мереж телекомунікацій;

– зростання кількості випадків несанкціонованого втручання користувачів у функціонування мереж телекомунікацій, наприклад здійснення шахрайських дій чи абонентський рефайл.

Задля вирішення проблем розвитку ринку телекомунікацій Україні потрібно, опираючись на світовий досвід, запровадити інновації в даній сфері, залучати інвесторів у розвиток послуг телекомунікацій та покращувати якість надання цих послуг для своїх користувачів. Ринок телекомунікацій України потребує інвестицій у розвиток своєї галузі, оскільки капітальні інвестиції в розвиток телекомунікаційних послуг складають лише 0,3%.

Висновки з проведеного дослідження. Українські телекомунікації значною мірою відстають від телекомунікацій розвинених країн не тільки за обсягами, але і за рівнем технологій. Пріоритетними напрямами розвитку не лише ринку телекомунікацій України, а й світу є надання послуг мобільного зв'язку та доступу до мережі Інтернет. Для ринку телекомунікацій у цілому світі характерними є процеси глобалізації та інтеграції, у той час, як Україна доволі часто не в силах налагодити роумінг у масштабах території країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бруско А.В. Застосування інструментів маркетингу для підвищення роботи підприємства / А.В. Бруско // Зб. наук. праць студентів Національного університету кораблебудування. – 2011. – № 1. – С. 154-158.

2. Дриль О.І. Маркетингові дослідження (на прикладі ринку телекомунікацій) / О.І. Дриль // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – 2008. – №633. – С. 215–223.

3. Митяева О.А. Методологические аспекты анализа мотивационного профиля потребителя на рынке услуг сотовой связи / О.А. Митяева // Вестник Российского государственного торговоэкономического университета. – 2011. – №4. – С. 142-147.

4. Ребрикова Н.В. «Маркетинг-микс» в сфере телекоммуникационных услуг / Н.В. Ребрикова // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. – 2011. – № 2. – С. 95–102.

5. Ладиченко К.І., Тронько В.В. Сучасні тенденції розвитку світового ринку інформаційно-комунікаційних послуг /К. І. Ладиченко, В. В. Тронько – Дніпропетровськ: Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, 2014 р.

6. Харченко Н. Динаміка використання інтернет в Україні 2016 [Електронний ресурс]: http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621

7. InternetLiveStats: Інтернет-користувачі по країнах (2016) [Електронний ресурс]: http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/

8. Deloitte: Технології, медіа та телекомунікації у 2017 році [Електронний ресурс]: https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-predictions.html

9. Forbes Україна: 200 найбільших компаній [Електронний ресурс]: http://forbes.net.ua/ua/ratings/3

10. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2016 рік – Режим доступу: http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=99&id=1009&language=uk

11. Gartner: Hype Cycle for the Telecommunications Industry, 2016 – Режим доступу: https://www.gartner.com/doc/3387817/hype-cycle-telecommunications-industry

REFERENCES:

1. Brusko A.V. Zastosuvannia instrumentiv marketynhu dlia pidvyshchennia roboty pidpryiemstva / A.V. Brusko // Zb. nauk. prats studentiv Natsionalnoho universytetu korablebuduvannia. – 2011. – # 1. – S. 154-158.

2. Dryl O.I. Marketynhovi doslidzhennia (na prykladi rynku telekomunikatsii) / O.I. Dryl // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seriia «Lohistyka». – 2008. – #633. – S. 215–223.

3. Mityaeva O.A. Metodologicheskie aspekty analiza motivatsionnogo profilya potrebitelya na rynke uslug sotovoy svyazi / O.A. Mityaeva // Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo torgovoekonomicheskogo universiteta. – 2011. – №4. – S. 142-147.

4. Rebrikova N.V. «Marketing-miks» v sfere telekommunikatsionnykh uslug / N.V. Rebrikova // Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo torgovo-ekonomicheskogo universiteta. – 2011. – № 2. – S. 95 – 102.

5. Ladychenko K.I., Tronko V.V. Suchasni tendentsii rozvytku svitovoho rynku informatsiino-komunikatsiinykh posluh /K. I. Ladychenko, V. V. Tronko – Dnipropetrovsk: Dnipropetrovskyi derzhavnyi ahrarno-ekonomichnyi universytet, 2014 r.

6. Kharchenko N. Dynamika vykorystannia internet v Ukraini 2016 [Elektronnyi resurs]: http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621

7. InternetLiveStats: Internet-korystuvachi po krainakh (2016) [Elektronnyi resurs]: http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/

8. Deloitte: Tekhnolohii, media ta telekomunikatsii u 2017 rotsi [Elektronnyi resurs]: https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-predictions.html

9. Forbes Ukraina: 200 naibilshykh kompanii [Elektronnyi resurs]: http://forbes.net.ua/ua/ratings/3

10. Zvit pro robotu Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuvannia u sferi zviazku ta informatyzatsii za 2016 rik – Rezhym dostupu: http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=99&id=1009&language=uk

11. Gartner: Hype Cycle for the Telecommunications Industry, 2016 – Rezhym dostupu: https://www.gartner.com/doc/3387817/hype-cycle-telecommunications-industry

Liakh Yu.O.
Student
National Aviation University
Kasianova N.V.
Doctor of Economic Sciences, Professor
National Aviation University

PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF TELECOMMUNICATIONS OF UKRAINE

The market of telecommunication services is an integral part of the modern economy of Ukraine and the world. The article assesses the trends in the development of the world market of telecommunications market services, the allocation of priority directions and the formation on this basis of the telecommunications industry in Ukraine. To achieve this goal, the article examines the features of the development of the world telecommunications services market: researches the dynamics of incomes world telecommunication market for the last five years, carries out the analysis of tendencies of the world telecommunication market, analyses the penetration of Internet in some countries of the world, motivates the segments of the market which are the most attractive from the standpoint of investment and development. For comparison, in the article carries out the analysis of the telecommunication market of Ukraine, namely examines the including dynamics of income from telecommunication services and dynamics of income of Ukraine provided various types of communication services, determines the priority segments of the telecommunications market of Ukraine and selects major tendencies of the development and the problems of telecommunication networks.

The result of the study carried out by the authors is the conclusion that to solve the problems of the telecommunications market, Ukraine needs relying on international experience to introduce innovations in this area, to attract investors to the development of telecommunications services and improve the quality of these services for their users.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

CURRENT STATE ANALYSIS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE WATER TRANSPORT

УДК 658.152

Мартинюк О.А.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Міжнародного гуманітарного
університету
Матвєєва С.В.
студент
Міжнародного гуманітарного
університету

У статті розглянуті питання аналітичного огляду інноваційного розвитку підприємств транспортної галузі водного транспорту України. Заслуговує на увагу огляд сучасного стану та перспективі можливого розвитку портів південноукраїнського регіону.
Ключові слова: *підприємства водного транспорту, інноваційна діяльність, «єдине вікно», Європейська асоціація ЄІС, організаційно-економічний механізм.*

В статье рассмотрены вопросы аналитического обзора инновационного развития предприятий транспортной сферы водного транспорта Украины. Заслуживает внимания обзор современного состояния и перспективы возможного развития портов южноукраинского региона.
Ключевые слова: *предприятия водного транспорта, инновационная деятелность, «единое окно», Европейская ассоциация ЕИС, организационно-экономический механизм.*

This article considers questions of analytical review of innovative development of Ukraine water transport enterprises. Is worth noticing the review of current state and perspectives of possible development of the South-Ukrainian region
Key words: *water transport enterprises, innovative activity, "single window", European Association EIS, organizational and economic mechanism.*

Постановка проблеми. Для створення налагодженого механізму функціонування транспортного комплексу національної економіки України та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного транспорту на світових ринках перевезень необхідно розв'язання низки проблем, які стають перед транспортними підприємствами та системою транспортної інфраструктури України взагалі. Основними питаннями є: низький рівень сервісного обслуговування, невідповідність технічного та технологічного рівня вітчизняного транспорту європейським вимогам, відставання розвитку технологій транспортних послуг, незадовільний рівень безпеки перевезень, значне екологічне навантаження транспорту на навколишнє середовище тощо. Це впливає на зниження конкурентоспроможності вітчизняного транспорту на світових ринках перевезень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем теоретичних та практичних аспектів управління інноваційною сферою присвячено праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених економістів: В. Александрової, О. Анчишкіна, В. Геєця, А. Гальчинського, В. Іванченка, М. Кондратьєва, І. Лукінова, О. Лапко, О. Коренного, В. Карпова, Б. Малицького, В. Соловйова, В. Семиноженка, О. Фонотова, Ю. Шкворця, Р. Нельсона, тощо. В їх роботах розглянуті питання теорії управління інноваційною діяльністю та умови застосування інноваційних технологій на практиці, державне регулювання інноваційних процесів. Одним зі шляхів вирішення вищевикладених проблем є сприяння державою впровадженню інноваційної діяльності транспортними підприємствами, що позитивно вплине на прогресивний розвиток транспортної системи України. Для досягнення цієї мети органи влади та представники малого та середнього бізнесу виявляють та обговорюють існуючі розбіжності та шляхи їх ліквідування, залучають до дії інноваційні проекти. Прикладом такої співпраці може стати дискусійна конференція «Інновації для транспорту та логістики» від 10 жовтня 2013 року, яка була організована Міністерством інфраструктури України, Українською логістичною асоціацією, компанією Logistic point, ДП «Прем'єр Експо» та призвела до впровадження системи електронного документообігу у діяльності ключових суб'єктів транспортної інфраструктури [2].

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд теоретичних та практичних положень розвитку інноваційних механізмів діяльності транспортних підприємств на державному та міждержавному рівні.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах господарювання в Україні досить актуальним питанням залишається спосіб активізування інноваційної діяльності. Водночас значна увага акцентується на розробці та вдосконаленні нормативно-правового забезпечення інноваційної діяльності, механізмах її стимулювання, системі інституціональних перетворень, захисті інтелектуальної власності, створенні системи комплексної підтримки інноваційної діяльності , але суттєвих результатів у діяльності це не принесло.

Причиною невідповідності технічного та технологічного рівня вітчизняного транспорту сучасним вимогам є відсутність національної інноваційної системи, низькі темпи формування інноваційної інфраструктури, а також незначна питома частка бюджетних асигнувань на наукові дослідження і розробки, що згідно із законодавством мають становити не менше, ніж 1,7 % ВВП, в Україні у 2017 році вони становили 0,7% ВВП [3, с. 142].

В існуючих умовах для України стратегічним орієнтиром інноваційного розвитку є здійснення технологічного прориву і створення національ-

ної інноваційної системи, яка буде передбачати визначення пріоритетів інноваційної діяльності та формування і реалізацію інноваційних програм розвитку та стимулювання інноваційної діяльності.

Перш за все пріоритетні напрями інноваційної діяльності у транспортній системі майже не визначенні, не обґрунтовані та слабо пов'язаними між собою. Тому більш чітке визначення та обґрунтування за критеріями інноваційності пріоритетних напрямів інноваційного розвитку транспортної системи дасть можливість сформувати дієву галузеву державну інноваційну політику для сприяння інноваційній діяльності транспортних підприємств.

Кабінет Міністрів України Постановою від 28 грудня 2016 р. № 1056 визначив пріоритетні інноваційні напрями у транспортній сфері на період 2017-2021 роки(табл. 1) [1]:

На сьогоднішній момент актуальними нововведеннями, які за очікуваннями мають підтримати ринок транспортних послуг та покращити сервіс надання транспортних послуг є наступні:

– технології «електронного фрахту» та технології «єдиного вікна» як фактор прискорення руху вантажів;

– впровадження електронного документообігу до логістичної та транспортної діяльності (наприклад, реалізація проектів електронного подання відомостей, електронного бронювання черг, електронного декларування);

– розробка та впровадження стандартів електронного документообігу;

– методи управління та контролю за витратами транспортування з метою зниження вартості доставки товарів транспортними засобами;

– застосування «хмарних технологій», мобільних пристроїв на архітектурі Intel;

– управління термінами доставки;

– створення нових ланцюгів поставок/транспортних коридорів та мультимодальних форматів тощо.

На нашу думку, основним завданням для покращення сервісу надання транспортних послуг є впровадження електронного документообігу до логістичної та транспортної діяльності.

Президент Асоціації логістики України М. Григорак уважає, що, якщо проаналізувати повний цикл доставки, то основний час займають операції підготовки вантажу до перевезення і відповідно доставки клієнту, термін перевезення продукції у більшості випадків займає менший проміжок часу. Тому, саме на зменшення часу пов'язаного із підготовчо-завершальними операціями повинні бути спрямовані всі технології, пов'язані з розвитком інфраструктури, і технології, пов'язані з розвитком транспортних засобів, і перш за все інформаційні технології [10].

Перевагою електронного документообігу є те, що ця система дає можливість швидко і оперативно будь-яким ланкам обмінюватися між собою інформацією. Це реалізація принципу «єдиного вікна» в транспортних терміналах, де найбільш трудомісткі процеси пов'язані з обробкою документів – і по прибуттю вантажів, і по відправленню. Тому це надає можливість прискорення часу для обробки досить великого обсягу інформації, мультимодальність – можливість передавати інформацію з одного виду транспорту на інший і приймати рішення на стиках видів транспорту.

Важливим елементом електронного документообігу є програмне забезпечення, у середовищі якого відображаються функціональна складова документа, тобто для чого документ створений, і юридична – для підтвердження його автентичності.

Для життєзабезпечення електронних документів повинні бути створені системи електронного документообігу (СЕД), які б дозволяли отримувати необхідну інформацію про документі всім, кому вони призначені [11].

При розробці місцевих нормативних електронних документів повинні превалювати міжнародні вимоги через транскордонність транспорту та необхідність взаємодії перевізників із різних країн світу.

Також необхідно враховувати важливий фактор задіяння у процесі оформлення вантажів, крім відправника та одержувача, агентів (експедиторів), перевізників, служби транспортних терміналів та держоргани (митниця, фітосанітарний контроль та інші, в залежності від специфіки вантажу). Усе це відбивається у певній кількості документів – рахунку-фактурі, вантажної накладної, митної декларації, дозволі на вивезення і т.д. [9].

Використання різних платформ електронного документообігу різними суб'єктами діяльності, не дозволить транспортній системі функціонувати ефективно, тому необхідно запровадити систему «єдиного вікна» – загальну систему електронного документообігу для всіх суб'єктів транспортного ринку.

На сьогоднішній день пілотний проект «Єдине вікно» застосовується у діяльності Одеським морським торгівельним портом, терміналами «ТІС» на

Таблиця 1

Інноваційні технології, які вимагаються у сфері транспорту на період з 2017-2021 рр.

Агрегати і системи нового покоління для швидкісного та високошвидкісного залізничного транспорту.	Розроблення та впровадження інтелектуальних та цифрових систем до систем транспортної логістики.	Нові покоління техніки і технологій в авіа-, судно- та ракетно-космічній галузі.	Розвиток систем навігації та керування авіаційною, корабельною та ракетною технікою.

території Южного морського торгівельного порту та морського торгівельного порту Чорноморськ [11].

Розглянемо та проаналізуємо дані статистичної звітності роботи портів за допомогою системи «Єдине вікно» станом на квітень 2017 року (табл. 2) [11].

Аналізуючи наведені дані можна зробити висновок, що протягом періоду з моменту впровадження системи «Єдине вікно» постерігається тренд збільшення успішно зареєстрованих у системі контейнерів для здійснення їх завантаження.

З кінця 2015 року ІСПС впроваджена і використовується у всіх морських портах України. [12].

Зокрема, у всіх гаванях працює модуль оформлення приходу судна. В Одеському, Чорноморському, Южному і Білгород-Дністровському портах оформлення приходу судна відбувається виключно в електронному вигляді. У всіх інших портах – прихід судна оформляється в паралельному режимі з використанням електронної системи і паперового носія.

В Одеському, Чорноморському порту та морському порту «Южний» (на ТОВ «ТІС-Контейнер») – система ІСПС використовується для імпорту контейнерних вантажів, увезених морським видом транспорту, вивезення яких здійснюється автомобільним і залізничним видами транспорту

Крім того, в Одеському порту використовується модуль ІСПС експорту для контейнерних і генеральних вантажів, а на ТОВ «Чорноморський морський рибний порт» – запроваджено модуль експорту контейнерних вантажів [12].

Подальшим кроком розвитку застосування ІСПС стане повний перехід на електронну форму оформлення суден у всіх портах України.

Спрощення процедур торгівлі перейшло на центральне місце в Україні в контексті інтеграції в європейські і світові ринки. Україна потребує поліпшення інформаційного забезпечення міжнародної торгівлі, одним з основних елементів якої є транспортування товарів через кордони.

Створення зазначеної системи дозволить усім суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності – учасникам транспортного процесу надавати інформацію одночасно, в одне єдине місце, у стандартній формі і одному агентству, установі, організації (незалежно від форми власності).

На сьогоднішній день ЄІС застосовується в найбільш розвинених портах, аеропортах та інших інтенсивних пунктах перетину кордонів у світі.

У Західній Європі функціонує зазначена форма «єдиного вікна» в портах Гамбургу (Німеччина), Роттердама (Нідерланди), Антверпена (Бельгія), Фелікстоу (Великобританія), Гавра, Марселя (Франція), Барселони, Більбао (Іспанія).

На базі зазначених портів заснована Європейська асоціація ЄІС – European Port Community Systems Association (EPCSA) [10; 11].

Мета Асоціації – розвиток електронної логістики у всіх європейських портах, підвищення ефективності морських перевезень, експедиторської та логістичної діяльності в Євросоюзі. Асоціація закликає всіх користувачів послугами портів активно створювати зазначені системи.

Впровадження ЄІС спочатку на локальному рівні з перспективою використання цього досвіду для створення національного «єдиного вікна» наблизить Україну до стратегії розвитку торгівлі Євросоюзу, де вже прийнята програма розвитку мережі національних механізмів «єдиного вікна», які будуть обмінюватися інформацією на підставі стандартів ООН і Всесвітньої митної організації.

Таким чином, на першому етапі проекту основним завданням є впровадження зазначених рекомендацій ООН, доручень Кабінету Міністрів України шляхом створення відповідних програмно-інформаційних комплексів, засобів комунікації між учасниками ЄІС, організаційного забезпечення взаємодії державних і недержавних підприємств і установ на шляху оптимізації транспортних процесів, зменшення загроз непередбачуваних суб'єктивних обставин, анулювання впливу людського фактора на процес переміщення товарів і транспортних засобів через кордони і, як наслідок, збільшення обсягів зовнішньої торгівлі, надходжень до Держбюджету України податків та зборів [5].

ЄІС, яка на сьогоднішній день створюється в Одеському морському торговому порту, використовує існуючий досвід і передову практику європейських портів.

Створення ЄІС на базі портів Одеського регіону має бути максимально вигідним як для бізнес спільноти, так і для контролюючих органів. Воно позитивно вплине на розвиток Одеси, як основного вузла європейської логістичного ланцюга між Півднем і Північчю Європи, між Європою і Азією [7].

Для розвитку зазначених структурних перетворень, ми пропонуємо впровадження організаційно-економічного механізму регулювання інноваційної діяльності. Загальна структура організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності на транспортному підприємстві (рис. 1) може бути представлена, як комплексна система функціональних зв’язків між об’єктами, суб’єктами, засобами, методами та іншими складовими інноваційної діяльності. Така система може використовуватися для досягнення широкого спектра стратегічних цілей підприємства.

Для визначення умов віднесення проектів та інших техніко-технологічних удосконалень до інноваційно-інвестиційних, і враховуючи, що інноваційна діяльність у галузі транспорту спрямована на створення високотехнологічної продукції найвищих стандартів, які відповідають міжнародним нормам, щоб забезпечити впровадження ресурсо- та енергозберігаючої, екологічної і безпечної техніки і

Таблиця 2

Статистичні дані роботи морських торговельних портів України із системою електронного документообороту «Єдине вікно» у квітні 2017 року

Показники / Порти	Одеський МТП				Южний МТП				Чорноморський МТП			
	Наряди	**Наряди**	**Контей-нери**	**Контей-нери**	**Наряди**	**Наряди**	**Контей-нери**	**Контей-нери**	**Наряди**	**Наряди**	**Контей-нери**	**Контей-нери**
	2014 р.	**2017 р.**	**2014 р.**	**2017 р.**	**2015 р.**	**2017 р.**	**2015 р.**	**2017 р.**	**2014 р.**	**2017 р.**	**2014 р.**	**2017 р.**
Всього:	**5028**	**6139**	**9974**	**13913**	**83**	**167**	**210**	**652**	**447**	**608**	**1232**	**1561**
з них в офісах	4933	6093	9756	13826	83	167	210	652	447	608	1232	1561
з них в ДП «АМПУ»	95	46	218	87	0	0	0	0	0	0	0	0
з них на автомобільному транспорті	4681	5772	7774	11654	83	138	210	468	431	546	1200	894
з них на залізничному транспорті	347	338	2200	2218	0	17	0	172	16	60	32	664
Всього видано дозволів митницею на завантаження на транспортні засоби:	**5050**	**5333**	**9961**	**9945**	**84**	**201**	**212**	**845**	**440**	**598**	**1164**	**1270**
з них видано дозволів митницею на завантаження на автомобільному транспорті	4713	5045	7833	8570	84	169	212	597	425	551	1133	888
з них видано дозволів митницею на завантаження на залізничному транспорті	337	260	2128	1339	0	20	0	236	15	45	31	379
Всього видано дозволів митницею на виїзд за межі пункту пропуску та порту:	**-**	**-**	**10344**	**9956**	**0**	**-**	**0**	**0**	**-**	**-**	**1**	**1110**
з них видано дозволів митницею на виїзд за межі пункту пропуску та порту на автомобільному транспорті	-	-	8008	8799	0	-	0	0	-	-	0	819
з них видано дозволів митницею на виїзд за межі пункту пропуску та порту на залізничному транспорті	-	-	2336	1157	0	-	0	0	-	-	1	291

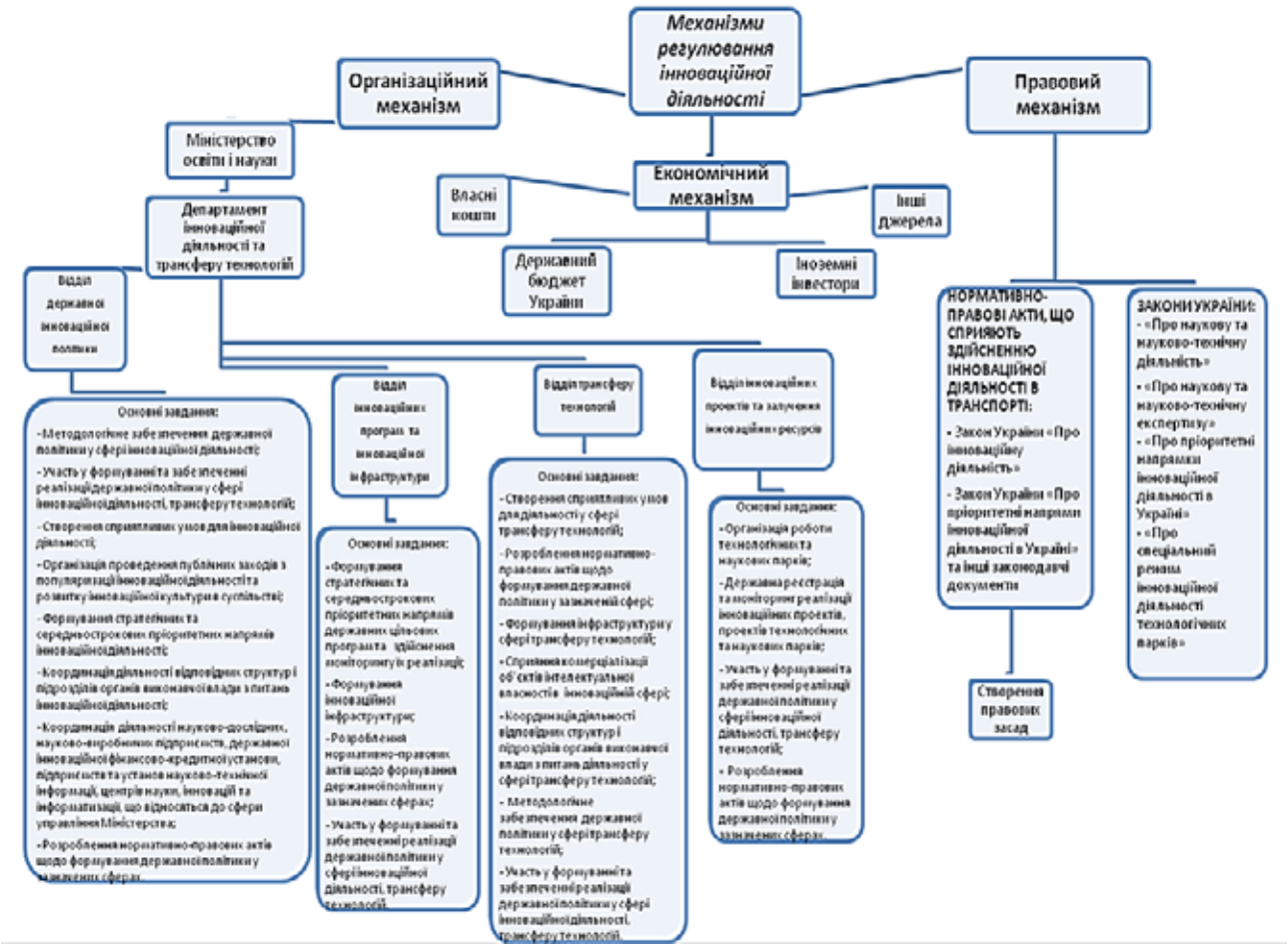


Рис. 1. Складові організаційно-економічного механізму регулювання інноваційної діяльності транспортних підприємств України

Джерело: розроблено авторами на основі [4; 5; 6]

технології та підвищити рівень якості транспортних послуг, необхідно додержуватися критеріїв екологічності, безпечності, якості за умовою поліпшення цих параметрів не менш, ніж на 5% [8]. Застосування таких критеріїв також забезпечить уникнення зловживань з боку суб'єктів інноваційної діяльності за можливості отримання державної фінансової підтримки та інших економічних стимулювань.

На державному рівні України, створення такої системи дасть реальний поштовх розвитку сприятливого економіко-правового простору, гармонізації обміну даними між різними учасниками транспортних бізнес-процесів і державними контролюючими органами, за вимогами світових стандартів. На наш погляд, це стане першим кроком до створення національного формату «єдиного вікна» та пов'язаними з цим позитивними зрушеннями, спрямованими на європейську інтеграцію, формування міжнародних ланцюгів поставок товарів та трансфертів, обмеження бюрократичних процедур і боротьби з корупцією.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах ринкової трансформації економіки України стрижнем науково-технічного прогресу стає інноваційна складова у діяльності, спрямована на активізацію механізмів створення нової конкурентоспроможної продукції та послуг, уведення нового формату бізнес-спілкування та формування нових умов бізнес-середовища. Для забезпечення розвитку інноваційного потенціалу транспортних підприємств пропонуємо наступні загальні пропозиції:

– створити дієвий інноваційний механізм у країні завдяки постійній держаній підтримці вітчизняних виробників, залучити додаткові фінансові ресурси та постійний фінансовий контроль незалежних експертів;

– сформувати постійне підвищення інноваційного потенціалу, заснованого на впровадженні нових виробничих технологій, науково-технічних розробок, які здатні у короткостроковій перспективі забезпечувати українським підприємцям конкурентні переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;

– забезпечити надання транспортних послуг та трансфертів належної якості, які відповідають європейським і міжнародним стандартам.

Джерелом реального економічного зростання може стати тільки інноваційна діяльність, як великих підприємств базових галузей, так й інших сфер економіки в середньому і малому бізнесі, особливо це стосується транспортних підприємств та надання транспортних послуг. Для впровадження інновацій у транспортну та логістичну діяльність необхідно враховувати досвід країн світу, які активно застосовують технології та розробити єдині стандарти для їх ефективного, узгодженого використання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017-2021 роки» 2016 р. – № 1056. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1056-2016-%D0%BF
2. Внедрение технологий электронной обработки грузов по технологии IATA e-freight в Украине: проблемы и перспективы. – 02.04.2014/ – Вып. 66, № 13. – 804 с.
3. Войченко Т. Напрями інноваційної діяльності у воднотранспортній галузі. – Вип. 31. – 2015. – 148 с. – С. 142.
4. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Краснокутська Н. В. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.
5. Мартынюк Е.А. Проблемы формирования инновационной стратегии устойчивого развития региона. / Е.А. Мартынюк // Economics and management: Challenges and Perspectives: Collection of scientific articles. – “East West” Association For Advanced Studies and Higher Education GmdH, Vienna, Austria, 2015. – 260 p. Pp 115-118.
6. Покропивний С. Ф. Інноваційний менеджмент у ринковій системі господарювання / Покропивний С. Ф. // Економіка України. – 1995. – №2. – С. 24.
7. Прокопенко Н.С., Виклюк М. І Регулювання інноваційної діяльності підприємств транспортного машинобудування : монографія / Н. С. Прокопенко , М. І. Виклюк – Львів : «Ліга-прес». – 2012. – 218.
8. Середа А. Р. Оцінка рівня впливу регулювання на ефективність інноваційної діяльності підприємств транспортного машинобудування / А. Р. Середа // Проектування, виробництво та експлуатація автотранспортних засобів і поїздів : щорічний науково-виробничий журнал. – Л. Вип. 20. – 2012.– 303 с. – С. 247-253.
9. Турпак Т.Г. Інновації як фактор ефективної діяльності портового господарства річкового транспорту України // Проблеми науки: міжгалузевий науково – технічний журнал. – 2007. – №8. – С. 33-38.
10. Матеріали дискусійної конференції «Інновації для транспорту і логістики». – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://transukraine.com.ua/conference_ page_id=125
11. Пілотний проект «Єдине вікно – локальне рішення» // Статистика. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.singlewindow.org/publications/17?lang=ukr
12. Сайт ДП «Адміністрація морських портів України» // Інформаційну систему портового співтовариства впроваджено в усіх морських портах України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.uspa.gov.ua/pres-tsentr/novini/novini-ampu/11677-informatsionnaya-sistema-portovogo-soobshchestva-vnedrena-vo-vsekh-morskikh-portakh-ukrainy

REFERENCES:

1. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy «Deiaki pytannia vyznachennia serednostrokovykh priorytetnykh napriamiv innovatsiinoi diialnosti zahalnoderzhavnoho rivnia na 2017-2021 roky» 2016 r. – # 1056. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1056-2016-%D0%BF
2. Vnedrenie tekhnologiy elektronnoy obrabotki gruzov po tekhnologii IATA e-freight v Ukraine: problemy i perspektivy. – 02.04.2014 / – Vyp. 66, № 13. – 804 c.
3. Voichenko T. Napriamy innovatsiinoi diialnosti u vodnotransportnii haluzi. – Vyp. 31. – 2015. – 148 s. – S. 142.
4. Krasnokutska N. V. Innovatsiinyi menedzhment: navch. posibnyk / Krasnokutska N. V. – K. : KNEU, 2003. – 504 s.
5. Martynyuk E.A. Problemy formirovaniya innovatsionnoy strategii ustoychivogo razvitiya regiona. / E.A. Martynyuk //Economics and management: Challenges and Perspectives: Collection of scientific articles. – “East West” Association For Advanced Studies and Higher Education GmdH, Vienna, Austria, 2015. – 260 p. – Pp. 115-118.
6. Pokropyvnyi S. F. Innovatsiinyi menedzhment u rynkovii systemi hospodariuvannia / Pokropyvnyi S. F. // Ekonomika Ukrainy. – 1995. – #2. – C. 24.
7. Prokopenko N.S., Vykliuk M. I Rehuliuvannia innovatsiinoi diialnosti pidpryiemstv transportnoho mashynobuduvannia : monohrafiia / N. S. Prokopenko, M. I. Vykliuk – Lviv : «Liha-pres». – 2012. – 218.
8. Sereda A. R. Otsinka rivnia vplyvu rehuliuvannia na efektyvnist innovatsiinoi diialnosti pidpryiemstv transportnoho mashynobuduvannia / A. R. Sereda // Proektuvannia, vyrobnytstvo ta ekspluatatsiia avtotransportnykh zasobiv i poizdiv : shchorichnyi naukovo-vyrobnychyi zhurnal. – L. Vyp. 20. – 2012.– 303 s. – S. 247-253.
9. Turpak T.H. Innovatsii yak faktor efektyvnoi diialnosti portovoho hospodarstva richkovoho transportu Ukrainy // Problemy nauky: mizhhaluzevyi naukovo – tekhnichnyi zhurnal. – 2007. – #8. – S. 33-38.
10. Materialy dyskusiinoi konferentsii «Innovatsii dlia transportu i lohistyky». – [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://transukraine.com.ua/conference_ page_ id=125
11. Pilotnyi proekt «Yedyne vikno – lokalne rishennia»//Statystyka.–[Elektronnyi resurs]–Rezhym dostupu: http://www.singlewindow.org/publications/17?lang=ukr
12. Sait DP «Administratsiia morskykh portiv Ukrainy» // Informatsiinu systemu portovoho spivtovarystva vprovadzheno v usikh morskykh portakh Ukrainy. – [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.uspa.gov.ua/pres-tsentr/novini/novini-ampu/11677-informatsionnaya-sistema-portovogo-soobshchestva-vnedrena-vo-vsekh-morskikh-portakh-ukrainy

Martyniuk O.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management,
International Humanitarian University
Matvieieva S.V.
Student,
International Humanitarian University

CURRENT STATE ANALYSIS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE WATER TRANSPORT

The foundation of well-functioning transport mechanism for Ukraine national economy and its competitiveness improving on the world market of transportations requires the solving of questions transport enterprises and the whole Ukraine transport infrastructure meet with.

Main problems are: low service level, discrepancy of technical and technological level of national transport to European requirements, backlog of transport services technologies, unsatisfactory level of traffic security, significant pressure on ecology, etc.

Actual innovations that are expected to support and improve market of transport services are the next:

– technologies of “e-freight” and “single window” as the factor of cargo movement acceleration;
– introduction of e-documentation to logistics and transportation activity;
– elaboration and initiation of standards for e-documentation;
– methods of management and control over shipping costs in order to cut the cost;
– usage of “cloud technologies”, mobile devices and Intel architecture;
– control over terms of delivery;
– creating of new supply chains/transport corridors and multimode formats, etc.

The advantage of e-documentation is that this system enables quick and operative information exchange between members. This is the result of “single window” principle in transport terminals, where the process of document processing is most labour-intensive, regarding both cargo arrival and shipment. For this reason, e-documentation gives the opportunities to speed up the time for processing of great information amount and multimodality – the ability to transfer information from one type of transport to another and take decisions on the junctions of different transport types.

Nowadays EIS is used by the most developed ports, airports and other intensive border crossing points of the world. The attempts were made for EIS usage in Odessa, Chornomorsk, Yuzhny and Belgorod Dnestrovsky ports.

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ КОНТРАКТ – РЕЗУЛЬТАТ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ОПЕРАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ)

FOREIGN-ECONOMIC CONTRACT – THE RESULT OF THE EFFECTIVENESS OF FOREIGN TRADE OPERATIONS (ON THE EXAMPLE OF DAIRY PRODUCTS)

УДК 339.5

Сафонова М.Ю.
студентка
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто стан та перспективи експорту молочних продуктів на вітчизняному та світовому ринку. Наведено перелік країн-лідерів у світовому експорті молочних продуктів. Проаналізовано виробництво молочних продуктів України з 2012 по 2016 років. Розглянуто перелік найбільших та найприбутковіших підприємств молочної промисловості на Україні за результатами 2015 року. Запропоновано зовнішньоекономічний контракт щодо експорту молочних продуктів та доведено його ефективність.
Ключові слова: *зовнішньоекономічний контракт, зовнішньоторговельні операції, експорт, молочні продукти, операції купівлі-продажу.*

В статье рассмотрены состояние и перспективы экспорта молочных продуктов на отечественном и мировом рынке. Приведен перечень стран-лидеров в мировом экспорте молочных продуктов. Проанализировано производство молочных продуктов Украины с 2012 по 2016 лет. Рассмотрен перечень крупнейших и самых прибыльных предприятий молочной промышленности на Украине по результатам 2015 года. Предложен внешнеэкономический контракт по экспорту молочных продуктов и доказана его эффективность.
Ключевые слова: *внешнеэкономический контракт, внешнеторговые операции, экспорт, молочные продукты, сделки купли-продажи.*

The article discusses the prospects of dairy product exports in the domestic and world markets. The list of leading countries in world exports of dairy products is presented. The production of dairy products of Ukraine from 2012 to 2016 has been analyzed. The list of the largest and most profitable dairy enterprises in Ukraine in the year 2015 is considered. There was also a complicated foreign economic contract for the export of dairy products and its effectiveness is proved.
Key words: *foreign economic contract, foreign trade operations, export, dairy products, sale and purchase operations.*

Постановка проблеми. Міжнародне економічне співробітництво є одним із головних чинників впливу на рівень розвитку економіки кожної окремої країни і світового прогресу в цілому. Складовим елементом такого співробітництва є зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання різних країн. Для них важливим є знання особливостей комерційних операцій та правил укладання різних видів міжнародних контрактів. Саме від цих знань залежить успіх зовнішньоекономічних операцій купівлі-продажу, експортно-імпортних операцій, операцій реекспорту та реімпорту, операцій зустрічної торгівлі тощо.

Значне підвищення цін на продовольчі товари, протягом останнього року, призвело до різкого зниження купівельної спроможності пересічного українця, що поставило під загрозу продовольчу безпеку нашої країни. За таких умов надзвичайно гостро постає проблема підвищення ефективності функціонування тваринницької галузі в цілому, і молочного підкомплексу зокрема. Є необхідність проаналізувати сучасний стан молочного ринку світу та країн-лідерів, з виробництва цієї продукції, зробити відповідні висновки, й окреслити перспективні шляхи подальшого розвитку молочного скотарства у нашій державі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням стану та перспектив експорту молочних продуктів на вітчизняному та іноземному ринку присвячені праці таких вчених як В. Шубравської, Т. Соколовської, В. Бондаренко, Ю. Кернасюк, С. Косенко.

Постановка завдання. Метою статті є моделювання зовнішньоторговельної угоди з експорту молочних продуктів, а також аналізу ефективності зовнішньоторговельної угоди експорту молочних продуктів з України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження світового ринку молочних продуктів підтвердило, що виробництво молока у світі постійно зростало протягом останніх десятиліть, збільшуючись кожного року в середньому на 2%. За попередніми даними міжнародної організації з продовольства та сільського господарства ООН (FAO), у 2016 воно досягло 817 млн тон. Лідером виробництва молочних продуктів є ЄС, Індія і США, що разом виробляють більше половини молока у світі. Китай виробляє лише 5% і посідає разом з Пакистаном 4 і 5 місця. Україна – у другій десятці найбільших країн-виробників [12].

Найбільше молочних продуктів у світі споживається у свіжій формі, загальне виробництво яких склало у 2015 р. 415 млн тон. У цьому виробництві лідерами є Індія (23%), ЄС (11%), Китай (10%), Пакистан (8%) і США (6%).

Світове виробництво сирів має таку динаміку: 22,6 млн тон у 2015 р. Найбільший виробник – ЄС, європейська частка у світовому виробництві становить 45%. За другому місті США (23%), Бразилія (3%), Єгипет (3%), Аргентина (3%). Україна

посідає місце у другій десятці з часткою 0,7%, причому необхідно підкреслити динаміку скорочення виробництва сирів.

Світове виробництво вершкового масла склало 10,5 млн тон. Найбільші світові виробники: Індія (36% всього обсягу), ЄС (22%), США (8%), Пакистан (7%), Нова Зеландія (6%). Україна 1% [12].

Виробництво молочної продукції залишається одним із важливих секторів економіки, який постійно розвивається. Динаміка виробництва молочних продуктів в Україні у 2012-2016 рр. наведена в табл. 1.

Відповідно до табл. 1 можна стверджувати, що по більшості груп відбувається поступове, постійне скорочення обсягів виробництва, у середньому на 12 % за 2 роки і від 10% до 50% за 5 років. Найбільшого спаду зазнали спреди та жирові суміші – майже на 50% за 5 років та на 16,68% за минулий рік, щорічно суттєво знижується обсяг консервів молочних та жирних сирів – загалом на 40% або 51 та 19 тис. тон відповідно за 5 років та на 8,5% або 7,1 та 2,6 тис. тон відповідно за минулий рік. Молоко рідке та кисломолочна продукція знизили обсяг виробництва на 10% та 22% за 5 років відповідно. У порівнянні із 2015 роком, об'єми виробництва молока рідкого скоротилися на 4,3% або 28 тис. тон. Продукція кисломолочна у 2016 році, порівняно з 2015 роком дещо збільшила своє виробництво – майже на 0,1%, що вже є позитивною тенденцією, враховуючи падіння на 22% за останні 5 років.

Зниження обсягів виробництва молочної продукції, насамперед, пов'язано зі зниженням споживання молока та молокопродуктів на душу населення внаслідок зниження платоспроможності населення та підвищення цін реалізованої продукції, а також втрату ринку Росії (рис. 1).

Провідні країни-експортери молока у 2016 року наведені на рисунку 2 та 3.

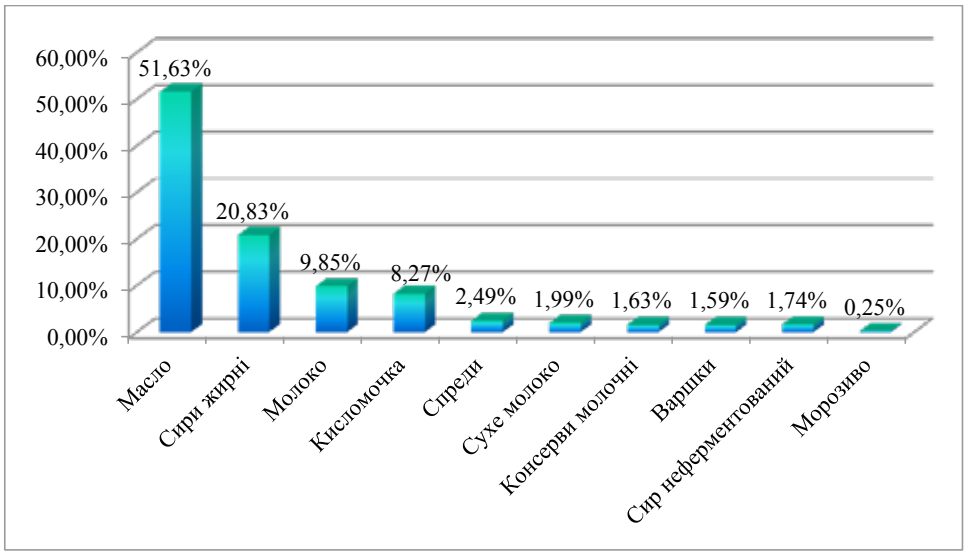


Рис. 1. Структура виробництва української молочної продукції у 2016 р.

Таблиця 1

Виробництво молочної продукції в Україні у 2012-2016 рр., тонн

Найменування продукції	Фактично вироблено					Відхилення			
	2012	2013	2014	2015	2016	Абсолютне, тон		Відносне, %	
						16/15	16/12	16/15	16/12
Молоко оброб. рідке	698181	631173	721387	660434	632108	-28326	-66073	-4,29	-9,46
Молоко і вершки сухі	53407	38804	45540	44735	43780	-955	-9627	-2,13	-18,03
Масло вершкове	69898	61514	80144	70155	70749	594	851	0,85	1,22
Сир свіжий	58615	53265	50226	43959	46406	2447	-12209	5,57	-20,83
Сир жирний	127365	110935	85227	83227	76092	-7135	-51273	-8,57	-40,26
Консерви молочні	47147	36778	33026	30358	27767	-2591	-19380	-8,53	-41,11
Прод. кисломлочна	372023	355716	326758	290231	290481	250	-81542	0,09	-21,92
Казеїн	6179	2321	3630	4451	4889	438	-1290	9,84	-20,88
Морозиво та харч. лід	95435	95581	88393	77426	82347	4921	-13088	6,36	-13,71
Спреди та сум. жирові	38841	33751	33090	23368	19470	- 898	-19371	-16,68	-49,87
Молоковмісні продукти	87661	83084	109691	102665	92091	-10574	4 430	-10,30	5,05

Джерело: [6]

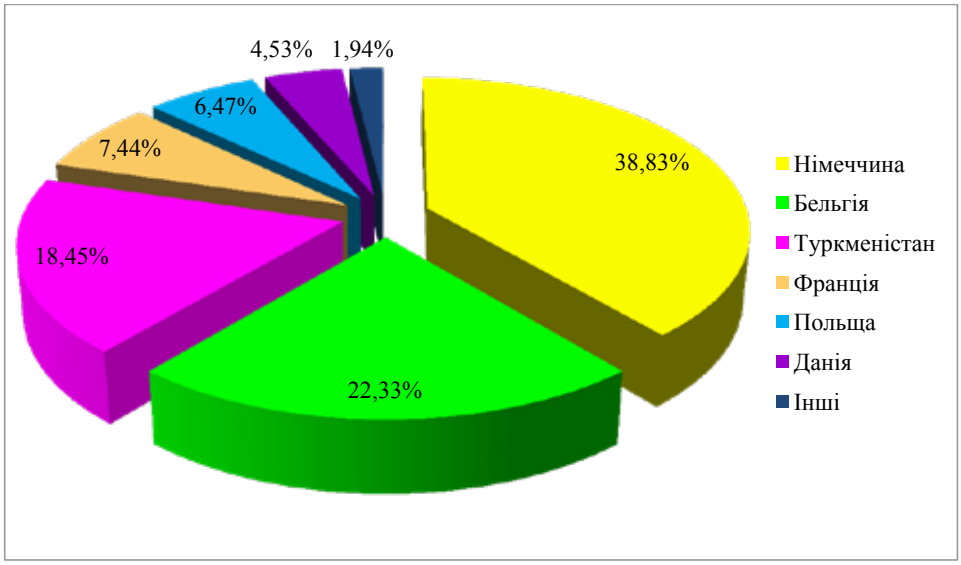


Рис. 2. Країни-експортери молока та вершків не згущених у 2016 р.

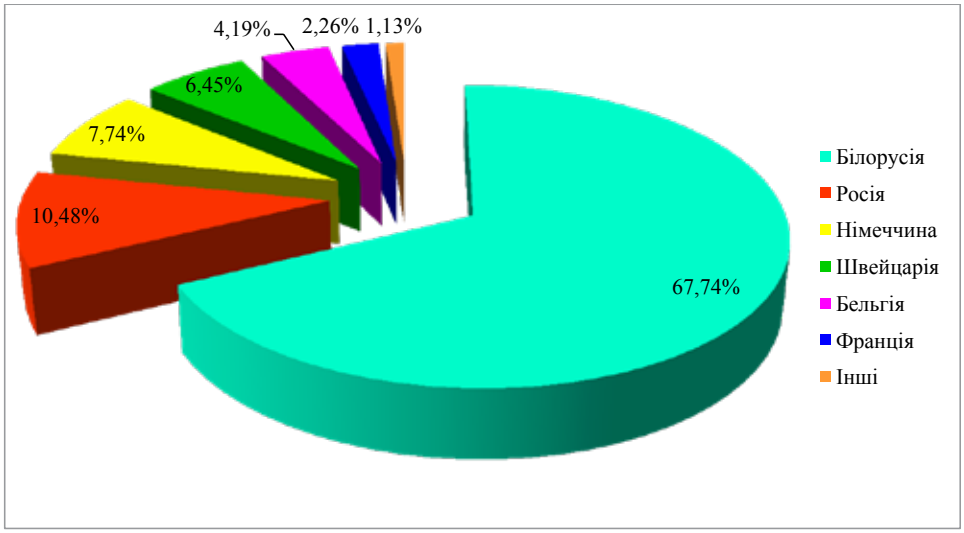


Рис. 3. Країни-експортери молока згущеного у 2016 р.

Відповідно до рисунка 2, провідні позиції щодо експорту у секторі молока та вершків не згущених у 2016 р. належали: Німеччині – 38,83%, Бельгії – 22,33% та Туркменістану – 18,45%.

Рис. 3 підтверджує, що лідером експорту молока згущеного є Білорусь з часткою 66,74% від загального експорту. Російська Федерація займає 10,48% світового експорту молока згущеного, Німеччина – 7,74%, а Бельгія – 4,19%.

Провідні позиції у 2016 році у експорті вершкового масла належали Новій Зеландії (23,94%), Нідерландам (15,69%), а у секторі сирів Польщі 40,66%) та Німеччині (27,14%).

Врахувавши зміну структури виробництва молочної продукції в Україні та визначивши основні країни-гравці зовнішнього ринку молочної галузі, варто зазначити основних гравців внутрішнього ринку України. Сьогодні в Україні майже 80% ринку контролює 50 заводів, значна частина яких входить до складу великих холдингів. Розглянемо перелік найбільших та найприбутковіших підприємств молочної промисловості на Україні за результатами 2015 року на рисунку 4.

«Терра Фуд» є лідером в Україні з виробництва фасованого вершкового масла і плавленого сиру. Свою продукцію «Терра Фуд» поставляє більш ніж в 40 країн, в тому числі на Близький Схід, в країни Північної Африки, на Балкани, а також в Китай, США і Північну Корею.

«Молочний Альянс» лідирує за обсягами продажів молока в Україні (22% ринку). Компанія також є №1 по виробництву і експорту сухої молочної сироватки. Свою продукцію група експортує в 35 країн, в тому числі в арабсько-мусульманські. У грудні 2015-го вона отримала сертифікати на експорт молочної продукції під ТМ «Славія» у Китай а з

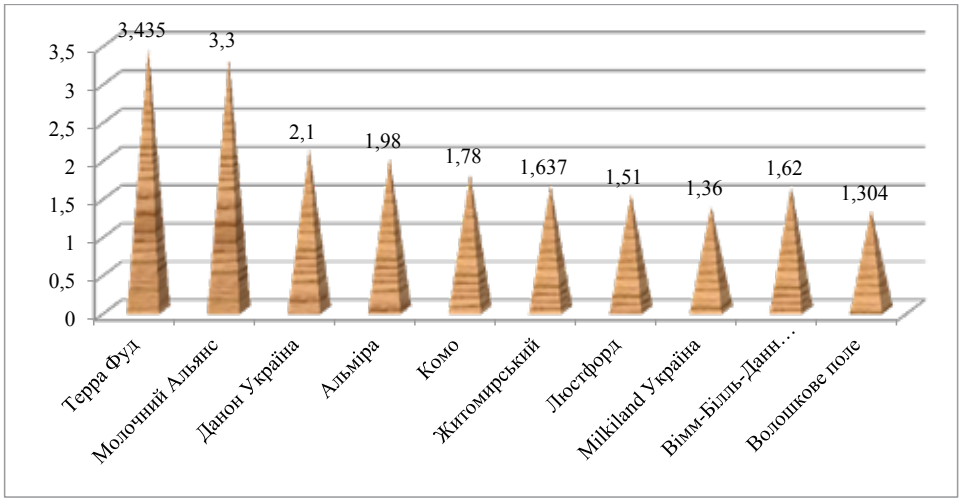


Рис. 4. Виручка за 2015 рік, млрд. грн.

10 січня 2016 право експорту до країн ЄС. Загалом в 2016 році ГК »Молочний альянс» було експортовано 550 тон вершкового масла, 140 із яких до ЄС, 382 – до Марокко та Єгипту і 25 тон до ОАЕ.

Головним регулятором тарифного регулювання експорту молочних продуктів є мито. Ставки митного та не митного регулювання затверджуються Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України.

Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про Митний тариф України» № 1109-V від 31.05.2007 молочні продукти відносяться до групи 04.

Ставки мита молочних продуктів наступні: 0401 10 10 00 – 0401 30 99 00 (молоко та вершки, не згущені та без додання цукру чи інших підсолоджувальних речовин) – 0,1 євро за 1 л.; 0402 10 11 00 – 0403 90 99 00 (молоко та вершки, згущені або з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин) – 0,5 євро за 1 кг; 0404 10 02 00 – 0404 90 89 00 (молочна сироватка) – 0,2 євро за 1 кг; 0405 10 11 00 – 0405 90 90 00 (масло вершкове та інші жири, вироблені з молока; молочні пасти) – 1,5 євро за 1 кг; 0406 10 20 00 – 0406 90 99 90 (сири всіх видів і кисломолочний сир) – 0,8 євро за 1 кг.

Нетарифні методи регулювання – це комплекс заходів обмежувально-заборонного характеру, що перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок та стимулюють розвиток експортного потенціалу держави як суб'єкта світових господарських зв'язків.

До молочних продуктів при експорті застосовуються непрямі методи нетарифного регулювання. Зокрема, застосовується технічне регулювання.

Отже, зовнішньоторговельні операції з молочними продуктами здійснюються згідно законодавства України у сфері регулювання зовнішньоекономічної діяльності. При цьому при експорті молочних продуктів застосовуються заходи тарифного і нетарифного регулювання, а оскільки молочні продукти входять до продовольчих товарів, то до них застосовується жорсткий радіологічний, екологічний та фіто санітарний контроль.

Зовнішньоторговельний договір купівлі-продажу являє собою зовнішньоторговельну операцію у сфері міжнародної торгівлі, що містить в собі статті за якими здійснюються експорт чи імпорт зазначеної продукції.

Нами запропоновано зовнішньоторговельний договір з експорту молочних продуктів та проведені розрахунки його ефективності.

ДОГОВІР №

КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

м. Київ «10» березня 2017 р.

АО «Молочний Альянс» (м. Київ, Україна), надалі – «Продавець», в особі директора Волошина Олега Миколайовича, який діє на підставі Статуту з одного боку, та ТОВ «Євроопт» (м. Брест, Білорусь), надалі «Покупець», в особі директора Онуфрієнка Сергія Анатолійовича, який діє на підставі Статуту з другого боку, які далі по тексту іменуються «Сторони», а кожний окремо «Сторона» уклали договір купівлі-продажу молочних продуктів (далі по тексту «Договір») на наступних умовах.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1. Продавець зобов'язується передати Покупцеві Товар в комплектації, асортименті, кількості та по ціні, що вказані в розділі 3 даного Договору, а Покупець зобов'язується прийняти Товар та сплатити його вартість у порядку і на умовах, визначених цим Договором.

1.2. Кожна із сторін гарантує, що на момент укладання цього Договору вона не є жодним чином обмеженою законом, іншим нормативним чи правозастосовним актом, судовим рішенням або іншим передбаченим відповідним чинним законодавством, способом в своєму праві укла-

дати цей Договір та виконувати усі умови, визначені у ньому.

1.3. Продавець та Покупець відповідно підтверджують, що укладання цього Договору та виконання передбачених ним умов для Продавця і Покупця не суперечить нормам чинного законодавства та статутним цілям діяльності Сторін.

2. КІЛЬКІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ТОВАРУ

2.1. Продавець передає, а Покупець приймає товар у кількості 50 тонн, а саме 100 000 упаковок йогурту «Яготинський», кожна упаковка по 450 мл.

2.2. Якість Товару повинна відповідати встановленим у країні походження стандартам, та у разі необхідності, підтверджуватися сертифікатами про походження та якість.

2.3. Приймання товару за якістю та кількістю проводиться на складі Покупця.

2.4. У випадку невідповідності Товару обумовленим Сторонами вимогам та стандартам, Продавець зобов'язаний компенсувати Покупцю завдані цим збитки визначеним Сторонами способом.

3. ЦІНА ДОГОВОРУ

3.1. Ціна наведена у гривнях та доларах США і включає в себе вартість Товару, доставки, упаковки, маркування та документації.

3.2. Загальна вартість Договору становить 2 158 400,00 грн. (два мільйони сто сорок вісім тисяч чотириста гривень 00 коп.) за офіційним курсом НБУ станом на 09.03.2017р. 1 долар = 26,98 грн.

80 000,00 дол. США (вісімдесят тисяч 00 центів) згідно із Специфікою, що додається нижче.

№ п/п	Найменування Товару	Кількість Товару (1 уп. по 450 мл.)	Ціна за одиницю Товару (USD) (з урахуванням ПДВ)	ВСЬОГО до сплати за Товар (USD)
1.	Йогурт «Яготинський»	100 000	$ 0,8	$ 80 000
Загальна сума, USD: $80 000				

3.3. Ціна товару є твердою і не змінюється протягом дії Договору.

4. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАННЯ ТОВАРУ

4.1. Продавець зобов'язується доставити товар Покупцеві на умовах CIP «Інкотермс 2010», що включає перевезення та страхування товару до зазначеного місця, а саме Склад MNA м. Брест, а Покупець зобов'язується оплатити Товар в повному обсязі, в строк та на умовах, передбачених Договором.

4.2. Товар поставляється у період з 24 березня по 20 квітня 2017 року.

4.3. Вантажовідправник є уповноважена Продавцем фірма, зазначена в акредитиві.

4.4. У разі здійснення передоплати термін поставки не більше 15 днів з моменту здійснення передоплати.

4.5. Право власності на Товар переходить до Покупця після його оплати в повному обсязі та підписання Сторонами двостороннього акту прийому-передачі.

4.5. Фактична передача Товару здійснюється в момент підписання Сторонами Акту прийому-передачі, за умови повної оплати Замовником вартості Товару. Одночасно з Товаром Покупцеві передаються технічні документи (сертифікат відповідності Товару, сертифікат походження Товару) та бухгалтерська документація.

5. УПАКОВКА, МАРКІРУВАННЯ ТА ТРАНСПОРТУВАННЯ ТОВАРУ

5.1. Якість і комплексність Товару повинні відповідати вимогам, які встановленні чинними державними стандартами України.

5.2. Гарантійні зобов'язання Продавця перед Покупцем регулюються розділом 10 цього Договору.

5.3. Упаковки, в яких відвантажується товар, повинні забезпечувати, за умови належного поводження, цілісність товару при транспортуванні, збереженні якісних характеристик та герметичності тари.

5.4. На кожне місце Продавцем наноситься таке маркування: найменування Продавця, номер Договору, номер місця, вага брутто та нетто, номер серії та інші реквізити, завчасно повідомлені Покупцем Продавцеві.

5.5. Датою поставки вважається дата відмітки митниці в пункті призначення вантажу.

5.6. Повідомлення про відвантаження направляється факсимільним зв'язком (товарно – транспорта накладна та рахунок – фактура) Продавцем Покупцю в день відвантаження.

6. УМОВИ ЗДАЧІ-ПРИЙОМУ ТОВАРУ

6.1. Усі ризики і права власності на Товар переходять до Покупця відповідно до умов поставки CIP згідно з Інкотермс 2010.

6.2. Місце фактичного прийому Товару – Склад MNA м. Брест.

7. УМОВИ ПЛАТЕЖУ

7.1. Розрахунки згідно з даним Договором мають бути здійснені шляхом без відзивного документарного акредитива, відкритого за дорученням Покупця на користь Продавця банком – кореспондентом уповноваженого банку і авізованого через уповноважений банк.

7.2. Якщо акредитив буде відкритий банком, який не є кореспондентом уповноваженого банку, Покупець зобов'язується забезпечити підтвердження акредитива банком-кореспондентом уповноваженого банку.

7.3. Акредитив на загальну суму Договору має бути відкритий не пізніше 3 днів від дати повідомлення Продавцем про готовність Товару до відвантаження. Термін дії акредитива – до 10 травня 2017 року.

7.4. Платежі за Договором будуть здійснюватися наступним чином:

– 30 % передоплати у термін до 17 березня 2017 року;

– 40 % оплати протягом наступних 14 днів;

– 30 % оплати до 25 квітня 2017 року.

7.5. Платежі за Договором здійснюється у доларах США.

7.6. Усі витрати, пов'язані з обслуговуванням акредитива на території Продавця, несе Продавець. Усі витрати, пов'язані з обслуговуванням акредитива на території Покупця, несе Покупець.

8. ФОРС-МАЖОР

8.1. Сторони звільняються від відповідальності за невиконання або неналежне виконання своїх зобов'язань за цим Договором, якщо таке невиконання або неналежне виконання спричинено обставинами форс-мажору.

8.2. Під обставинами форс-мажору у цьому Договорі Сторони розуміють дію непереборних сил, що виникли незалежно від волі сторін, появу яких сторони не могли передбачити або запобігти виникненню яких, та які включають, не обмежуючись цим, наступне: пожежі, повінь, землетруси, зсуви, інші стихійні лиха та сезонні природні явища, зокрема закриття шляхів, проток, перевалів, портів, а також війна, військові дії, блокади, страйки, ембарго, акти державних органів та такі подібні явища і дії, що роблять неможливим або суттєво заважають виконанню умов цього Договору Сторонами.

8.3. При виникненні форс-мажорних обставин Сторона, виконанню чиїх зобов'язань перешкоджають такі обставини, повинна письмово сповістити про це іншу Сторону протягом 10 днів з дати їх появи. У цьому разі строк виконання своїх зобов'язань за Договором Стороною, що перебуває під дією форс-мажорних обставин, продовжується на строк дії таких обставин.

9. ГАРАНТІЙНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ

9.1. Продавець гарантує належну якість Товару за умови дотримання Покупцем правил транспортування, зберігання і експлуатації Товару.

9.2. Гарантійний термін на Товар визначається відповідно до державних стандартів України.

9.3 В разі виявлення невідповідності товару Стандартам України або Стандартам Білорусії Продавець зобов'язується за власний рахунок, протягом 7 днів від дня отримання відповідного повідомлення Покупця, замінити товар на якісний та відшкодувати таким чином збитки, понесені Покупцем на території України.

10. САНКЦІЇ ТА РЕКЛАМАЦІЇ

10.1. У випадку невиконання або неналежного виконання зобов'язання по поставці Товару, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцеві штрафні санкції у вигляді пені в розмірі 0,5% за кожен день прострочення виконання зобов'язання.

10.2. У випадку невиконання або неналежного виконання Покупцем своїх договірних обов'язків по оплаті Товару він зобов'язаний сплатити Продавцеві пеню в розмірі 0,6% від вартості товару за кожен день прострочення виконання зобов'язання.

10.2. Рекламації можуть бути подані щодо якості – у разі невідповідності якості Товару передбаченим цим Договором вимогам, щодо кількості – у випадку невідповідності кількості товарів транспортним документам за вагою та кількістю місць.

10.3. Покупець має право заявити Продавцеві претензію протягом 14 днів та дає відповідь поштою та факсом протягом 7 банківських днів.

10.4. Документом, який підтверджує невідповідність якості Товару передбаченим цим Договором вимогам або кількості Товару – документам про відвантаження, Сторони визнають акт, складений за участю Київської торгово – промислової палати.

11. ВИРІШЕННЯ СПОРІВ (АРБІТРАЖ)

11.1. Будь-який спір, що виникає за даним договором або у зв'язку з ним, підлягає передачі на розгляд і остаточний дозвіл у Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України.

11.2. Сторони згодні з тим, що в процесі розгляду й дозволу спора буде застосовуватися Регламент Міжнародного комерційного арбітражного суду при Торгово-промисловій палаті України.

12. ІНШІ УМОВИ

12.1. Договір складено в двох примірниках, які мають однакову юридичну силу, по одному для кожної Сторони.

12.1. Підписання цього Договору є остаточною обставиною, і анулює всі попередні усні та письмові домовленості щодо предмета цього Договору.

12.2. Всі зміни та доповнення до цього Договору вважатимуться дійсними, якщо вони внесені у письмовій формі і підписані уповноваженими представниками Сторін. Сторони домовилися, що для оперативної роботи факсимільні копії документів мають юридичну силу до надання оригіналів.

12.3. Сторони погодилися, що текст Договору, будь-який матеріал, інформація та відомості, які стосуються Договору, є конфіденційними, і не можуть передаватися третім особам без попередньої письмової згоди іншої Сторони Контракту, крім випадків, коли така передача пов'язана з одержанням офіційних дозволів, документів для виконання Договору або сплати податку, інших обов'язкових платежів, а також у випадках, передбачених чинним законодавством України, що регулює зобов'язання Сторін Договору.

12.4.Даний Договір стає чинним з моменту його підписання та діє до виконання Сторонами його умов.

12.5. У випадках, не передбачених даним Договором, Сторони керуються чинним цивільним законодавством України.

13.ТЕРМІН ДІЇ

13.1. Даний Договір набуває чинності з моменту його підписання і діє до моменту повного виконання Сторонами своїх обов'язків за цим Договором.

14. АДРЕСИ ТА БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Продавець:	**Покупець:**
вул. М. Лєскова, 9, м. Київ, Києво-Святошинський р-н, Київська обл., 08132, Україна р/р 33348008401259, Приватбанк, м. Київ, МФО 3333335.	ТОВ «Євроопт», м. Брест, Варшавське шосе, 11, Білорусь, р/р 22248008401259, Національний банк, м. Мінськ

15. ПІДПИСИ СТОРІН

Директор АО «Молочний Альянс» _____ Волошин О. М.	Директор ТОВ «Євроопт» _____Онуфрієнко С.А.

Розрахуємо ефективність здійснення зовнішньоторговельної угоди з експорту йогурту «Яготинський» за умовним зовнішньоекономічним контрактом.

4.1 Умови експорту товару:

а) Закупівельна вартість 1 упаковки йогурту становить 0,8 дол. США (або 21,58 грн.) згідно з офіційним курсом НБУ на 09.03.2017 р. 1 долар = 26,98 грн. Таким чином, сума контракту складає 80 000 дол. ($) та 2 158 400 грн.

б) кредит не надається;

в) Витрати, пов'язані з експортом:

– транспортні витрати (+ розвантаження-навантеження) = 3 000 $ = 80 940 грн.

– виклик митного інспектора – 30 $ = 809,4 грн.

– страхування = 80 000 * 0,02 = 1 600 $.

Оформлення вантажно-митної декларації (ВМД) коштує 800 грн. Вся продукція відноситься до однієї категорії товарів (код 2203), тому на одну машину буде оформлятись одна ВМД, додаткові листи не потрібні, буде відправлено 25 машин. Отже оформлення ВМД буде коштувати: 800*15=12 000 грн. = 445 $.

Сертифікати походження видаються Торгово-промисловою палатою і коштують 250 грн. за один сертифікат. Один сертифікат видається на одну машину. Отже витрати на отримання сертифікатів будуть складати:

250*15 = 3 750 грн. = 139 $.

Всього витрат пов'язаних з експортом = 5 214 $.

4.2. Витрати, пов'язані з митним оформленням експорту вантажу:

а) Сплата експортного мита – 50 000 кг * * 0,2 євро = 10 000 євро = 10 700 $;

б) Сплата митних зборів – 80 000 $ * 0,2% = 16 $;

в) Акцизний збір – йогурт не є підакцизними товарами, оскільки належать до групи продуктів харчування;

г) Експортер займається виробництвом йогурту на експорт із придбаної сировини, отже ПДВ повертається лише з нарахованого мита та митних зборів: (10 700 + 16) * 0,2 = 2143,2 $.

4.3 Розрахунок валютної виручки (кількість товару * ціну товару) : 100 000 шт. * 0,8 $ = = 80 000 $=2 158 400 грн.

4.4. Розрахунок валового доходу (виручка – витрати по експорту): 80 000 $ – (5 214 + 10 716) = = 64 070 $.

4.5. Розрахунок з бюджетом:

Повернення сплаченого ПДВ = (80 000 + 5 214 + + 10 716) * 0,2 = 29 186 $.

4.6. Розрахунок прибутку (валовий дохід – відрахування) = 64 070 $ – 29 186 $= 34 884 $;

4.7. Сплата податку на прибуток (сума отриманого прибутку до оподаткування * 18%) = 34 884 $ * * 0,18 = 6 279,12 $;

4.8 Розрахунок чистого прибутку (прибуток до оподаткування – податок на прибуток): 34 884 $ – – 6 279,12 $ = 28 604,88 $;

4.9 Розрахунок рентабельності зовнішньоторговельної угоди (прибуток / виручка * 100%) = = (34 884 $ / 80 000 $)*100% = 43,605%.

Отже провівши наступні розрахунки можна стверджувати, що ефективність даної угоди експорту молочних продуктів є високою, адже рентабельність угоди складає 43,605%. Для більш точного визначення ефективності запропонованої угоди необхідно провести коефіцієнтний аналіз. Для проведення коефіцієнтного аналізу необхідно визначити коефіцієнт ефективності експорту товару та альтернативний коефіцієнт ефективності експорту.

4.10. Коефіцієнти ефективності експорту товару.

Експорт товару ефективний, якщо експортний дохід перевищує експортні витрати. Це відбиває базовий коефіцієнт ефективності експорту.

Собівартість 1 упаковки йогурту «Яготинський» – 14 грн. , а собівартість 100 000 упаковок 1 400 000 грн.

Собівартість 1 упаковки йогурту «Яготинський» – 0,51$, а собівартість 100 000 упаковок 51 000 $.

Розрахуємо базовий коефіцієнт ефективності експорту:

$$E_e^б = \frac{B_e}{C_m + T_в + O_в}$$

де $E_e^б$ – базовий коефіцієнт ефективності експорту;

B_e – виторг від експорту = 80 000 $

C_m – собівартість товару = 51 000 $

$T_в$ – транспортні витрати = 4 630 $

$O_в$ – організаційні витрати = 584$

$E_e^б$ = 80 000 $ / (51 000 $.+ 4 630 $+ 584$) = 1,42 > 1.

Оскільки коефіцієнт більший за одиницю то експорт ефективний. Але для визначення ефективності експорту розрахунку лише базового

коефіцієнту ефективності експорту недостатньо. Необхідно з'ясувати чи є експорт товару більш вигідною операцією, ніж продаж цього товару всередині країни. Для цього використовують альтернативний коефіцієнт ефективності експорту:

$$E_e^a = \frac{B_e - C_m - T_в - O_в}{B_в - C_m}$$

де E_e^a – альтернативний коефіцієнт ефективності експорту;

B_B – внутрішній виторг (виторг від продажу товару у середині країни) = 65 000 $

E_e^a = (80 000 $ – 51 000 $ – 4 630 $ –584$) / (65 000 $ – 51 000 $) = 23786 / 14000 = 1,699> 1.

Альтернативний коефіцієнт є більшим від одиниці, тому можна вважати що експорт даного товару є ефективним і більш прибутковим чим продаж на внутрішньому ринку.

Отже, на основі проведеного коефіцієнтного аналізу можна стверджувати, що зовнішньоекономічний контракт на експорт молочних продуктів є ефективним, тому що базовий коефіцієнт експорту та альтернативний коефіцієнт ефективності експорту більше одиниці. А це означає, що прибуток від реалізації молочних продуктів на зовнішньому ринку є вищім ніж прибуток від реалізації такої ж партії цукру на внутрішньому ринку.

Також підприємство отримує високий рівень рентабельності 43,605% за значної загальної суми прибутку. Таким чином, при наявності якісного продукту, в даному випадку йогурту «Яготинський», сертифікованих та вироблених за світовими стандартами, українське підприємство – виробник та продавець молочних продуктів має можливість продавати продукцію на зовнішніх ринках.

Висновки з проведеного дослідження. Провівши моделювання зовнішньоекономічної угоди, можна зробити наступні висновки.

Перш за все, слід підкреслити, що сучасний ринок молочної продукції України характеризується постійним зниженням як обсягів виробництва продукції (від – 10% до – 50% за останні 5 років) так і кількості корів що виробляють молоко (на 15% за останні 5 років).

Варто зазначити що за 2016 рік темпи зниження обсягів виробництва скорочуються, деякі групи товарів (сири, спреди, вершкове масло, кисломолочна продукція, морозиво) навіть мають позитивну динаміку, порівняно з 2015 роком. Це означає що криза, що виникла після втрати території та ринку Росії, поступово проходить, а підприємства знаходять нові ринки для реалізації своєї продукції.

Найпопулярнішими ринками для експорту сьогодні є країни Близького Сходу (Молдова, Єгипет, Марокко, Казахстан, ОАЕ, Туніс, Лівія, Алжир), починають купувати нашу продукцію також ринки Китаю та ЄС. Основною конкурентною перевагою наших підприємств є оптимальне співвідношення ціни та якості продукції, що дозволяє продавати продукцію на вимогливих ринках (наприклад ЄС) та бути цікавим для виробників цього ринку завдяки низькій ціні продукції.

Було розроблено зовнішньоекономічний контракт з експорту йогурту «Яготинський» АО «Молочний Альянс». У результаті здійснення умовної експортної угоди з експорту молочних продуктів підприємство може отримати чистий прибуток у розмірі 28 604,88 $. Рентабельність угоди з експорту молочного продукту йогурту «Яготинський», української фірми виробника, становить 43,605% це досить високий показник.

Таким чином ми бачимо, що в Україні досить розвинена промисловість з виготовлення молочних продуктів. Проаналізувавши вище викладену роботу ми можемо з впевненістю сказати, що український виробник молочних продуктів є досить потужним конкурентом на міжнародному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 5.02.1992 р. № 2097-XII
2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-XII
3. Закон України «Про молоко та молочні продукти» № 1870-IV від 24 червня 2004 року.
4. Інструкція про порядок заповнення вантажної митної декларації, затверджена наказом Державної митної служби України від 09.07.1997 р. № 307 (у редакції наказу Держмитслужби України від 18.04.2002 р. № 207)
5. Бондаренко В.М. Розвиток ефективного виробництва молока та його промислової переробки в Україні / В.М. Бондаренко // Економіка АПК. – 2010. – № 5. – С. 61-64.
6. Вісник молочників – 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika/category/2016
7. Кернасюк Ю.В. Молочний сектор: реалії і перспективи / Ю.В. Кернасюк // Агробізнес сьогодні— 2015. — № 6 – С. 10-12.
8. Косенко С.В. Теоретичні положення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств: визначення та класифікація/ С.В. Косенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – № 3(15). – С. 117-128.
9. Лакішик О.В. Стан і перспективи експорту молока та молокопродуктів / О.В. Лакішик // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 136-141.
10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
11. Офіційний сайт Група компаній «Молочний альянс» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://milkalliance.com.ua
12. Про молоко в Україні і світі…[Розмова з директором Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» академіком П.Т. Саблуком] / Т. Антоненко // Молочна промисловість. – 2010. – № 1. – С. 11-21.

13. Світовий ринок і місце молока на ньому // Мілк-юа – 2016 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://milkua.info/ru/post/mirovoj-rynok-moloka-i-mesto-ukrainy-na-nem

14. Скопенко Н.С. Сучасний стан та тенденції розвитку молочної галузі України // Інститут післядипломної освіти НУХТ – 2011 [Електронний ресурс] Режим доступу: http://ipdo.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=259

15. ТОП-10 найбільших виробників молочної продукції в Україні // Аграрне інформаційне агентство «Agravery» – 2016, [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://agravery.com/uk/posts/show/top-10-najbilsih-virobnikiv-molocnoi-produkcii-v-ukraini

16. Шубравська О.В., Сокольська Т.В. Розвиток ринку молока і молочної продукції: світові тенденції і вітчизняні перспективи / О.В. Шубравська, Т.В. Сокольська // Економіка і прогнозування. – 2010. – № 2. – С. 80-93.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy «Pro Yedynyi mytnyi taryf» vid 5.02.1992 r. # 2097-XII

2. Zakon Ukrainy «Pro zovnishnoekonomichnu diialnist» vid 16.04.1991 r. # 959-XII

3. Zakon Ukrainy «Pro moloko ta molochni produkty» # 1870-IV vid 24 chervnia 2004 roku.

4. Instruktsiia pro poriadok zapovnennia vantazhnoi mytnoi deklaratsii, zatverdzhena nakazom Derzhavnoi mytnoi sluzhby Ukrainy vid 09.07.1997 r. # 307 (u redaktsii nakazu Derzhmytsluzhby Ukrainy vid 18.04.2002 r. # 207)

5. Bondarenko V.M. Rozvytok efektyvnoho vyrobnytstva moloka ta yoho promyslovoi pererobky v Ukraini / V.M. Bondarenko // Ekonomika APK. – 2010. – # 5. – S. 61-64.

6. Visnyk molochnykiv – 2016 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika/category/2016

7. Kernasiuk Yu.V. Molochnyi sektor: realii i perspektyvy / Yu.V. Kernasiuk // Ahrobiznes sohodni – 2015. – # 6. – S. 10-12.

8. Kosenko S.V. Teoretychni polozhennia stratehii zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpryiemstv: vyznachennia ta klasyfikatsiia/ S.V. Kosenko // Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky. – 2011. – # 3(15). – S. 117-128.

9. Lakishyk O.V. Stan i perspektyvy eksportu moloka ta molokoproduktiv / O.V. Lakishyk // Ekonomika APK. – 2010. – # 3. – S. 136-141.

10. Ofitsiinyi sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua

11. Ofitsiinyi sait Hrupa kompanii «Molochnyi alians» [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://milkalliance.com.ua

12. Pro moloko v Ukraini i sviti…[Rozmova z dyrektorom Natsionalnoho naukovoho tsentru “Instytut ahrarnoi ekonomiky” akademikom P.T. Sablukom] / T. Antonenko // Molochna promyslovist. – 2010. – # 1. – S. 11-21.

13. Svitovyi rynok i mistse moloka na nomu // Milkyua – 2016 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://milkua.info/ru/post/mirovoj-rynok-moloka-i-mesto-ukrainy-na-nem

14. Skopenko N.S. Suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku molochnoi haluzi Ukrainy // Instytut pisliadyplomnoi osvity NUKhT – 2011 [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: http://ipdo.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=259

15. TOP-10 naibilshykh vyrobnykiv molochnoi produktsii v Ukraini // Ahrarne informatsiine ahentstvo «Agravery» – 2016, [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://agravery.com/uk/posts/show/top-10-najbilsih-virobnikiv-molocnoi-produkcii-v-ukraini

16. Shubravska O.V., Sokolska T.V. Rozvytok rynku moloka i molochnoi produktsii: svitovi tendentsii i vitchyzniani perspektyvy / O.V. Shubravska, T.V. Sokolska // Ekonomika i prohnozuvannia. – 2010. – # 2. – S. 80-93.

Safonova M.Yu.
Student
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

FOREIGN-ECONOMIC CONTRACT - THE RESULT OF THE EFFECTIVENESS OF FOREIGN TRADE OPERATIONS (ON THE EXAMPLE OF DAIRY PRODUCTS)

The article discusses the prospects of dairy product exports in the domestic and world markets. The list of leading countries in world exports of dairy products is presented. The production of dairy products of Ukraine from 2012 to 2016 has been analyzed. The list of the largest and most profitable dairy enterprises in Ukraine in the year 2015 is considered. There was also a complicated foreign economic contract for the export of dairy products and its effectiveness is proved.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНТЕГРАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS INTEGRATIVETOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UKRAINE: EUROPEAN EXPERIENCE

УДК 334.723

Смачило В.В.
к.е.н., професор кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури
Халіна В.Ю.
к.е.н., доцент кафедри економіки
Харківський національний університет будівництва та архітектури

У статті проведено ґрунтовне дослідження сутності соціального підприємництва, його моделей, порівняльний аналіз європейського досвіду та встановлено, що соціальне підприємництво є безумовним та логічним інструментом сталого розвитку екосистем всіх рівнів. Представлено авторське бачення вітчизняної бізнес-моделі соціального підприємництва.
Ключові слова: *сталий розвиток, соціальне підприємництво, модель соціального підприємництва.*

В статье проведено обстоятельное исследование сущности социального предпринимательства, его моделей, сравнительный анализ европейского опыта и установлено, что социальное предпринимательство является безусловным и логичным инструментом устойчивого развития экосистем всех уровней. Представлено авторское видение отечественной бизнес-модели социального предпринимательства.
Ключевые слова: *устойчивое развитие, социальное предпринимательство, модель социального предпринимательства.*

Detailed research of the essence of social entrepreneurship, its models, and comparative analysis of European experience is carried out in this paper. It is established that social entrepreneurship is unconditional and logical tools of sustainable development of ecosystems of all levels. Author's view on homegrown business model of social entrepreneurship is presented.
Key words: *sustainable development, social entrepreneurship, a model of social entrepreneurship.*

Постановка проблеми. Важливим на сьогоднішній день є не лише збереження екосистеми, але й спрямована взаємодія у суспільстві, збалансованість його розвитку, толерантність економічних відносин, соціальна відповідальність кожного громадянина окремо та держави в цілому. Соціальна напруженість та несправедливість досягли занадто високого рівня, щоб їх ігнорувати та відсовувати на периферію державних стратегічних планів. Отже, гармонізація соціо-еколого-економічних відносин стає необхідною і нагальною. Це можливо лише на засадах сталого розвитку, ідеологія якого повинна стати провідною у свідомості громадян та топ-менеджменту бізнесу і держави.

Термін «сталий розвиток» (sustainable development) у дослівному перекладі з англійської можна визначити, як «розвиток, що підтримує життя». Як відомо, він був введений Міжнародною комісією ООН з оточуючого середовища та розвитку (МКОСР) у 1987 р. для поєднання розвитку, за якого «задоволення потреб теперішнього часу не підриває здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби». Отже, сталий (сестейновий) розвиток можна визначити, як форму взаємодії природи та суспільства, за якої зберігається баланс та забезпечується виживання наступних поколінь.

Одним з інструментів забезпечення сталого розвитку є підтримка соціального підприємництва та його визнання, як сучасної інноваційної форми бізнесу. Феномен соціального підприємництва є новим для України, він потребує законодавчого урегулювання та передбачає імплементацію європейських норм та практик у вітчизняні реалії. Водночас у Європі «легалізація» соціального підприємництва сталася більше двадцяти років тому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ґрунтовні дослідження теоретико-методичних та практичних аспектів соціального підприємництва широко висвітлені у роботах іноземних дослідників: Г. Дісо, Ф. Спреклі, А. Передо, М. Маклін, Д. Мартін та багатьох інших. Саме вони стали основою для вивчення вітчизняними дослідниками – Березяк І.І., Сотула О.В., Сіренко Н.М., Лункіна Т.І. – чиї праці присвячені опрацюванню зарубіжного досвіду та вітчизняним реаліям здійснення соціального підприємництва.

Постановка завдання. Довести, що соціальне підприємництво є безумовним та логічним інструментом сталого розвитку екосистем всіх рівнів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ідеологія сталого розвитку побудована на наступних стратегічних цілях: створення умов для здорового життя та освіти; викорінення бідності та боротьба з нерівністю; побудова потужної, інклюзивної та траспарентної економіки; мобілізація глобальної солідарності в інтересах сталого розвитку; збереження екосистеми в інтересах майбутніх поколінь; заохочення безпеки та мирного співіснування людей. Усі перераховані цілі повністю відповідають напрямам діяльності соціальних підприємств, тобто це ще раз доводить необхідність використання соціального підприємництва саме, як інструменту сталого розвитку соціально-економічних систем. Звернемося до сутності категорії «соціальне підприємництво» (СП). Передусім, соціальне підприємництво, незважаючи на доповнення «соціальне» є бізнесом, комерційною діяльністю. Його місією є вирішення проблеми соціально вразливих верств населення та інших проблем суспільства, створюватися та існувати для того, щоб робити світ краще. Можна сказати, що соціальне підприємництво перебирає

на себе частину функцій держави, що робить його вигідним для неї. У той же час активізація соціального підприємництва свідчить про високий рівень розвитку громадянського суспільства, що підвищує вимоги до держави, як штучного утворення, створеного людьми, задля їх загального благополуччя. Тому першою ознакою СП слід вважати наявність економічного ефекту, що й ототожнює сам принцип підприємливості. До другої ознаки СП слід віднести соціальний ефект, тобто вирішення проблеми суспільства, громади, будь-якої маржинальної або вразливої групи є базою для підприємництва та позитивно впливає на ситуацію в соціумі. Наявність інноваційного ефекту – третя ознака – передбачає новий спосіб вирішення соціальної проблеми. Четвертою ознакою СП слід вважати масштабування практик на інші території та сфери діяльності.

На рис. 1 зазначено місце та роль соціального підприємництва у процесі сталого (сестейнового) розвитку.

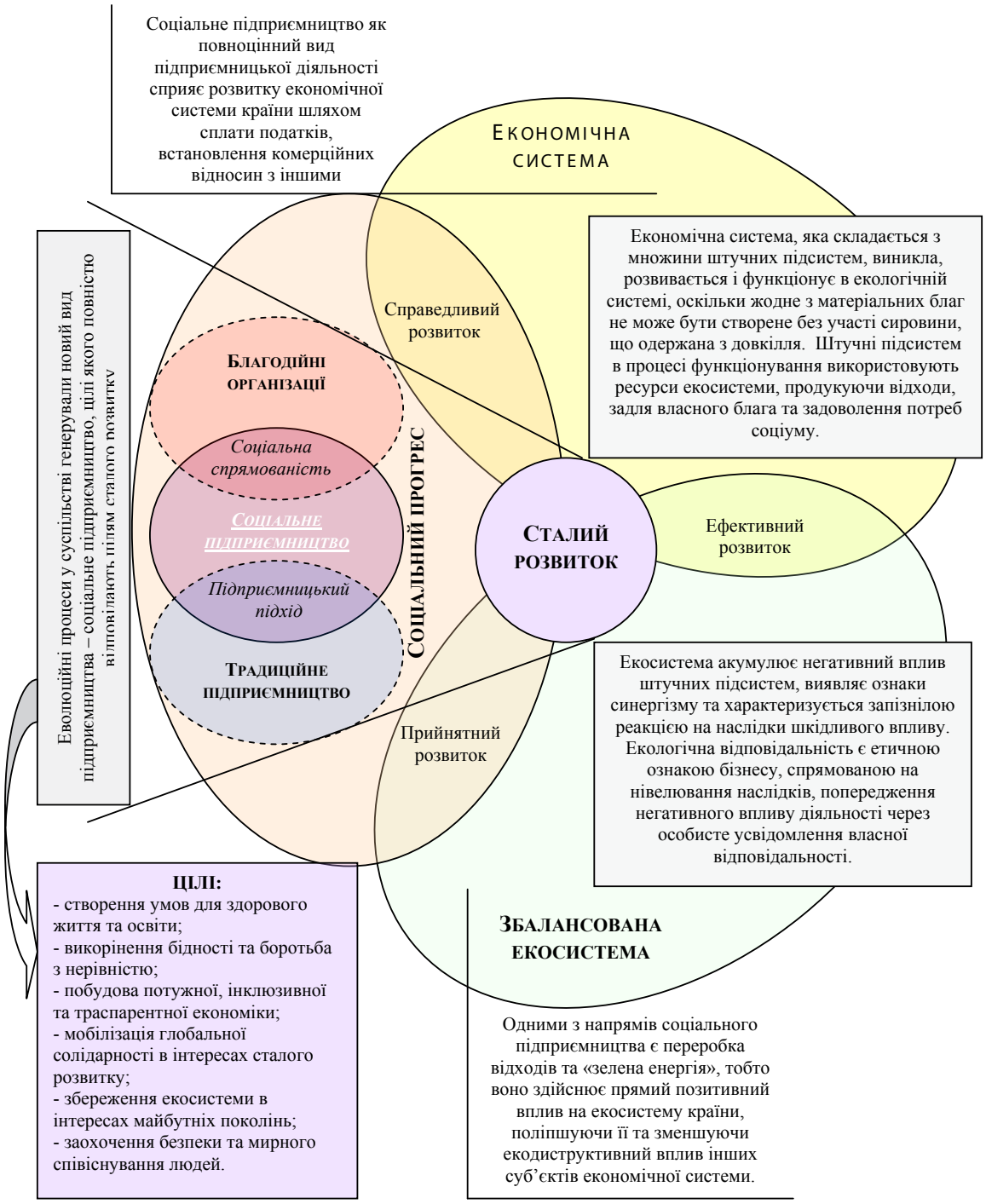


Рис. 1. Соціальне підприємництво як інтегративний інструмент сталого розвитку

Джерело: розроблено авторами

Еволюційні процеси у суспільстві генерували новий вид підприємництва – соціальне підприємництво, цілі якого повністю відповідають цілям сталого розвитку. Триєдина концепція сталого розвитку передбачає єдність соціальної, економічної та екологічної систем. При цьому поєднання цих окремих компонентів визначає певну модель розвитку системи. Таким чином, комбінація природних та штучних систем (економічна та екологічна систем) дає великі можливості для економічного розвитку та у той же час здійснює руйнівний вплив на екосистему.

У цьому випадку найчастіше вдаються до виправлення ситуації шляхом ліквідації наслідків через примусовий вплив на суб'єктів економічної системи. У авторській інтерпретації такий підхід пропонується називати ліквідаційним. Сполучення та взаємодія економічної системи та соціуму, засновані на соціальній відповідальності, обумовленні задоволенням матеріальних потреб суспільства. При цьому пропонується застосовувати, так званий, оздоровчий підхід, заснований на мінімізації впливу продуктів життєдіяльності штучних систем на соціум шляхом впровадження інноваційних технологій та добровільного й сумлінного дотримання норм та стандартів, соціальних зобов'язань та екологічного законодавства. І нарешті детермінантою поєднання соціальної та екологічної відповідальності слугує, названий авторами даного дослідження превентивним, який унеможливлює у більшості випадків здійснення шкідливого впливу штучних систем на екосистему та соціум через власну ініціативу та бажання підприємців дотримуватися екологічної етики та залишатися відповідальними по відношенню до оточуючого середовища та суспільства.

Комплекс усіх трьох складових дає підґрунтя для подальшого розвитку системи на засадах сестейновості. Таким чином, системна сестейнізація (тобто, процес формування цілісної системи, що обумовлює постійне відтворення процесів трансформації з метою сестейнового розвитку основних виробничих факторів (у тому числі матеріальної основи, нематеріальних активів і людей), а також методів управління ними) дає підстави стверджувати, що наступні відносини всередині економічної системи набудуть ознак гармонізації та збалансованості [1].

На думку авторів даного дослідження, соціальне підприємництво слід віднести більшою мірою до соціальної складової сталого розвитку, оскільки напрями діяльності цих бізнес-структур спрямовані на подолання гостросоціальних проблем.

У країнах Європи, де рівень розвитку соціального підприємництва має більш високий ступінь, аніж в Україні, вже накопичили певний досвід підтримки державою цієї сфери діяльності, визначивши її пріоритетною. Соціальне підприємництво динамічно зростає у європейських країнах, вирішуючи питання безробіття, соціального захисту та соціального залучення. Відповідно положення щодо організаційно-економічних аспектів правового регулювання представлені в законодавстві Італії (Закон про соціальні кооперативи, 1991 р.), Польщі (Закон про Соціальні кооперативи, 2006 р.), Великобританії (The Public Services (Social Value) Act (Закон про державні послуги (соціальні цінності), 2012р.), Греції (Закон 4019/30-9-2011 «Про соціальну економіку та соціальні підприємства»), Великобританія (2004р.) [2]. Найбільш популярною організаційно-правовою формою ведення соціального бізнесу в європейських країнах є кооперативи: «кооперативи соціальної солідарності» (Португалія), «кооперативи соціальних ініціатив» (Іспанія), «компанії соціальної мети» (Бельгія), «соціальні кооперативи колективної власності» (Франція) [3].

Крім названих країн, соціальне підприємництво широко поширене в інших країнах Європи: Німеччині, Словаччині, Угорщині, Норвегії, Чехії, Словенії, Литві, а також в США, Канаді, Японії, Південній Кореї, Бразилії.

Звернемося до досвіду становлення соціального підприємництва у країнах, які вважаються лідерами у цій сфері: Великобританія та Німеччина (табл. 1).

Для динамічного розвитку соціального підприємництва у Великобританії існує розгалужена інфраструктура підтримки, в якій виділяють 4 основні компонента: заохочення соціального підприємництва; передзапуски та інкубатори; сталий розвиток і ріст; копіювання, відтворення [5]. Для соціального підприємництва у Великобританії є ряд доступних джерел фінансування: гранти; соціальні інвестиції; капітал пацієнта; позики; бонди; бонди соціального впливу – Social

Таблиця 1

Порівняльний аналіз діяльності соціальних підприємств у країнах Європи

Ознака порівняння	Велика Британія	Німеччина
Кількість соціальних підприємств	70 тис.	Понад 100 тис.
Кількість працівників	Понад 2 млн. осіб	2,5 млн. осіб
Наявність законодавчої бази	Так	Так
Оборот за соціальним підприємством	24 -27 млрд £	-
Державна підтримка	Так	Так

Джерело: [4]

Impact Bonds (SIBs); інвестиції в акціонерний капітал; інвестиції в квазі-акціонерний капітал; краудфандінг. Але навіть така розгалужена мережа не є достатньою для бажаючих започаткувати соціальне підприємство.

Підтримка уряду забезпечує стрімке зростання сфери соціального підприємництва у Німеччині, що пояснюється зацікавленістю політиків, адже соціальні підприємства здійснюють істотний позитивний економічний вплив. Спостерігається сильний поштовх у краудфандінгу та групових інвестиціях, як інноваційних варіантах фінансування. До основних трендів в Німеччині слід віднести: «гібридне» фінансування як стандарт; «інвестування впливу» як виклик до набуття приватного капіталу; підвищення інтересу в університетах і заснування PhD із соціального підприємництва. У той же час, як недолік, німецькі фахівці виділяють відсутність інфраструктури та програми підтримки для соціальних стартапів в порівнянні зі «звичайними» стартапами. Найбільш відомими фондами, які здійснюють фінансування соціальних проектів є Фонди соціального підприємництва Шваба, Ashoka та BonVenture.

У Німеччині відсутня єдина юридична форма для суб'єктів соціального підприємництва. До них можуть відноситися різні фонди (Stiftungen), асоціації (Vereinen), товариства с обмеженою відповідальністю (GmbHs), кооперативи (Genossenschaften). Тому розрахувати вклад такого виду підприємництва в економіку країни досить складно. У Німеччині було розроблено стандарти соціальної звітності, за допомогою яких контролюється та регулюється діяльність соціальних підприємництв в різних країнах. Слід зазначити, що німецькому місту Вісбадену лабораторія Grameen Bank в 2010 році надала статус міста соціального бізнесу [6].

Звичайно не існує єдино правильної моделі ведення соціального бізнесу. Кожна країна індивідуально, на національному рівні вирішує це питання, використовуючи різноманітні механізми регулювання та підтримки у цій сфері. У зв'язку з цим виділяють чотири моделі соціального підприємництва (рис. 2).

Як бачимо, розвиток соціального підприємництво широко представлений як у європейських країнах, так і американських та азійських. Але на думку [3], Україні, де даний вид діяльності лише на початковому етапі свого розвитку, ближче саме європейський шлях розвитку, який полягає у підтримці державою та різноманітними донорами.

Щодо організаційно-правових форм ведення соціального підприємництва, слід відзначити кооперативи, як його пріоритетну форму; окрім того у Великобританії існують «компанії, що працюють в інтересах громади» – social interest companies [3].

Відсутність нормативно-правової бази діяльності суб'єктів соціального підприємництва дозволяє сказати про офіційну неприсутність його в Україні, але фактично цей вид діяльності набуває широкої популярності в останні роки, особливо з початком збройного конфлікту на Сході нашої держави. Хоча, у 2011р. була спроба легалізувати соціальний бізнес, шляхом подання законопроекту, який було відхилено комітетом з питань податкової політики ВРУ [7].

Однак, у різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які можуть бути класифіковані, як соціальні [8]. Саме тому виділяють такі основні форми здійснення соціального підприємництва в Україні [8]: некомерційна організація (НКО) займається підприємництвом у сфері своєї основної діяльності; НКО відкриває власне підприємство, частина доходів якого йде на фінансування

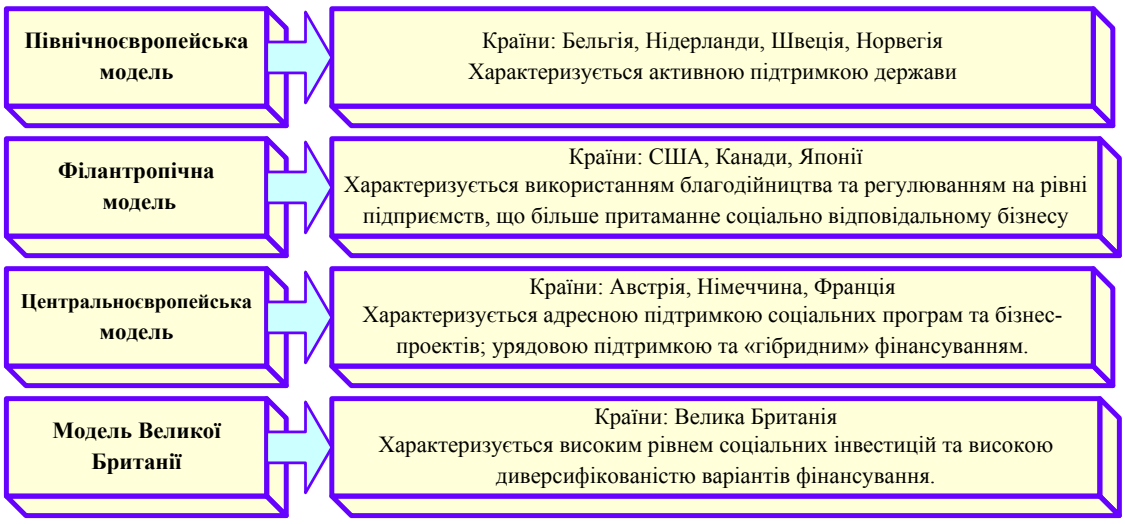


Рис. 2. Моделі соціального підприємництва

Джерело: побудовано на основі [3]

її програм; підприємство для людей з обмеженими можливостями: компанія звільняється від сплати податку на прибуток, якщо більше 50% її співробітників – люди з обмеженими можливостями.

Згідно класифікації Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) [9], до «соціального підприємства» можна віднести таке, де не менше 50% працевлаштованих осіб належать до соціально вразливих верств населення, постраждалих від збройних конфліктів, тощо; частина чистого прибутку спрямовується на вирішення соціальних проблем суспільства (потреби дитячих будинків, допомога постраждалим від збройних конфліктів, тощо). Класифікація за цією методою дозволяє отримати пільгове фінансування для соціального підприємства – юридичної особи від Ощадбанку [10].

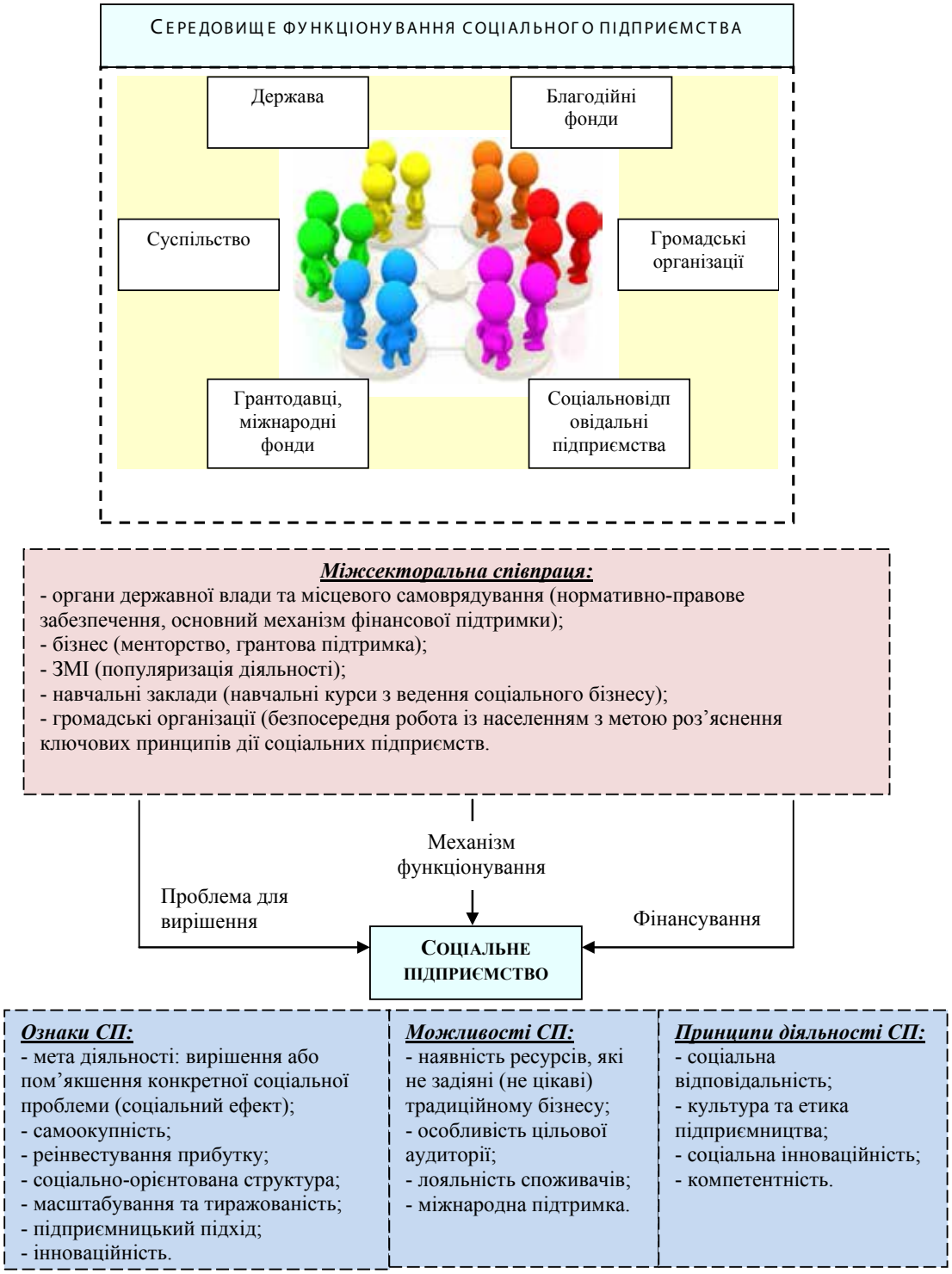


Рис. 3. Зовнішнє середовище гібридної бізнес-моделі «соціальне підприємництво»

Джерело: розроблено авторами

У програмі кредитування Ощадбанку вказано три умови, відповідно до яких підприємство може бути віднесено до соціального та отримати пільговий кредит на соціально підприємницьку діяльність: юридична особа, зареєстрована відповідно до чинного законодавства України та класифікована WNISEF, як «соціальне підприємство»; чистий дохід підприємства за останній календарний рік становить не більше 80 млн. грн; чітко прописана в офіційних документах клієнта соціальна мета його діяльності (механізм розподілу прибутку, де видно, скільки відсотків прибутку спрямовується на вирішення соціальних питань). Програма щодо надання пільгового фінансування фізичним особам – підприємцям, які також можуть бути суб'єктами соціального підприємництва, лише розробляється Ощадбанком та WNISEF.

На жаль, на даний момент, Україна має слабкі механізми розвитку та підтримки соціального підприємництва, що ускладнює можливості створення соціальних підприємств та становлення громадського суспільства.

Таким чином, соціальне підприємництво являє собою гібридну модель ведення бізнесу, яка має власні специфічні умови бізнес-середовища та відносин зі стейкхолдерам (рис. 3).

Як і розвиток малого та середнього бізнесу, соціальне підприємництво сприятиме появі нових суб'єктів господарювання та новостворених робочих місць на них, зростанню рівнів доходів населення, його купівельній спроможності, скороченню чисельності бідних та безробітних, збільшенню ВВП та ВРП, зменшенню видатків з бюджетів всіх рівнів та позабюджетних фондів та, навпаки, зростання податкових та соціальних надходжень, збільшенню кадрового потенціалу. У той же час соціальне підприємництво сприяє прогресивній зміні структури економічно активного населення в бік збільшення питомої ваги зайнятих економічною діяльністю, позитивну динамічну зміну чисельності економічно активного населення в цілому, шляхом зменшення економічно неактивного, адже СП передбачає працевлаштування людей з обмеженими можливостями та тих, хто належить до маргінальних груп, сприяє їх інклюзії в суспільство та знижує соціальну напругу й негативний вплив на екологію. У наведений спосіб виявляється соціальний та економічний ефект соціального підприємництва.

Звичайно, розвиток підприємництва в цілому передбачає венчурне підприємництво як інноваційний його вияв, але в СП роль інновацій піднімається на більш високий рівень, адже передбачається вирішення нової соціальної проблеми, якої не існувало, та, рішення якої відсутнє, або вирішення наявних проблем суспільства інноваційними способами, інакше діяльність не буде вдалою. Крім того, СП спрямовано на вирішення проблем енерго- та ресурсозбереження як базису сталого розвитку суспільства, що передбачає впровадження інноваційних розробок.

Ефект масштабу є обов'язковою умовою соціального підприємництва та виявляється як через надходження досвіду на нові території та сфери, так і через розробку нових способів та інструментів вирішення соціальних проблем на основі вже існуючих, які поширюються в подальшому.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, сучасний етап розвитку економіки вимагає впровадження соціальноорієнтованих моделей бізнес-структур, які керовані принципами сталого розвитку, і соціальне підприємництво є одним із прогресивних інструментів забезпечення сестейновості, позитивного впливу на економічні процеси через охоплення інтересів бізнесу, соціуму, інноваційного ефекту та їх масштабованості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Смачило В.В., Халіна В.Ю. Теоретичні аспекти сестейнового розвитку: екологічна та соціальна відповідальність бізнесу // Економічний форум. – №2. – 2016. – С. 77-81.

2. Сіренко Н.М., Лункіна Т.І. Соціальне підприємництво в Україні: основні аспекти // Сталий розвиток економіки. – №1. – 2016. – С. 5-10.

3. Березяк І. І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва / І. І. Березяк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'янчук. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 31–36.

4. Смачило В. В., Скрипка І. А.Роль держави у розвитку соціального підприємництва: європейський досвід / В. В. Смачило, І. А. Скрипка // Економіко-правові аспекти державно-приватного партнерства в умовах децентралізації економіки України : матеріали Всеукр. наук.-практ.інтернет-конф. молодих учених і студ., Харків, 1-28 лютого 2017 р. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГім. О. М. Бекетова, 2017. – С. 21-23.

5. Richardson M. Social Enterprise:Lessons learned from the UK// Доповідь на II Всеукраїнському форумі соціальних підприємців. Київ, 16.11.2016.

6. Социальное предпринимательство в Германии // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.rfwiki.org/wiki

7. Соціальне підприємництво – неоцінена необхідність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua

8. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua

9. Офіційний сайт WNISEF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wnisef.org/ua.

10. Офіційний сайт Ощадбанк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oschadbank.ua/ua/business/loans/socializing.

REFERENCES:

1. Smachylo V.V., Khalina V.Yu. Teoretychni aspekty sesteinovoho rozvytku: ekolohichna ta sotsialna vidpovidalnist biznesu // Ekonomichnyi forum. – #2. – 2016. – S. 77-81.
2. Sirenko N.M., Lunkina T.I. Sotsialne pidpryiemnytstvo v Ukraini: osnovni aspekty // Stalyi rozvytok ekonomiky. – #1. – 2016. – S. 5-10.
3. Bereziak I. I. Zarubizhnyi dosvid ta vitchyzniani realii stanovlennia sotsialnoho pidpryiemnytstva / I. I. Bereziak // Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriia «Ekonomika» : zbirnyk naukovykh prats / red. kol. : I. D. Pasichnyk, O. I. Demianchuk. – Ostroh: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia», 2014. – Vypusk 25. – S. 31–36.
4. Smachylo V. V., Skrypka I. A.Rol derzhavy u rozvytku sotsialnoho pidpryiemnytstva: yevropeiskyi dosvid / V. V. Smachylo, I. A. Skrypka // Ekonomiko-pravovi aspekty derzhavno-pryvatnoho partnerstva v umovakh detsentralizatsii ekonomiky Ukrainy : materialy Vseukr. nauk.-prakt.internet-konf. molodykh uchenykh i stud., Kharkiv, 1-28 liutoho 2017 r. / Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. – Kharkiv : KhNUMHim. O. M. Beketova, 2017. – S. 21-23.
5. Richardson M. Social Enterprise:Lessons learned from the UK// Dopovid na II Vseukrainskomu forumi sotsialnykh pidpryiemtsiv. Kyiv, 16.11.2016.
6. Sotsyalnoe predprynymatelstvo v Hermanyy // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://ru.rfwiki.org/wiki
7. Sotsialne pidpryiemnytstvo – neotsinena neobkhidnist [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://gazeta.dt.ua
8. Sotula O. V. Sotsialne pidpryiemnytstvo yak innovatsiina model rozvytku ekonomiky [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua
9. Ofitsiinyi sait WNISEF [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.wnisef.org/ua
10. Ofitsiinyi sait Oshchadbank [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.oschadbank.ua/ua/business/loans/socializing

Smachylo V.V.
Candidate of Economic Sciences,
Professor at Department of Economics
Kharkiv National University of Construction and Architecture
Khalina V.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
Kharkiv National University of Construction and Architecture

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS INTEGRATIVE TOOL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF UKRAINE: EUROPEAN EXPERIENCE

Detailed research of the essence of social entrepreneurship, its models, and comparative analysis of European experience is carried out in this paper. It is established that social entrepreneurship is unconditional and logical tools of sustainable development of ecosystems of all levels. Author's view on home-grown business model of social entrepreneurship is presented.

Evolutionary processes in society have generated a new kind of business – social entrepreneurship, the aims of which fully meet the aims of sustainable development. Triune concept of sustainable development implies the unity of social, economic and ecological systems. The combination of these specific components defines a certain model of system development. Thus, a combination of natural and artificial systems (economic and ecological systems) provides a great opportunity for economic development and, at the same time, has had a devastating impact on the ecosystem. The complex of the three components provides the grounds for further development of systems based on sustainability. Thus, the system sustainability (i.e. the formation of an integrated system that determines sustained reproduction of transformation processes with the purpose of sustainable development of the main productive factors (including material basis, intangible assets and people), and methods of management) gives reason to believe that forthcoming relationships within the economic system will acquire the signs of harmonization and balance.

Social entrepreneurship should be increasingly considered as a social component of sustainable development, because the activity of these business structures focus on overcoming crucial social problems.

Social entrepreneurship is more developed in Europe than in Ukraine, and there exists some experience now in state support of this scope of activity, defining its priority. Social entrepreneurship is growing dynamically in European countries, solving the problem of unemployment, social protection and social inclusion. It has a variety of business models and substantial state support.

Business models of social enterprise are considered by the authors as a hybrid business model, which has its own specific conditions of the business environment and relations with stakeholders.

Thus, at the current stage of economic development, there is a need to introduce socially oriented models of business structures that focus on sustainable development, and social entrepreneurship is one of the advanced tools in order to provide sustainability, positive influence on economic processes through coverage of the interests of business, society, innovative effects and their scalability.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ РИНКІВ В УКРАЇНІ

INNOVATIVE APPROACHES TO THE AGRARIAN MARKETS FUNCTIONING IN UKRAINE

УДК 39.13:338.43(477.83)

Смолінський В.Б.
к.е.н., доцент кафедри інформаційних технологій
Львівський національний аграрний університет

У статті розглянуто особливості функціонування аграрних ринків в Україні. Обґрунтовано необхідність державного регулювання діяльності аграрних ринків у напрямі раціонального використання ресурсів та комплексного розвитку аграрного сектора. Аргументовано, що для забезпечення безперервної роботи аграрних ринків слід удосконалювати їх інфраструктуру. Зроблено акцент на інформаційній діяльності, яка має важливе значення у посиленні виробничо-збутової діяльності товаровиробників на аграрних ринках. Подано пропозиції щодо розвитку аграрних ринків на інноваційній основі, які передбачають застосування нових технологій у виробничому процесі.

Ключові слова: *аграрні ринки, державне регулювання, інфраструктура, інновації, інформація.*

В статье рассмотрены особенности функционирования аграрных рынков в Украине. Обоснована необходимость государственного регулирования деятельности аграрных рынков в направлении рационального использования ресурсов и комплексного развития аграрного сектора. Аргументировано, что для обеспечения непрерывной работы аграрных рынков следует совершенствовать их инфраструктуру. Сделан акцент на информационной деятельности, которая имеет важное значение в усилении производственно-сбытовой деятельности товаропроизводителей на аграрных рынках. Представлены предложения по развитию аграрных рынков на инновационной основе, которые предусматривают применение новых технологий в производственном процессе.

Ключевые слова: *аграрные рынки, государственное регулирование, инфраструктура, инновации, информация.*

The article deals with the peculiarities of agrarian markets in Ukraine. The necessity of state regulation of agrarian markets toward sustainable use of resources and integrated development of the agricultural sector is shown. Argued that to ensure the continuous operation of agrarian markets must improve their infrastructure. Made focus on information activities is essential to strengthen production and sales activities on agricultural commodity markets. Suggestions for the development of agrarian markets in an innovative manner, involving the application of new technologies in the production process are done.

Key words: *agrarian markets, state regulation, infrastructure, innovation, information.*

Постановка проблеми. Ефективне функціонування аграрних ринків має сприяти швидкому надходженню продукції від виробника до споживача з найменшими торговими націнками. Вдосконалення функціонування цього ринку повинно забезпечити відповідність рівня споживання науково обґрунтованим нормам, формування ефективної ринкової інфраструктури, наближення виробництва сировини до її переробки, виробництво у найсприятливіших за природно-географічними та соціально-економічними умовами районах. Оскільки в українських реаліях ще існує немало проблем, пов'язаних із належним рівнем виробництва, зберігання та переробки аграрної продукції і функціонуванням аграрних ринків, то потрібно акумулювати зусилля на впровадженні інноваційних підходів до активізації діяльності аграрних товаровиробників у ринкових умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У розвиток наукових засад функціонування аграрних ринків вагомий внесок зробили такі вчені: В.Г. Андрійчук, П.С. Березівський, В.І. Бойко, С.В. Васильчак, М.Я. Дем'яненко, Т.Г. Дудар, В.Н. Зимовець, М.М. Ільчук, В.В. Липчук, І.І. Лукінов, М.Я. Месель-Веселяк, О.М. Могильний, Т.Л. Мостенська, П.Т. Саблук, Г.В. Черевко, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин та ін.

Проте, проблема і досі потребує глибшого та всебічнішого дослідження, оскільки функціонування аграрних ринків у постреформений період має свої особливості. Залишаються актуальними і потребують вирішення окремі проблеми, пов'язані з регіональними особливостями функціонування аграрних ринків, специфікою державного регулювання, впровадженням інновацій у виробничий процес тощо. Необхідність покращання фінансово-економічного стану аграрної галузі, створення умов для збільшення обсягів виробництва аграрної продукції, її здешевлення і підвищення рівня споживання аграрних товарів населенням зумовили тематику дослідження представленої статті.

Постановка завдання. Метою дослідження є огляд особливостей аграрних ринків, їх державного регулювання та інфраструктурного забезпечення і пошук шляхів покращення їх функціонування на інноваційній основі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аграрні ринки мають свої специфічні особливості, пов'язані з властивостями аграрної сировини – малотранспортабельністю й непридатністю до тривалого зберігання. Тому наявність оптимальних форм збуту аграрної сировини, вигідних і продавцеві, і покупцю відіграють неабияку роль у функціонуванні цих ринків.

Система збуту аграрної продукції в Україні охоплює наступні форми:

- гуртові поставки сировини від товаровиробників безпосередньо на переробні підприємства;
- гуртова реалізація виробленої продукції переробними підприємствами посередницьким дрібногуртовим структурам;
- роздрібний продаж готової продукції споживачам через мережу фірмової торгівлі на ринку;
- реалізація продукції товаровиробниками торговельним підприємствам за наперед укладеними угодами;
- використання продукції для власних потреб, громадського харчування, реалізація її працівникам господарства;
- бартерні операції;
- реалізація споживчій кооперації.

Проте, слід зауважити, що саме через відсутність ефективного зв'язку між товаровиробником і споживачем відбувається зростання цін на продукцію та зменшення обсягів її виробництва. Це вимагає існування стабільної системи збуту для виробників упродовж усього року, гарантованого надходження сировини на підприємства промисловості і безперервного забезпечення населення продуктами переробки.

З метою збільшення обсягів експорту аграрної продукції та виходу на міжнародні ринки потрібне як державне регулювання в напрямі правової, митної, податкової, фінансово-кредитної політики, так і вживання заходів щодо підвищення якості вітчизняної продукції, пошуку нових каналів просування товарів, проведення ефективної рекламної кампанії тощо.

Сучасні продовольчі ринки не можуть ефективно функціонувати без активного втручання з боку держави. Під державним регулюванням розуміють систему економічних, фінансових, юридично-правових, організаційних та соціальних заходів, вживаних державою з метою забезпечення ефективного і стабільного розвитку сільськогосподарського виробництва й повного забезпечення населення якісним продовольством за прийнятними ринковими цінами

Досвід країн з розвиненою ринковою економікою свідчить, що в міру формування ринку поряд із саморегулюванням економіки зберігається необхідність цілеспрямованого впливу держави на розвиток економіки [1; 2, с. 134-135; 3; 4; 5, с. 69; 6, с. 41]. Особливо потребують державного регулювання ринки аграрної продукції, оскільки від стану аграрного виробництва залежить продовольча безпека країни.

Щодо захисту вітчизняного товаровиробника та зовнішнього ринку, то потрібні заходи запобігання збільшенню імпорту аграрної продукції, тобто регулювання державними органами влади України «критичного імпорту» або мінімального рівня імпорту.

Таким чином, основні завдання, які потрібно виконати для вдосконалення функціонування аграрних ринків, можна звести до двох ключових напрямів: по-перше, раціональне розміщення й розвиток виробництва аграрної продукції з метою максимального завантаження виробничих потужностей аграрної промисловості та ефективного використання природного й економічного потенціалів; по-друге, це комплексний та всебічний розвиток аграрного комплексу, враховуючи всі складові маркетингового ланцюжка «виробник-споживач».

Ситуація на аграрних ринках, як правило, нестабільна, що спричиняється коливанням не лише в економічних, а й в природно-кліматичних умовах, тому держава змушена стати безпосереднім агентом продовольчого ринку. Також держава повинна дбати про відповідний рівень доходів аграрних товаровиробників з тим, щоб підтримувати в аграрній галузі певний рівень ділової активності.

На думку Г. Черевка, роль держави на етапі формування ринкових відносин у суспільстві якісно різняться від її ролі в умовах функціонування вже сформованої, добре врегульованої економіки ринкового типу [7, с. 22]. Тому слід одразу підкреслити, що Україні не варто копіювати механізми державного регулювання аграрних ринків у розвинених країнах, тому що вони функціонують в умовах надвиробництва. Удосконалення системи державного регулювання аграрних ринків у державі повинно здійснюватися за допомогою системи правових норм та адміністративно-розпорядчих регуляторів, організаційних та економічних механізмів, заходів соціального спрямування та механізмів зовнішньоекономічної політики.

Основою функціонування будь-якого ринку є його розвинена, потужна інфраструктура. Через те формування цивілізованих ринкових відносин у аграрному комплексі вимагає налагодження відповідної ринкової інфраструктури. Основним її призначенням повинно бути створення повноцінного сучасного конкурентного середовища та забезпечення ринкової рівноваги. У зв'язку з цим у ринковій економіці інфраструктура ринку, яка повинна забезпечувати збут аграрної продукції, тісно пов'язана з його кон'юнктурою, тобто постійно відбувається процес її пристосування до коливань попиту і пропозиції, що забезпечує належне функціонування ринку. Для забезпечення безперервної роботи аграрної галузі слід удосконалювати інфраструктуру ринку у напрямі функціонування таких гуртових структур, як агроторгові доми, суб'єкти кредитної кооперації тощо.

Найбільше наближеним до товаровиробника вважається такий організаційно оформлений елемент ринкової інфраструктури, як агроторговий дім. На цьому підприємстві гуртової торгівлі повинні здійснюватися операції купівлі-продажу як від імені товаровиробника, так і за власний рахунок; реалізується імпортна продукція, матеріально-

технічні засоби тощо. Діяльність торгових домів передбачає маркетинговий аналіз стану ринкової ситуації, рекламу, активний пошук контрагентів, пошук вигідного збуту продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку, підготовку проектів контрактів, проведення консультацій клієнтів.

Обираючи елементи ринкової інфраструктури, також слід надавати перевагу створенню кооперативних структур для організації заготівлі, доставки, переробки та збуту аграрної продукції. Це дозволить об'єднати зусилля та кошти виробників і переробників з метою одержання кращих виробничих результатів й зменшення затрат, забезпечить здорову конкуренцію, прискорить та спростить рух товаропотоків, відносини між товаровиробниками і споживачами.

Також до елементів інфраструктурного обслуговування аграрних ринків слід віднести товариства аналітично-інформаційного характеру, які повинні проводити: аналіз кон'юнктури регіональних ринків й пошук шляхів виходу місцевих товаровиробників на міжрегіональні, національний та світовий ринки; аналіз апробації нового устаткування та обладнання для виробництва аграрної продукції, впровадження нових технологій у виробничий процес з урахуванням регіональних особливостей; розробку рекомендацій для товаровиробників щодо удосконалення системи збуту їх продукції на внутрішній та зовнішній ринки; оцінку зміни ринкової кон'юнктури з точки зору маркетингової системи збуту аграрної продукції; визначення меж беззбитковості виробництва аграрної продукції; забезпечення збору і систематизації економічної інформації щодо ситуації на ринку у певний період часу та надання на платній основі аналітичної інформації ринковим формуванням.

Разом з аналітично-інформаційними агенціями для нормального функціонування аграрних ринків необхідний розвиток мережі консультаційних служб у регіоні, які повинні забезпечувати: надання суб'єктам ринку консультацій з питань менеджменту, маркетингу, освоєння ефективних методик підвищення механізму прибутковості їх діяльності, застосування сучасних технологій виробництва та переробки аграрної продукції;

– моделювання оптимальних параметрів процесу виробництва з урахуванням екологічних чинників;

– проведення юридичних консультацій у частині захисту інтересів виробників аграрної продукції та страхування комерційного ризику;

– роз'яснення законодавчих і підзаконних нормативно-правових актів щодо сфери аграрного бізнесу.

Поряд з удосконаленням гуртової інфраструктури слід розвивати мережу роздрібної торгівлі, яка представлена магазинами роздрібної торгівлі та споживчої кооперації, закладами громадського харчування (ресторани, кафе), міськими ринками, фірмовими магазинами сільськогосподарських і переробних підприємств. На даному етапі формування продовольчого ринку особливу увагу слід приділити фірмовій торгівлі сільськогосподарських підприємств, яка є можливою як на основі власної переробки, так і переробки сировини на давальницьких засадах на великих переробних підприємствах. Для цього доцільно було б на пільгових умовах надавати торговельні площі для створення фірмових магазинів (зокрема, біля автозаправок, кемпінгів).

Такі власні фірмові магазини створюються залежно від фінансових можливостей товаровиробників для реалізації продукції. Ця форма торгівлі дозволяє товаровиробникам уникнути витрат на сплату посередницьких послуг, збільшити кількість місць для свого колективу, а основне – регулярно отримувати інформацію про попит на продукцію власного виробництва, її допустиму ціну, обсяги виробництва і продажу. Проте, слід зауважити, що самостійна реалізація продукції через фірмові магазини, на роздрібних ринках у сучасних умовах не приносить того ефекту, який був раніше. Це пояснюється тим, що споживачі прагнуть мати широкий асортимент аграрної продукції різних виробників, тобто хочуть мати вибір, а цього фірмові магазини надати не можуть. Тому у фірмових магазинах торгують не лише аграрною продукцією, а й іншими продовольчими товарами.

У зв'язку з цим маркетингова політика інтенсивного розподілу аграрної продукції повинна передбачати виділення торгових підприємств, орієнтованих на різні споживчі сегменти. Ними можуть бути: супермаркети, орієнтовані на споживачів з високим рівнем доходу; супермаркети, які орієновані на споживачів із середнім і нижче середнього рівнем доходу; невеликі продовольчі магазини та гастрономи, орієнтовані на постійних споживачів, що проживають або працюють поряд з місцем розташування цієї торгової точки.

На території України, на відміну від багатьох зарубіжних країн, поширена досить проста з позицій організаційно-технічного рівня форма торгівлі сільськогосподарською продукцією на продовольчих ринках населених пунктів. Продавцями тут переважно виступають безпосередні виробники продукції, пропонуючи масовому покупцеві широкий її асортимент. Тут попит і пропозиція регулюють ціноутворення.

Кількість міських ринків за останні роки зросла майже на 35%, однак, забезпеченість окремих регіонів ринками, їх чисельність і виробнича потужність дуже нерівномірні, що не може не позначитися негативно на вирішенні проблеми формування товарних ресурсів аграрної галузі. Рівень забезпечення торговими місцями має стихійний характер, що не сприяє формуванню рин-

кових ресурсів аграрної галузі і не забезпечує організованого товаропросування від виробника до споживача, призводить до відсутності контролю за якістю реалізованої продукції. Отже, відсутність належних умов для реалізації продукції підриває розвиток аграрної галузі й сприяє захопленню ринків імпортною продукцією.

Важливе значення у посиленні виробничо-збутової діяльності товаровиробників має інформаційна діяльність, яку не можна уявити без реклами як форми ефективного зв'язку зі споживачем. Тому для збільшення обсягів продажу аграрної продукції необхідно залучати інтереси покупців на свою користь. У зв'язку з цим переробним підприємствам доцільно використовувати увесь спектр рекламного впливу. Якщо підприємство не буде займатися рекламою своєї продукції, то воно матиме лише випадкових покупців. І в цьому разі для збільшення обсягу продажу потрібно буде знижувати ціни на продукцію, а це негативно впливає на ставлення споживачів до продукції, тобто формується думка, що продукт має низьку якість.

З метою пропаганди аграрної продукції товаровиробників, сприянню її просування на внутрішньому й зовнішніх ринках переробним підприємствам доцільно брати участь в регіональних, зональних, загальнодержавних і міжнародних ярмарках, виставках.

У рекламних цілях можна публікувати на пакетах історичні екскурси, пов'язані з цим продуктом, або рецептуру страв національної кухні, в яких використовується цей продукт. Виробник повинен всіма засобами формувати у споживача образ своєї торгової марки, як такої, що випускає натуральну та якісну продукцію. Також у рекламній практиці достатньо високу віддачу дає поштова реклама, яка особливо ефективна у поєднанні з дегустацією продукції в найближчих магазинах району та з наявністю рекламованих продуктів у цих магазинах.

Протягом найближчого часу можна очікувати розширення впливу Інтернету в рекламних цілях. Зокрема, все більше відкривається інтернет-магазинів, великі заводи мають свої інтернет-сторінки. Стратегія підприємства в завоюванні певної ніші ринку повинна ґрунтуватися на розробленні середньо- та довгострокових рекламних цілей і рекламного бюджету за кожним видом реклами. Для ефективності рекламних заходів і зростання обсягів продажу доцільно дотримуватися регіонального принципу завоювання ринку.

Для обґрунтування параметрів ефективного функціонування аграрних ринків необхідно звернути увагу на інноваційний чинник діяльності аграрного комплексу. Слід зауважити, що технології виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах розроблені давно, але їх необхідно адаптувати до сьогоднішніх умов і сучасних наукових поглядів на закономірності розвитку галузі.

Отже, чинник розвитку нових технологій виробництва аграрної продукції має забезпечувати:

– розширення асортименту продукції завдяки використанню досягнень сучасної біотехнології (застосування біологічно активних культур; кормів, які поліпшують здоров'я тварин; виробництво продукції, що містить фармацевтичні компоненти тощо);

– удосконалення наявної техніки і методів контролю якості продуктів відповідно до світових стандартів.

Заготівля аграрної продукції має важливе значення для функціонування ринків. З метою ефективної діяльності переробних підприємств у сфері заготівлі сировини вважаємо за доцільне вжити наступні заходи:

- упорядкувати малі заготівельні організації і створити укрупненіші на базі тих переробних підприємств, які мають для цього всі умови;
- розширити ринок збуту продукції місцевих виробників аграрної сировини;
- створити гуртово-закупівельні підприємства для закупівлі сировини у кожному регіоні;
- оснастити заготівельні організації устаткуванням для зберігання сировини, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності аграрної продукції;
- створити гуртові склади для зберігання аграрної продукції, що сприятиме швидкому обертанню грошей.

Одним із шляхів реалізації продукції аграрної галузі є вихід на міжнародні ринки, що сприятиме вдосконаленню функціонування аграрних ринків. Розвиток зовнішньоекономічних відносин є могутнім прискорювачем економічного і науково-технічного прогресу.

Висновки з проведеного дослідження. У підсумку слід сказати, що, оскільки ринкова економіка в нас у країні ще є недосконалою, то у таких умовах роль держави у формуванні ринкових відносин у аграрній сфері повинна бути домінуючою. Загалом, Україна може повністю забезпечити внутрішній ринок аграрною продукцією і за продуманої державної політики стати світовим експортером багатьох видів аграрних продуктів. Проте, вважаємо, що державна підтримка аграрної галузі в Україні є обов'язковою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств : підручник. – 2-ге вид., доп. і перероб. / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.

2. Вітковський М.П. Посилення ролі держави при переході до ринку / М.П. Вітковський // Економіка АПК. – 1999. – №1. – С. 132-135.

3. Лузан Ю.Я. Державне регулювання міжгалузевих економічних відносин / Ю.Я. Лузан // Економіка АПК. – 1999. – № 12. – С. 3-5.

4. Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті. – К. : ІАЕ УААН, 2001. – 638 с.

5. Трегобчук В.М. Причини та напрями подолання економіко-екологічної кризи в агропромисловому виробництві / В.М. Трегобчук // Соціально-економічна модель постреформованого розвитку агропромислового виробництва в Україні – К. : ІАЕ УААН, 2000. – С. 67-72.

6. Трегобчук В.М. Продовольча безпека в контексті національної безпеки держави / В.М. Трегобчук. – К. : Інститут економіки НАН України, 1999. – 56 с.

7. Черевко Г.В. Державне регулювання економіки в АПК : навч.посібник / Г.В. Черевко. – К. : Знання, 2006. – 339 с.

REFERENCES:

1. Andriichuk V.H. Ekonomika ahrarnykh pidpryiemstv : pidruchnyk. – 2-he vyd., dop. i pererob. / V.H. Andriichuk. – K. : KNEU, 2002. – 624 s.

2. Vitkovskyi M.P. Posylennia roli derzhavy pry perekhodi do rynku / M.P. Vitkovskyi // Ekonomika APK. – 1999. – #1. – S. 132-135.

3. Luzan Yu.Ya. Derzhavne rehuliuvannia mizhhaluzevykh ekonomichnykh vidnosyn / Yu.Ya. Luzan // Ekonomika APK. – 1999. – # 12. – S. 3-5.

4. Nova ekonomichna paradyhma formuvannia stratehii natsionalnoi prodovolchoi bezpeky Ukrainy u KhKhI stolitti. – K. : IAE UAAN, 2001. – 638 s.

5. Trehobchuk V.M. Prychyny ta napriamy podolannia ekonomiko-ekolohichnoi kryzy v ahropromyslovomu vyrobnytstvi / V.M. Trehobchuk // Sotsialno-ekonomichna model postreformovanoho rozvytku ahropromyslovoho vyrobnytstva v Ukraini – K. : IAE UAAN, 2000. – S. 67-72.

6. Trehobchuk V.M. Prodovolcha bezpeka v kontekstі natsionalnoi bezpeky derzhavy / V.M. Trehobchuk. – K. : Instytut ekonomiky NAN Ukrainy, 1999. – 56 s.

7. Cherevko H.V. Derzhavne rehuliuvannia ekonomiky v APK : navch.posibnyk / H.V. Cherevko. – K. : Znannia, 2006. – 339 s.

Smolinskyi V.B.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Information Technologies
Lviv National Agrarian University

INNOVATIVE APPROACHES TO THE AGRARIAN MARKETS FUNCTIONING IN UKRAINE

The article deals with agrarian markets, which have their own specific features associated with the properties of agricultural raw materials. The presence of the best forms of agricultural raw materials sales, profitable and sellers and buyers play a significant role in the functioning of these markets.

In order to increase exports of agricultural products and access to international markets requires government regulation is an important element of agrarian markets development. Government regulations is understanding in the article as a system of economic, financial, legal and regulatory, organizational and social measures taken by the state to ensure the effective and sustainable development of agricultural production and ensuring full public quality food at reasonable market prices.

The main objectives for improving the functioning of agricultural markets, rational distribution and development of agricultural production and the comprehensive development of the agrarian sector are shown.

In the article proved that state should take care of the appropriate level of income of agricultural producers in order to support the agrarian sector in some level of business activity.

Formation of a civilized market relations in the agrarian sector requires establishing market infrastructure. Its main purpose should be to create a full-fledged modern competitive environment and ensure market equilibrium. In this regard, the market economy, market infrastructure, which should provide marketing agricultural products are closely related to its situation. To ensure continuous operation of the agrarian sector should improve market infrastructure towards the functioning of wholesale structures as agrarian houses and subjects of credit cooperatives.

The importance of enhancing production and marketing activities of producers has information activities that cannot be imagined without advertising as an effective communication with the consumer.

In the article are grounded the factors of the development of new technologies of production of agrarian products which should provide: expanding the range of products through the use of modern biotechnology advances and improvements of existing techniques and methods of quality control in accordance with international standards.

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ВІД РЕАЛІЙ ДО ПЕРСПЕКТИВ
TOURIST BRANCH OF UKRAINE: FROM REALITY TO PROSPECTS

УДК 338.48

Чайка-Петегирич Л.Б.
к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

Індустрія гостинності (внутрішній і в'їзний туризм) є джерелом збагачення національної економіки, сприяє створенню нових робочих місць та формуванню ринку збуту товарів вітчизняного виробництва. Це переконує у пріоритетності та важливості розвитку цієї галузі. У статті розглянуто стан туристичної галузі Україні. Проаналізовано зміни в обсягах в'їзного і внутрішнього туристичних потоків. Досліджено державну політику з розвитку туризму. Окреслено шляхи розвитку конкурентної туристичної галузі, здатної задовольнити потреби туристів у різноманітних туристичних послугах.
Ключові слова: *туристична галузь, в'їзний туризм, внутрішній туризм, державне регулювання туризму, туристична інфраструктура.*

Индустрия гостеприимства (внутренний и въездной туризм) выступают источником обогащения национальной экономики, способствует созданию новых рабочих мест и формированию рынка сбыта товаров отечественного производства. Это убеждает в приоритетности и необходимости развития этой отрасли. В статье рассмотрено состояние туристической отрасли Украины. Проанализированы изменения объема въездного и внутреннего туристических потоков. Исследовано государственную политику по развитию туризма. Очерчено пути развития конкурентной туристической отрасли, способной удовлетворить потребности туристов в разнообразных туристических услугах.
Ключевые слова: *туристическая отрасль, въездной туризм, внутренний туризм, государственное регулирование туризма, туристическая инфраструктура.*

The hospitality industry (domestic and inbound tourism) is a source of enrichment for the national economy, promotes the creation of new workplaces and the formation of the market of domestic products. This convinces the priority and importance of this branch. The article considers the trends of tourist branch in Ukraine. Changes of the value of the inbound and domestic tourist flow were analyzed. The state policy of development of tourism is investigated. The ways of progress of highly competitive tourist branch, which will be able to meet the needs of all tourists in various tourist services were defined.
Key words: *tourist branch, inbound tourism, domestic tourism, public regulation of tourism, tourism infrastructure.*

Постановка проблеми. Зростання обсягів туризму у світовому масштабі, його вплив на розвиток соціально-економічних показників роблять туризм потужною силою у просуванні сталого розвитку.

Це знайшло відображення у декларуванні Генеральною асамблеєю ООН 2017 року Міжнародним роком сталого туризму, в рамках якого у нас також проголошено Рік туризму заради розвитку в Україні. Таке рішення спрямоване на підвищення обізнаності урядів, компаній і туристів про роль, яку вони відіграють у перетворенні туризму на каталізатор позитивних змін. Це дає можливість для просування вкладу туристичної галузі в економічну стійкість, також робить туризм основою для міжкультурного діалогу, соціальної інтеграції, миру і примирення. Адже добре продуманий та добре керований туризм сприяє не лише розвитку торгівлі, створенню робочих місць, а й сприяє порозумінню народів і покращує зовнішній імідж держави.

У сучасних умовах глобалізації, в контексті євроінтеграційних процесів туризм для України важливий і як засіб об'єднання нації, і як складова економічного піднесення держави та зміцнення авторитету країни на міжнародному ринку туристичних послуг.

Тому погляд на розвиток туристичної галузі крізь призму наукових доробок, світового досвіду, аналізу сучасних тенденцій розвитку є обґрунтованим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До проблем та перспектив розвитку національної туристичної сфери, передумов ефективного функціонування туристичної галузі та зміцнення конкурентоспроможності туризму в Україні зверталося чимало вітчизняних дослідників, серед них: Ангелко І., Зікеєва С., Корженко К., Криховецький І., Маковей Ю., Стойка С., Ткаченко Т. та інші.

Так Криховецький І. підкреслює, що «туризм – одна із найбільш диференційованих галузей економіки будь-якої країни, що водночас забезпечує міжнародне пізнання, виступає суттєвим «донором» валютних доходів держави та є практично найвигіднішою формою експорту, оскільки вилучає фінансові ресурси з інших держав без сплати митних платежів. Більше того, туризм, на відміну від більшості галузей економіки, може використовувати лише окремі відновлювальні природні ресурси і суттєво обмежувати використання інших. Така «гуманність» забезпечує цій галузі високий розвиток у сучасній економіці та перспективу подальшого піднесення в майбутньому» [1, с. 158].

Досліджуючи туристичну галузь в умовах євроінтеграції, Зікеєва С. зазначає, що «туризм стане найважливішою рушійною силою світового розвитку Тому саме від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить усе її майбутнє, зокрема, та майбутнє економіки, а отже, і життя України в цілому. У зв'язку з цим високий рейтинг держави в розвитку цієї галузі – це не лише вели-

кий потенціал акумуляції фінансових ресурсів, а й міжнародний авторитет і сфера впливу в глобальному середовищі» [2, с. 81].

З метою сталого розвитку туристичної галузі в Україні, формування конкурентних переваг туристично-рекреаційних зон, а також зміцнення ринкових позицій суб'єктів туристичного бізнесу, актуальним є розробка низки стратегічних заходів щодо їх розв'язання не лише на рівні державної політики у сфері туризму та участі у конкретних і обґрунтованих програмах розвитку галузі, а і певної визначеності у взаємовідносинах туристів, органів місцевої громади та населення в процесі туристської діяльності, стверджує Корженко К. [3, с. 14].

Аналіз досліджень і публікацій засвідчив значний інтерес вітчизняних науковців до проблем розвитку туристичної галузі України. Однак, реалії сьогодення обумовлюють необхідність постійного моніторингу ситуації в туристичному секторі національної економіки, аналізу змін туристичних потоків, з метою забезпечення розвитку туристичної галузі відповідно до засад сталого розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасного стану туристичної галузі в Україні, а саме: аналіз динаміки в'їзного та внутрішнього туризму, оцінка державної політики в галузі туризму, діяльності з формування та зміцнення туристичного іміджу України, визначення напрямів подальшого вдосконалення та розвитку туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. З кожним роком конкуренція між країнами за увагу туристів збільшується, що позитивно позначається на розвитку територій, інвестуванні в інфраструктуру та постійне поліпшення якості туристичних послуг.

Проведення в Україні чемпіонату Європи з футболу в 2012 році, Євробачення-2017 дало поштовх для просування вітчизняного туризму в світовий туристичний бізнес, можливість для промоції та поширення інформації про Україну, як державу, що має свою давню історію, самобутні традиції, багаті природні, історико-культурні ресурси, країну, яка має що запропонувати як іноземцям, так і українцям.

Уведення безвізового режиму для України прискорить інтеграцію вітчизняної туристичної сфери в європейську систему: Україна та країни ЄС працюватимуть в одній площині. І це визначає орієнтир розвитку вітчизняного туризму – адаптація до європейських та світових зразків, стандартів.

Тому сьогодні туристична галузь в Україні повинна підсилити демократичність, забезпечити відкритість вітчизняної економіки та реалізацію взятого стратегічного курсу на євроінтеграцію.

Щоб оцінити сучасний стан туризму в Україні ми проаналізуємо обсяги в'їзного та внутрішнього туризму.

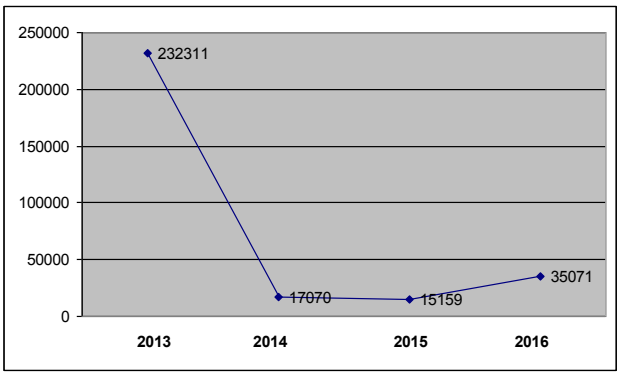


Рис. 1. Кількість іноземних туристів

Джерело: за даними Державної служби статистики України [4]

На рис. 1 помітна тенденція до зростання кількості іноземних туристів, метою поїздки яких був туризм. 2016 рік характеризується збільшенням в'їзного потоку туристів на 19912 осіб порівняно з попереднім роком.

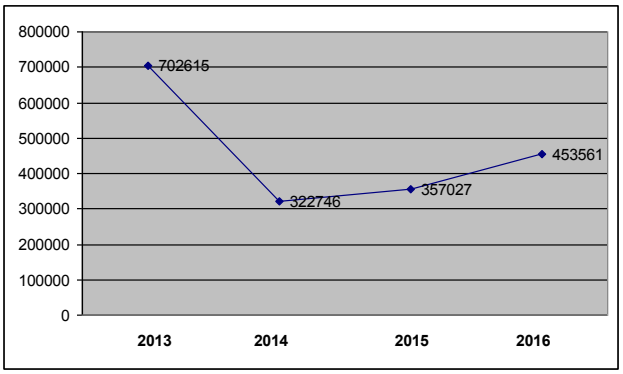


Рис. 2. Кількість внутрішніх туристів

Джерело: за даними Державної служби статистики України [4]

Як видно з рис. 2, протягом останніх двох років спостерігається збільшення потоку внутрішніх туристів Так кількість внутрішніх туристів збільшилася з 357027 осіб у 2015 році до 453561 особи у 2016 році.

Отже, аналіз в'їзного та внутрішнього туристичного потоків показує їх позитивну динаміку. Це свідчить про зростання довіри до України з боку іноземних громадян та співвітчизників. Щоб підтримати ці зміни, необхідні активна державна політика та узгодження дій органів державної та місцевої влади з розвитку туризму, створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Тому наступним завданням у дослідження реалій туристичної галузі України буде оцінка державної політики у сфері туризму, а також діяльності з формування та зміцнення туристичного іміджу країни.

Туристична галузь не може розвиватися сама собою – їй необхідна підтримка держави. В останні роки замість реформування туристичної галузі державою лише реформувався центральний орган

виконавчої влади в галузі туризму, мінялася його назва, що призвело до застою в туристичній галузі не виконання міжнародних домовленостей [5].

Однак, зараз відбуваються позитивні зміни в інституційному забезпеченні регулювання туризму:

– Кабінет Міністрів України ухвалив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, яку підготувало Міністерство економічного розвитку і торгівлі. Стратегія визначає підхід державної туристичної політики у таких напрямах: безпека туристів; нормативно-правове забезпечення; розвиток туристичної інфраструктури; розвиток людських ресурсів; маркетингова політика розвитку туризму та курортів.

– у 2017 році у зв'язку з тим, що цей рік був оголошений роком сталого розвитку туризму, до бюджету вперше за останні п'ять років закладено 30 мільйон гривень. Проте, всі ці гроші будуть спрямовані на організацію поїздок на туристичні виставки [6]. Варто відзначити, що за сприянням Департаменту туризму і курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України на 23-ій виставці UITT'2017: «УКРАЇНА – Подорожі та Туризм» було представлено національний стенд України, який об'єднував туристичні регіони, міста, комерційні структури, громадські організації, асоціації та спілки. В цьогорічній експозиції взяло участь 30 міст і регіонів туристичної України, серед яких представники Львівської, Закарпатської, Одеської, Чернівецької, Херсонської, Запорізької, Миколаївської, Чернігівської, Тернопільської, Івано-Франківської, Рівненської, Харківської та інших областей [7];

– окреслено напрями розвитку туристичної галузі. Перший – інформаційний. Це створення електронної бази туристичних ресурсів – реєстрів та кадастрів. Другий напрям – маркетинговий: участь українського стенду на провідних міжнародних туристичних виставках. Третій – система якості національного продукту. Тобто, впровадження сучасної готельної сертифікації і міжнародних стандартів ISO у різні сфери туристичної галузі. Четвертий – інтернет-ресурси [6].

– продовжує роботу Рада туристичних міст і регіонів, створена 2016 року при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі. Виїзні Ради туристичних міст проводяться у різних регіонах, де є позитивний досвід розвитку туризму, і де місцева влада розуміє вагомість туристичної галузі для економічного зростання регіону [Там само].

– Уряд також запровадив нові Правила оформлення віз для в'їзду в Україну. Серед нововведень, зокрема: можливість онлайн-подання візових анкет через веб-сторінку МЗС; зменшено строки оформлення віз до 5 днів у терміновому порядку та до 10 днів у звичайному порядку; знижено тарифну ставку за оформлення всіх типів віз до 65 доларів США; розширено перелік держав, громадяни яких можуть оформлювати візи для поїздок з діловою і туристичною метою у пунктах пропуску через державний кордон – включено Індію, Малайзію, Перу та інші; можливість проведення співбесід із заявниками з використанням засобів віддаленого зв'язку [8].

Щодо діяльності з формування та зміцнення туристичного іміджу країни, розвитку індустрії туризму, то тут «рушійною силою» виступає Асоціація індустрії гостинності України. Місія Асоціації – зміцнення розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі та організація співпраці на регіональному та європейському рівнях, розвиток культури внутрішнього туризму. Робота спрямована на поліпшення якості та об'єднання комерційних і некомерційних туристичних об'єктів України.

Членами Асоціації є понад двісті юридичних і фізичних осіб, більшість яких працює в індустрії гостинності, тобто задіяні переважно в готельному та ресторанному бізнесі. Також до Асоціації долучаються туроператори, чия робота спрямована на внутрішній і в'їзний туризм, громадські активісти та блогери.

Основний акценти в роботі Асоціації ставиться на розвиток внутрішнього туризму. І в цьому напряму вже реалізовано ряд успішних проектів:

– за ініціативи Асоціації Індустрії Гостинності України з 17 травня 2017 року почав працювати Перший національний туристичний портал Zruchno.Travel, який об'єднує всі діючі вітчизняні туристичні об'єкти: від водоспадів і музеїв, ресторанів і кафе до заповідників і паркових ансамблів;

– для підвищення конкурентоспроможності внутрішніх туристичних продуктів та сприяння розвитку туристичного ринку України було організовано першому українському Туристичному Воркшопі Асоціації Гостинності, в якому взяло участь Понад 50 представників з різних регіонів країни, близько 50 туроператорів і представників туристичних агентств Києва та Київської області. Туристичні оператори, готельєри, оздоровниці, екскурсійні бюро та представники місцевої влади Миколаївської, Херсонської, Чернігівської та Черкаської областей презентували десятки нових, зручних та вигідних туристичних продуктів туроператорам та туристичним агенціям Київщини [8];

– з метою розвитку регіонального туризму Асоціація Індустрії Гостинності оголосила всеукраїнську грантову програму «Підтримка розвитку туризму в Україні». Розвиток туризму на окремій території неможливий без урахування специфіки регіону. Кожен регіон України має великий потенціал для розвитку туризму, однак, відсутність ефективних програм розвитку індустрії є стримуючим фактором для його реалізації. Розробка регіональних програм розвитку туризму не враховується у державному або місцевому бюджеті, тому грантова

програма буде підтримкою місцевій владі регіону, органам місцевого самоуправління [9].

Отже, розвиток туристичній галузі в цілому характеризується позитивною динамікою в'їзного та внутрішнього туристичного потоків, інтенсифікацією державної політики у сфері туризму, здійсненням маркетингових заходів на державному та регіональному рівнях щодо популяризації туризму в Україні та представленні нових специфічних туристичних продуктів. Однак, залишаються і проблеми, які перешкоджають ефективному та стабільному розвитку туристичної галузі України.

Виділимо основні з них:

– невідповідність сервісного обслуговування туристів міжнародним стандартам. Саме якість запропонованих послуг є тим показником, за яким Україна відстає від багатьох держав з подібним рекреаційно-туристичним потенціалом.

– низький рівень комфорту туристичних зон, застарілість матеріально-технічної бази наявних закладів курортної інфраструктури;

– низька якість більшості автошляхів, транспортного обслуговування, високий ступінь зношеності комунальної інфраструктури;

– нестабільність економічної та політичної ситуації.

Таким чином, основними передумовами подальшого розвитку туристичної галузі є:

– створення стандартів галузевої діяльності та контроль за їх дотриманням;

– навчання персоналу, зайнятого в індустрії туризму, підвищення рівня якості вітчизняних туристичних послуг до світових стандартів;

– створення комфортних умов для відпочинку у туристичних зонах, реконструкція, оновлення, модернізація матеріально-технічної бази наявних санаторно-курортних закладів;

– розбудова транспортної інфраструктури;

– забезпечення підтримки галузевих програм та створення нових туристичних продуктів, реалізація механізмів розвитку сільського, зеленого та екологічного туризму.

Усе це вимагає визнання пріоритетності галузі на найвищому державному рівні, вкладення значних інвестицій. Поступове вирішення окреслених завдань дозволить покращити стан інфраструктури туристичної сфери і курортних зон, забезпечать економічну стабільність та прибутковість туристичної галузі, підвищать рівень надання туристичних послуг та сприятимуть конкурентоспроможності туризму України на національному та міжнародному ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Незважаючи на політичну й економічну нестабільність, відсутність необхідної матеріальної бази, Україна все ж має передумови і потенціал у розвитку туризму. Аналіз та узагальнення фактичного стану туристичної галузі виявив поступове зростання попиту на відпочинок всередині країни. Причинами цього є розширення спектру послуг з боку туристичних компаній, які пропонують сучасному туристу відпочинок на будь-який смак як для тих, хто звик насолоджуватися морем, так і для шанувальників гірської природи, етнічних екскурсій. Подальша підтримка туристичної галузі на державному рівні, об'єднання зусиль представників туризму з представниками влади допоможе сформувати високорентабельну і конкурентну галузь, що позитивно вплине на її інвестиційну привабливість, сприятиме стабільності доходу до бюджету країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Криховецький І. Туристична індустрія України : стан, проблеми та перспективи розвитку / І. Криховецький // Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права ім. Короля Данила Галицького. – 2011. – № 3. – С. 158–166.

2. Зікеєва С. Туристична галузь України в період євроінтеграції : соціально-економічний аспект / С. Зікеєва // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – № 1. – С. 74–82.

3. Корженко К. Основні стратегічні перспективи розвитку національного туризму в Україні в умовах соціально-економічної нестабільності / К. Корженко // Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. – 2015. – № 1 [26]. – С. 14–21.

4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukr.stat.gov.

5. Романюк С. Туристична галузь України: руїна чи низький старт? / С. Романюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://novosti-turbiznesa.info.

6. «Правильні зірки» в Україні мають лише 255 готелів [Електронний ресурс] // Укрінформ Мультимедійна платформа іномовлення України (23.03.2017). – Режим доступу : https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2198828-ivan-liptuga-direktor-departamentu-turizmu-i-kurortiv-minekonomrozvitku-ukraini.html

7. Світовий туризм до сезону готовий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uitt-kiev.com.

8. Кількість відвідувань України іноземцями у 2016 році зросла [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://aigu.org.ua/wef.html

9. В Україні знайшли спосіб, як врятувати села від зникнення [Електронний ресурс] // Події та коментарі (05.03.2017). – Режим доступу : http://www.podii.com.ua/news/v-ukrayini-znayshly-sposib-yak-vryatuvaty-sela-vid-znyknennya.

REFERENCES:

1. Krykhovetskyi I. Turystychna industriia Ukrainy : stan, problemy ta perspektyvy rozvytku / I. Krykhovetskyi // Naukovo-informatsiinyi visnyk Ivano-Frankivskoho universytetu prava im. Korolia Danyla Halytskoho. – 2011. – # 3. – S. 158–166.

2. Zikeieva S. Turystychna haluz Ukrainy v period yevrointehratsii : sotsialno-ekonomichnyi aspekt / S. Zikeieva // Ekonomika i menedzhment kultury. – 2013. – # 1. – S. 74–82.

3. Korzhenko K. Osnovni stratehichni perspektyvy rozvytku natsionalnoho turyzmu v Ukraini v umovakh sotsialno-ekonomichnoi nestabilnosti / K. Korzhenko // Stalyi rozvytok ekonomiky. Mizhnarodnyi naukovo-vyrobnychyi zhurnal. – 2015. – # 1 [26]. – S. 14–21.

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.ukr.stat.gov.

5. Romaniuk S. Turystychna haluz Ukrainy: ruina chy nyzkyi start? / S. Romaniuk [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://novosti-turbiznesa.info

6. «Pravylni zirky» v Ukraini maiut lyshe 255 hoteliv [Elektronnyi resurs] // Ukrinform Multymediina platforma inomovlennia Ukrainy (23.03.2017). – Rezhym dostupu : https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2198828-ivan-liptuga-direktor-departamentu-turizmu-i-kurortiv-minekonomrozvitku-ukraini.html

7. Svitovyi turyzm do sezonu hotovyi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.uitt-kiev.com.

8. Kilkist vidviduvan Ukrainy inozemtsiamy u 2016 rotsi zrosla [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://aigu.org.ua/wef.html

9. V Ukraini znaishly sposib, yak vriatuvaty sela vid znyknennia [Elektronnyi resurs] // Podii ta komentari (05.03.2017). – Rezhym dostupu : http://www.podii.com.ua/news/v-ukrayini-znayshly-sposib-yak-vryatuvaty-sela-vid-znyknennya

Chaika-Petehyrych L.B.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Theoretical and Applied Economics
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

TOURIST BRANCH OF UKRAINE: FROM REALITY TO PROSPECTS

Despite the global scale, tourist trade remained at regional and national semantic content. This branch supports national traditions, encourages the development of folkcraft, revives the recipes of interesting and delicious national dishes, requires the preservation of nature and creates favourable social conditions for its operation. Therefore, in many countries, tourist trade is developing as a system that provides all the necessary features for exploring the culture, customs, history, religious and spiritual values. However, the development of the hospitality industry (domestic and inbound tourism) is a source of enrichment for the national economy, promotes the creation of new workplaces and the formation of the market of domestic products. This convinces the priority and importance of this industry.

Political and economic situation in our country is rather difficult. Even under such conditions, the tourist industry as an economic category may evolve. The analysis of international tourist flows to Ukraine during 2015-2016 showed the growth in the number of foreign visitors. This demonstrates the effectiveness of the European integration process and increases the confidence in Ukraine by the foreign citizens. To support these changes it's necessary to create a positive tourist image of the country, liberalize visa regime to attract foreign investors. It is necessary to change the attitude of the tourist branch from the direction of both officials and the international community.

Globally, the tourist branch cannot be developed by itself – it needs the Government's support. Therefore, the development of tourist branch in Ukraine has to become a national priority. Moreover there are all conditions – Ukraine has an advantageous geographical location, favourable climate, a great potential of natural resource and cultural and educational resources. The highest possible unification of tourist representatives with the authorities will help form a highly competitive branch, which will be able to meet the needs of all tourists in various tourist services. This will positively affect the competitiveness of Ukraine in the international tourist market and its investment attractiveness will contribute to the stability of income to the country's budget.

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

MARKETING INNOVATION AS A PREREQUISITE FOR PROVIDING COMPETITIVE ADVANTAGE

УДК 658.8.011.1 (045)

Апарова О.В.
д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій

Головним спонукальним чинником всіх інноваційних процесів є ринкова конкуренція – прагнення зберегти завойовані позиції, зміцнити їх чи випередити інших. Вона порушує співвідношення попиту та пропозиції, змінює диспозиції її учасників і змушує їх відшукувати нові можливості. Конкуренція є рушієм до створення чи удосконалення нових продуктів або технологій – інновацій. Стаття розкриває умови формування попиту на інновації, види попиту на інновації та чинники, що впливають на нього, для забезпечення конкурентних переваг сучасного підприємства.
Ключові слова: *маркетинг інновацій, попит на інновації, інноваційний розвиток, інновації, конкурентні переваги.*

Главным побудительным фактором всех инновационных процессов является рыночная конкуренция – стремление сохранить завоеванные позиции, укрепить их или опередить других. Она нарушает соотношение спроса и предложения, меняет диспозиции ее участников и заставляет их отыскивать новые возможности. Конкуренция является двигателем к созданию или совершенствованию новых продуктов или технологий – инноваций. Статья раскрывает условия формирования спроса на инновации, виды спроса на инновации и факторы, влияющие на него, для обеспечения конкурентных преимуществ современного предприятия.
Ключевые слова: *маркетинг инноваций, спрос на инновации, инновационное развитие, инновации, конкурентные преимущества.*

The main incentive factor for all innovative processes is market competition – the desire to maintain the positions won, to strengthen them or to get ahead of others. It breaks the supply-demand relationship, changes the dispositions of its participants and forces them to look for new opportunities. Competition is the engine to create or improve new products or technologies – innovations. The article reveals the conditions of formation of demand for innovation, types of demand for innovation and the factors influencing it, to ensure that the competitive advantages of the modern enterprise.
Key words: *marketing innovation, the demand for innovation, innovation development, innovation, competitive advantage.*

Постановка проблеми. Складність і надзвичайно висока рухливість ринкових процесів, поява нових запитів і зміна позицій споживачів, масштабні технологічні зрушення, стрімкий розвиток інформаційних мереж, а отже, швидке поширення та отримання інформації, її доступність не тільки ускладнюють роботу підприємств, а й сприяють появі нових, часто несподіваних можливостей для бізнесу, що ґрунтуються на інноваційних баченнях. Підприємство, яке постійно досліджує ринок на предмет виявлення нових запитів споживачів, а також аналізує свій внутрішній потенціал для виявлення можливостей удосконалення продукції чи запровадження інновацій у процес виробництва має більше шансів на сталий розвиток у перспективі. Отже, маркетинг інновацій у сучасному суспільстві посідає чільне місце у системі управління підприємством, яке прагне удосконалюватися і розвиватися у довготривалій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем маркетингу та забезпечення інноваційного розвитку підприємств присвячені праці таких вітчизняних науковців, як: О.А. Біловодська, А.В. Войчак, М.А. Дем'янчук, І.А. Дяченко, Н. С. Ілляшенко, С.М. Ілляшенко, Т.І. Ломаченко, Є.І. Нагорний, А.Ф. Павленко, О. Татарников, Н. Чухрай, О.М. Шканова, а також зарубіжних – Маріанна МакГеррі Вольф, Кевін Дж. Кленсі, Пітер С. Крейг, Роберт Г. Купер, Ж.-Ж. Ламбен, Р. Фатхутдінов, К. Фрімен, Й. Шумпетер та ін.

Недостатньо висвітленим залишається питання забезпечення належного маркетингу інновацій на підприємстві, що впроваджує інновації задля забезпечення конкурентоспроможного та стабільного існування у довгостроковій перспективі.

Метою статті є розкриття умов формування попиту на інновації, видів попиту на інновації та чинників, що впливають на нього, для забезпечення конкурентних переваг сучасного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Успіх нового продукту значною мірою залежить від глибокого і всебічного аналізу стану попиту на відповідному сегменті ринку, виявлення його тенденцій і чинників, що можуть вплинути на їх зміну. Аналіз стану попиту потрібен для правильного визначення характеристик нового продукту, які будуть адекватними новим запитам і вимогам споживачів, а також планування процесу розробки та реалізації інновацій. Важливо при цьому спрогнозувати величину майбутнього попиту на інноваційні продукти, а в разі створення абсолютно нового продукту – сформувати попит на нього у потенційних

споживачів, використовуючи відповідні засоби маркетингу [6].

Як відомо, насичення ринку певними товарами чи послугами зменшує прибуток фірми, яка є теж учасником даного ринку. Це спонукає підприємців відшукувати нові можливості для його отримання такі, як: зміна напряму діяльності, освоєння виробництва нового продукту, пошук нових способів використання традиційних ресурсів, залучення принципово нової технології, яка радикально поліпшує властивості товару (кнопкові телефони замінилися смартфонами, які можуть забезпечити їх власника не тільки у комунікаціях, а й використані у якості фото- та відеокамери). Все це інновації, які можуть забезпечити підприємству конкурентні переваги та створити умови для зміцнення його ринкових позицій, а відтак – стабільного розвитку.

Конкурентні переваги – характеристики підприємства, його продукції чи послуг, які забезпечують йому певні переваги над конкурентами.

З огляду на значущість для організації та стійкість конкурентні переваги поділяють на два типи (табл. 1).

Конкурентні переваги непостійні, вони завойовуються та утримуються тільки за умов ефективної інноваційної політики і належної організації інноваційної діяльності на підприємстві. Серед них особливо цінні ті, що стосуються характеристик товару чи послуги, адже їхня здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж товари виробників-конкурентів, забезпечує зростання обсягу продажу і, як наслідок, зростання прибутку підприємства. При цьому важливо обрати зручну для клієнтів форму продажу цього товару чи послуги (так би мовити, не виходячи з дому).

Вміння побачити нові можливості у звичному, оцінити потенціал нової ідеї, своєчасно та оперативно впровадити новацію на своєму підприємстві є передумовою успішної підприємницької діяльності. Однак, для цього необхідно вміти правильно оцінювати ринкову ситуацію, прогнозувати можливі зміни і вести цілеспрямований пошук щодо розроблення тих інновацій, які можуть бути корисними для підприємства. Дослідити запити і визначити очікування споживачів, своєчасно побачити нові можливості, які криються у давно відомому, правильно та своєчасно піднести інновацію споживачеві – ось основні завдання, які покликаний виконувати маркетинг інновацій.

Успіхові сприяють не лише технічні новації, а й вдосконалення форм організації виробництва та праці. Так нововведення щодо поліпшення використання праці робітників і засобів виробництва (такі, як уведення чіткого регламенту і стандартів на засоби праці, інструменти, робочі операції і рухи, чіткого обліку робочого часу, використання диференційованої оплати праці тощо) здатне забезпечити підвищення ефективності управління виробничими процесами (ріст продуктивності праці та заробітної плати), що, у свою чергу, знижує собівартість продукції і дає змогу встановити на неї нижчі, ніж у конкурентів, ціни.

Інноваційна діяльність підприємства являє собою, як правило, складний багатоаспектний безперервний процес, який умовно поділяють на три складові:

1) інноваційна ініціатива – поява нової ідеї у підприємства щодо раніше відомих явищ чи процесів та рішення її втілення у життя. Якщо інноваційна ініціатива виникла раніше, ніж відбулося визначення потреб ринку, дуже важливо врахувати можливості її перетворення на комерційно привабливий продукт (шляхом вивчення готовності ринку до сприйняття інновації);

2) визначення потреб ринку. Доведено, що інновації, поштовх яким дав ринок, мають більший успіх, ніж ті, що виникли внаслідок застосування результатів науково-технічних досліджень. Якщо мова йде про принципово новий продукт, необхідно на стадії пошуку та генерування ідей шукати майбутніх споживачів і з їх участю матеріалізувати інновації.

Взагалі, щоб передбачити реакцію споживачів на новий продукт, інноваціям мають передувати всебічні дослідження ринку, за допомогою яких визначаються напрями дослідницьких робіт, визначаються критерії відбору інноваційних ідей, окреслюється коло пошуку конструктивних і дизайнерських рішень для створення нового продукту. Тісний зв'язок зі споживачами маркетингової служби сприяє здійсненню комерціалізації нововведень у коротші строки, а це, у свою чергу, забезпечує більшу віддачу від них протягом життєвого циклу.

Таблиця 1

Два типи конкурентних переваг

Конкурентні переваги	
Низького рангу	Пов'язані з доступністю джерел сировини, наявністю дешевої робочої сили, отриманням тимчасових податкових пільг тощо. Вони є нестійкими, оскільки можуть бути скопійовані конкурентами.
Високого рангу	Пов'язані із наявністю у підприємства кваліфікованого персоналу, здатного використовувати сучасні технології у всіх сферах діяльності, вести інноваційний пошук і створювати новинки, отримувати патенти, розвивати і вдосконалювати матеріально-технічну базу підприємства, забезпечувати високі стандарти діяльності і формувати позитивний імідж підприємства. Такі переваги є тривалими і сприяють вищій ефективності підприємницької діяльності.

Вивчення попиту на товари та послуги, що існують на ринку, дає змогу зрозуміти, якого нового товару очікують споживачі на конкретному ринковому сегменті і встановити обсяги його продажу в разі впровадження у виробництво. Попит – обсяг продукції чи послуги, які споживач хоче та спроможний придбати на конкретному ринку за певною ціною протягом певного часу.

Існує певна послідовність дослідження ринкового попиту, яка дає підстави для прийняття рішень щодо доцільності розробки нового продукту чи виведення старого продукту на новий ринок (табл. 2).

Найретельніше слід досліджувати такі параметри попиту, як ціна, якість, пакування-маркірування та супутні послуги-сервіс. Маючи інформацію про їх рівень, можна правильно оцінити конкурентоспроможність нового товару чи напрями вдосконалення існуючого (якщо йдеться про поліпшувальні інновації).

Залежність попиту від цінових характеристик продукції визначається законом попиту-пропозиції, сутність якого полягає у зменшенні попиту на продукт за збільшення його ціни. Однак, з цього закону можуть бути винятки, наприклад, є товари, низька ціна на які може свідчити про їхню низьку якість або невідповідність стандартам, тому й попит виявиться на такі товари теж низьким. Це підтверджує необхідність всебічного вивчення чинників, котрі впливають на величину попиту.

Інструментами попереднього (прогнозного) та оперативного (поточного) аналізу попиту може бути його табличне та/або графічне зображення, що дає можливість простежити тенденції його зміни. Аналіз кривих попиту на існуючу продукцію дає змогу встановити час завершення її життєвого циклу і заздалегідь підготуватися до виведення на ринок нового товару або внесення поліпшувальних характеристик до старого товару;

3) виробництво нового продукту згідно ринкових потреб. Відбувається з урахуванням виробничих потужностей підприємства-інноватора, його здатності фінансувати процес промислового освоєння новинки, можливості швидкого переналагодження устаткування на її випуск.

Отже, попит на інновації виникає внаслідок змін, що відбуваються у середовищі господарювання. Ринкова динаміка вимагає від підприємств щоденної роботи, спрямованої на вдосконалення своєї діяльності: перехід на принципово нові, екологічно чисті, мало- та безвідходні технології; конструювання, технічну підготовку та освоєння випуску нових видів продукції; знаходження нових способів використання існуючих ресурсів.

Водночас інноваційну діяльність слід спрямовувати на раціоналізацію існуючого виробничого процесу, підвищення ефективності та якості усіх аспектів виробничо-господарської діяльності, тобто, належна організація інноваційної діяльності повинна полягати в:

а) обґрунтуванні напрямів інноваційного пошуку підприємства, оптимальних з погляду його ресурсних можливостей, та організації виконання науково-дослідних і проектно-конструкторських робіт;

б) оцінюванні, відборі і залученні інновацій, що з'явились на ринку і здатні за умови їх впровадження на підприємстві сформувати його конкурентні переваги.

Успіх чи невдача просування нового продукту на ринок, великий чи незначний попит на нього залежать від того, наскільки точно взяті до уваги особливості його сприйняття потенційними споживачами і від того, якими засобами будуть впливати на попит продуценти нового товару на різних стадіях його життєвого циклу. Існує декілька класифікацій попиту за різними класифікаційними ознаками [6].

Таблиця 2

Напрями вивчення попиту

1	2	3	4	5	6	7
обсяг попиту	**наявність потенційних покупців**	**потреба в товарі**	**можливість придбання товару**	**ціна товару**	**час виведення товару на ринок та його реалізації на ньому**	**ринки збуту продукції**
вивчення ринку на предмет виявлення потенційних покупців та їх потреб дає змогу зрозуміти, якою повинна бути політика виробника у сферах якості, дизайну та цінового проектування, на який рівень диференціації продукту слід орієнтуватися при розробці його модифікацій		вивчення потреби в товарі та можливості придбання товару дає змогу визначити раціональні форми його збуту		дослідження рівня цін, сформова-них на ринку, дає інформацію щодо прийнятного для інноватора рівня витрат на розробку та освоєння новинки	дослідження актуальності виявлених потреб споживачів сприяє правильному рішенню щодо часу виведення товару на ринок або визначення, якої підготовки потребує потенційний споживач для позитивного сприйняття нового товару	досліджен-ня незаповне-них ніш на існуючих ринках або наявність можли-вості виведення продукту на нові ринки

І. За ставленням споживачів до товару розрізняють:

1) прихований попит – відображає неможливість задоволення потреб споживачів за рахунок наявних на ринку товарів і послуг. Якщо виробники продукції ретельно досліджують запити споживачів, така ситуація є імпульсом для розробки нових товарів;

2) негативний попит – може виникати на стадії просування нового продукту на ринок та відображає факт його недолюблювання потенційними споживачами, які намагаються уникнути купівлі (наприклад, попит на генетично модифіковану продукцію, на мікрохвильові печі, на Wi-Fi-роутери тощо). Для подолання негативного попиту виробники новинки мусять докласти значних зусиль, щоб переконати споживачів у її корисності або нешкідливості;

3) надмірний попит – виникає за умови перевищення попиту пропозиції, що є дуже сприятливим для інноваторів та дає їм можливість швидко вивести новий товар на ринок, зайняти його значну частку, зміцнивши тим самим свої конкурентні позиції;

4) повноцінний попит – передбачає відповідність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення у стадію зрілості;

5) нерегулярний попит – характеризується виникненням коливань попиту протягом тривалого часу (сезонні коливання, характерні для підприємств легкої промисловості), які необхідно брати до уваги, обираючи час виведення новинки на ринок, щоб не опинитися у ситуації відсутнього попиту;

6) нераціональний попит -- попит на товари, шкідливі для здоров'я (алкогольні, тютюнові вироби). Для просування товару необхідна маркетингова стратегія, яка включає різноманітні засоби стимулювання збуту;

7) нульовий (відсутність попиту) – має місце у випадках, коли споживачі, на яких орієнтовано виробництво певної продукції чи її реалізація, не зацікавлені у ній або не знають про неї. Успіх – у добре продуманій рекламі.

Крім того, відомо, що протягом життєвого циклу попит на один і той самий товар може змінюватися: від прихованого – до надмірного, від надмірного – до його відсутності. Важлива роль у визначенні величини попиту належить маркетинговій службі фірми-інноватора. Для розробників товару надзвичайно важливим завданням є оцінювання величини попиту на різних стадіях життєвого циклу товару.

ІІ. За стадією життєвого циклу новинки розрізняють:

1) попит на стадії задуму та розробки новинки (потенційний попит). Від правильного визначення його величини залежить ефективність комерціалізації новинки. Якщо прогноз потенційного попиту завищено, доходи від продажу нового товару можуть не покрити витрат на його розробку та виведення на ринок і фірма-інноватор понесе збитки.

Потенційний попит – попит, що відображає можливості потенційних споживачів продукції придбати новий товар за встановленими цінами протягом його життєвого циклу. Величина потенційного попиту залежить від кількості майбутніх споживачів продукції, її ціни і ступеня актуалізації потреби, для задоволення якої створюється новинка.

Важливим завданням маркетингової служби підприємства є не лише окреслення кола потенційних споживачів продукції, а й визначення можливостей його розширення. Найчастіше цього досягають чіткішою диференціацією товару за його споживчими характеристиками (якісними та ціновими). Тому вже на етапі створення новинки досліджують можливість її модифікації і формування асортиментної групи, за основу якої беруть базове принципове рішення. У міру просування розробки до стадії створення дослідного зразка маркетологи дбають також про підвищення конкурентоспроможності нового товару шляхом досягнення оптимального співвідношення можливостей його індивідуалізації та універсалізації;

2) попит, що формується на етапі виходу нової продукції на ринок. Величина цього попиту значною мірою залежить від попередньої підготовки ринку до сприйняття нового товару, особливо, якщо він принципово відрізняється від подібних чи має здатність задовольняти ті потреби споживачів, які ще не актуалізувалися на час виведення товару на ринок. Здатність сформувати високий, а то й ажіотажний попит на інновацію є свідченням професіоналізму маркетологів, які розробляють стратегію просування товару на ринок;

3) попит, що формується на етапі утвердження нової продукції на ринку. Величина цього попиту має бути достатньою для того, щоб заохочувати нові групи споживачів. Рекламну підтримку слід варіювати і надавати їй інформативно-переконуючого характеру: у центрі рекламного повідомлення має бути не просто інформація про нові властивості товару, а підтвердження її графіками, цифрами, висновками наукових експертів. Суттєве значення має також консультування службою маркетингу працівників фірми, які беруть участь у всіх зовнішніх акціях, що стосуються нового товару.

Маркетологи повинні надати повну та кваліфіковану консультацію щодо можливостей стимулювання продажу нового товару працівникам, що безпосередньо контактують зі споживачами. Особливо це слід враховувати при продажу послуг, де є безпосередній контакт працівника та покупця;

4) попит, що сформувався на стадії зрілості інноваційної продукції. Він має тенденцію до змен-

шення, оскільки продукція вже придбана основною масою споживачів. Однак, якщо новинка має нетривалий термін використання (наприклад, предмети гігієни, продукти харчування тощо), її виробник зазвичай продовжує «підігрівати» інтерес споживачів до неї постійним нагадуванням.

Вивчення прогнозного попиту на інноваційні товари, оцінювання наявного попиту і тенденцій його зміни для товару, що вже виведений на ринок, а також розробка заходів для його стимулювання є надзвичайно важливою функцією маркетингових служб. Вони мають урахувати все різноманіття чинників, що можуть впливати на попит, тим самим збільшуючи комерційний успіх нововведень.

Умовно чинники впливу на попит поділяють на дві групи [6]:

1) внутрішні – характеризують виробничо-торговельну стратегію виробника і вказують напрям його дій з метою підвищення попиту на новий продукт (табл. 3);

2) зовнішні – характеризують середовище функціонування підприємства, що виготовляє або реалізує інноваційну продукцію (табл. 4).

Висновки з проведеного дослідження. У сучасному мінливому економічному середовищі (як глобальному, так і національному) для прийняття якісних управлінських рішень необхідно володіти інформацією. Діяльність служби маркетингу повинна бути спрямована на вирішення актуальних завдань:

1) орієнтир на споживача і можливості виробництва при здійсненні першопочаткових досліджень і розробок нового продукту, а також при розробці стратегії виведення товару на ринок;

2) забезпечення процесу створення нового товару на основі сучасних наукових, технічних і організаційних рішень;

3) здійснення оновлення виробництва з урахуванням стадій життєвого циклу товару.

Отже, для успішного виведення на ринок інновації та її позитивного сприйняття, і, як наслідок, забезпечення конкурентних переваг сучасного підприємства, службі маркетингу підприємства необхідно здійснювати постійний аналіз факторів таких, як: умови формування попиту на інновації, види попиту на інновацію і чинники, що впливають на нього, а також вживати заходи для їх корекції.

Таблиця 3

Внутрішні чинники впливу на попит

Чинник	Характеристика
1	2
відповідність галузевим стандартам	для продукції технічного призначення, яка потребує відповідного післяпродажного обслуговування (ремонт, для якого потрібні стандартні комплектуючі). У разі нехтування стандартами попит значно зменшується
відповідність тенденціям моди	має значення не тільки для легкої промисловості (одяг, взуття), а й для інших галузей, де важливо враховувати дизайн виробів (телефони, годинники, меблі, автомобілі, будинки тощо). Якщо вплив модних тенденцій у новинці не взято до уваги, вона не матиме попиту
висока якість нового продукту	забезпечує впевненість споживачів у його надійності, корисності, привабливості, підвищенні ефективності роботи при використанні новації тощо, а значить, підтверджує правильність вибору
гарантійне та сервісне обслуговування	підвищує привабливість покупки завдяки додатковим зручностям при її отриманні та використанні, що за інших рівних умов підвищує попит
розмір витрат на наукові дослідження і розробки фірми-інноватора	достатній їхній рівень забезпечує відповідність інновації запитам споживачів, що сприяє досягненню очікуваного попиту на неї
висока швидкість впровадження інновації	забезпечує першість у просуванні новинки на ринок, що гарантує вищий рівень збуту, ніж у можливих конкурентів
транснаціональний рівень галузі (фірми)	чим він вищий, тим ширша зовнішня інтеграція галузі, що прискорює поширення продукції і збільшення попиту на неї
ціна	може бути і стимулом для просування товару на ринок, якщо вона прийнятна для споживача, і перешкодою для проникнення на нього нових фірм, якщо її рівень для них неможливий через високі витрати
вибір авторитетного покупця	може створити авторитетну думку про дану продукцію, що послужить сигналом іншим для її придбання, а отже, збільшить попит на неї
використання реклами та інших засобів комунікації для пропагування новинки	для ознайомлення споживача з новинкою ще до виведення її на ринок, формування попиту на неї
рівень фахової підготовки персоналу підприємства-інноватора	забезпечує високу результативність роботи на всіх стадіях створення нового продукту та виведення його на ринок, що в кінцевому підсумку забезпечує прогнозований попит на нього

Таблиця 4

Зовнішні чинники впливу на попит

Чинник	Характеристика
загальний стан економіки	кризові явища в економіці та її нестабільність унеможливлюють належне інвестування інноваційних процесів, що спричиняє зниження попиту на інновації, особливо техніко-технологічного характеру
політична ситуація	може мати різний вектор впливу залежно від виду інноваційного продукту. Наприклад, політична нестабільність знижує попит на інновації у сфері виготовлення товарів широкого вжитку, водночас стимулюючи його для військово-технічної продукції, яку реалізують у зонах конфлікту
правова база інноваційної діяльності	може стимулювати створення інновацій та попит на них, а за умов недосконалості – зменшувати його
стан екології	несприятлива екологічна ситуація в регіоні і жорсткість її державного регулювання є стимулом попиту на нову екологічно чисту продукцію
прискорення науково-технічного прогресу	спричиняє швидке моральне старіння великої кількості видів продукції, що обумовлює зростання попиту на інновації
доходи споживачів	якщо використання інновації технічного характеру підвищує ефективність роботи її споживача, підвищуючи тим самим його доходи (прибутки), це стимулює зростання попиту на неї
невизначеність характеру впливу інновації на результати її використання	породжується самою сутністю інновацій і є чинником, що знижує попит на неї

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апарова О.В. Особливості маркетингової стратегії для вітчизняних телекомунікаційних підприємств в сучасних умовах / Апарова О.В. // Нові технології в телекомунікаціях: V Міжнарод. наук.-техн. симпозіум. 17-21 січ. 2012 р., зб. тез. – Карпати, Вишків: ДУІКТ, 2012. – С. 184-186.
2. Апарова О.В. Роль маркетингу в забезпеченні інноваційного розвитку телекомунікаційних підприємств / О.В. Апарова // Економіка та суспільство. – 2017. – Вип.9 (2017). [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/
3. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ.; под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с.: ил. – (Серия «Классика МВА»).
4. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: [моногр.] / [ред. С. М. Ілляшенко]. – Суми: Унів. кн., 2006. – 728 с. – укр.
5. Моделирование рынка : как спрогнозировать успех нового продукта / Кевин Дж. Кленси, Питер С. Крейг, Марианна МакГерри Вольф ; под общ. ред. Олега Чернозуба ; пер. с англ. А.В. Болдышевой. – М: Вершина, 2007. – 272 с. : ил., табл.
6. Особливості створення інновацій і формування попиту на них: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://5fan.info/jgeqasrnabewujgpol.html
7. Роберт Г. Купер. Разработка новых товаров // Маркетинг / под ред. М. Бейкера. – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с.: ил. (Серия «Бизнес-класс»).
8. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручн. / Н. Чухрай, Р. Патора. – К. : КОНДОР, 2006. – 398 с.

REFERENCES:

1. Aparova O.V. Osoblyvosti marketynhovoi stratehii dlia vitchyznianykh telekomunikatsiinykh pidpryiemstv v suchasnykh umovakh / Aparova O.V. // Novi tekhnolohii v telekomunikatsiiakh: V Mizhnarod. nauk.-tekhn. sympozium. 17-21 sich. 2012 r., zb. tez. – Karpaty, Vyshkiv: DUIKT, 2012. – S. 184-186.
2. Aparova O.V. Rol marketynhu v zabezpechenni innovatsiinoho rozvytku telekomunikatsiinykh pidpryiemstv / O.V. Aparova // Ekonomika ta suspilstvo. – 2017.- Vyp.9 (2017). [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.economyandsociety.in.ua/
3. Lamben Zhan-Zhak. Menedzhment, oryentyrovannыi na rыnok / per. s anhl.; pod red. V.B. Kolchanova. – SPb.: Pyter, 2005. – 800 s.: yl. – (Seryia “Klassyka MVA”).
4. Marketynh i menedzhment innovatsiinoho rozvytku: [monohr.] / [ped. S. M. Illiashenko]. – Sumy: Univ. kn., 2006. – 728 s. – ukr.
5. Modelirovanie rynka : kak sprognozirovat' uspekh novogo produkta / Kevin Dzh. Klensi, Piter S. Kreyg, Marianna MakGerri Vol'f ; pod obshch. red. Olega Chernozuba ; per. s angl. A.V. Boldyshevoy. – M: Vershina, 2007. – 272 s. : il., tabl.
6. Osoblyvosti stvorennia innovatsii i formuvannia popytu na nykh: [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://5fan.info/jgeqasrnabewujgpol.html
7. Robert G. Kuper. Razrabotka novykh tovarov // Marketing / pod red. M. Beykera. – SPb. : Piter, 2002. – 1200 s.: il. (Seriya “Biznes-klass”).
8. Chukhrai N. Tovarna innovatsiina polityka: upravlinnia innovatsiiamy na pidpryiemstvi : pidruchn. / N. Chukhrai, R. Patora. – K. : KONDOR, 2006. – 398 s.

Aparova O.V.
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at Department of Management
State University of Telecommunications

MARKETING INNOVATION AS A PREREQUISITE FOR PROVIDING COMPETITIVE ADVANTAGE

The success of a new product depends on a deep analysis of demand in the relevant segment of the market, identifying its trends and factors affecting its change. As the saturation of the market with certain goods or services reduces the profit of the participating company of this market, this encourages entrepreneurs to find new opportunities for obtaining it. Among such opportunities, innovation takes the first place, which can provide the company with competitive advantages and strengthen its market positions, contribute to stable development. Success is facilitated not only by technical innovations, but also by improving the forms of organization of production and labour.

At the same time, innovative activities should be directed at streamlining the existing production process, increasing the efficiency and quality of all aspects of production and economic activities.

Studying the forecasted demand for innovative products, assessing the available demand and trends for a product that is already on the market, and developing measures to stimulate it, is an extremely important function of marketing services. They must take into account the variety of factors affecting demand, in order to increase the commercial success of innovation.

In the current changing economic environment, the activities of the marketing department should be aimed at solving urgent problems:

1) customer orientation and production capabilities in the implementation of initial research and development of a new product, as well as in the development of a product launch strategy;

2) ensuring the process of creating a new product on the basis of modern scientific, technical and organizational solutions;

3) the implementation of the renewal of production taking into account the stages of the life cycle of the goods.

To successfully bring innovation and its positive perception to the market and ensure the competitive advantages of a modern enterprise, the marketing service of an enterprise must carry out a constant analysis of factors: the conditions for shaping the demand for innovation, the types of demand for innovation and the factors that influence it, and take measures to correct them.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЧОЇ ГАЛУЗІ)

COMPETITIVE ADVANTAGES STRATEGIC MANAGEMENT ENTERPRISE DEVELOPMENT (ON THE EXAMPLE OF POULTRY INDUSTRY)

УДК 339.1

Безродна С.М.
к.е.н. доцент кафедри економічні дисципліни
Чернівецького факультету
національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»
Лаготюк В.О.
асистент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

В умовах євроінтеграційних процесів в економіці підприємства намагаються покращувати власну конкурентоспроможність на ринках використовуючи весь наявний інструментарій. Однією з основних складових забезпечення конкурентоспроможності є конкурентні переваги. У статті розглянуто основні підходи щодо розуміння сутності конкурентних переваг, зазначено основні їх види. Визначено, які конкурентні переваги є ключовими для підприємств птахівничої галузі. Зазначено основні фактори конкуренції на основі конкурентних сил Майкла Портера для підприємств птахівничої галузі. На основі аналізу діяльності провідних птахофабрик, які працюють у складі потужних агрохолдингів, запропоновано основні напрями вдосконалення конкурентних переваг на підприємствах у стратегічній перспективі.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, конкурентні переваги, фактори конкуренції, ключові фактори успіху, підприємство.*

В условиях евро интеграционных процессов в экономике предприятия пытаются улучшать собственную конкурентоспособность на рынках, используя весь имеющийся инструментарий. Одной из основных составляющих обеспечения конкурентоспособности есть конкурентные преимущества. В статье рассмотрены основные подходы относительно понимания сущности конкурентных преимуществ, отмечены основные их виды. Определенно, какие конкурентные преимущества являются ключевыми для предприятий птицеводческой отрасли. Отмечены основные факторы конкуренции на основе конкурентных сил Майкла Портера для предприятий птицеводческой отрасли. На основе анализа деятельности ведущих птицефабрик, которые работают в составе мощных агрохолдингив, предложены основные направления совершенствования конкурентных преимуществ на предприятиях в стратегической перспективе.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, конкурентные преимущества, факторы конкуренции, ключевые факторы успеха, предприятие.*

For the successful functioning of the market, enterprises not enough to have only material or financial resources. Considerable attention should be paid to the internal capabilities, which are competitive advantages and key success factors of enterprises. Purpose. From a strategic perspective, businesses are struggling to secure a high level of competitiveness in both domestic and foreign markets. For the poultry industry enterprises identified a list key competitive advantages, analyzing the activity of the leading Ukrainian poultry farms. Among which are highlighted: the quality of products, brand and famous brand, income, financial condition, performance, equipment, financial resources, production capacity, its own resource base, established distribution channels, introduction achievements of science and technology at the enterprises of the qualified personnel. Results. Adapted factors five competitive forces according to Michael Porter, factors that directly shape the competitive advantage of the poultry in the markets. In the result the study was formed the main directions improvement of competitive advantages that are common to businesses of the poultry industry in the following activity areas: production, marketing, Finance, development, personnel, organizational culture. Conclusions. In the conditions of Euro integration to the Ukrainian enterprises, there are opportunities to exercise at a more efficient level export operations. For this it is necessary to form competitive advantages, which will provide a high level of competitiveness our products not only in Ukrainian but also in international market.

Key words: *competitiveness, competitive advantages, factors of competition, key success factors, enterprise.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, коли посилюється роль євроінтеграційних процесів, зростають ризики і невизначеність умов функціонування підприємств, збільшується ступінь залежності від маркетингового середовища, посилюється конкурентна боротьба за ринки збуту товарів, особливу актуальність набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Щоб успішно діяти на ринку, суб'єктам господарювання мало володіти матеріально-фінансовими ресурсами. На перший план виходять внутрішні можливості. Фірми обертають свої погляди не на вивчення конкурентів, клієнтів, посередників, постачальників або навколишнє середовище, а на самих себе, свої внутрішні можливості, унікальні і властиві тільки даній фірмі, що і визначає наявність конкурентної переваги. Пошук конкурентної переваги за широкійої доступності ринків матеріальних ресурсів зводиться до володіння інформацією і знаннями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і методологічні аспекти конкурентоспроможності підприємства та конкурентних переваг у сучасних умовах знайшли відображення у працях Г. Л. Азоєва [7], Є.В. Зотової [1], Т. Коупленда (Couplend, 2000) [6], Т. Коллера (Coller, 2000) [6], Дж. Муррина (Murin, 2000) [6], Л. В. Нагірної [2], В. В. Олійника [3], М. Портера (Porter, 2007) [9], І. Ю. Сіваченка, Г. Скудера [5], Р. А. Фатхутдінова

[11], К. Хессінг (Hessing, 1995) [10] та інших вітчизняних і зарубіжних економістів.

Так В. Холл та М. Портер значну увагу приділяли класифікації конкурентних переваг на дві групи. К. Хессінг і Г. Азоєв досліджували фактори формування конкурентних переваг, також Г. Азоєв запропонував підходи до класифікації конкурентних переваг. У науковій літературі не розроблено єдиної методики для більш ефективного оцінювання конкурентних переваг та не адаптовано підходи до управління конкурентними перевагами підприємств окремих галузей економіки. Недостатньо дослідженими є питання пов'язані з управління конкурентними перевагами підприємств. Пропонуємо зосередити увагу на формуванні конкурентних переваг для підприємств галузі птахівництва, яка в Україні розвивається швидкими темпами і експортується за кордон.

Постановка завдання. Створення конкурентних переваг є метою стратегічного управління підприємством, визначальним чинником підвищення його конкурентоспроможності. Для цього вітчизняним підприємствам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, необхідні ефективні інструменти стратегічного управління, що використовуються у процесі формування науково обґрунтованої стратегії досягнення конкурентних переваг. Для цього необхідно здійснити розробку з урахуванням специфіки діяльності та чинників забезпечення конкурентних переваг на підприємствах у системному обґрунтуванні вибору і визначенні механізму її формування й реалізації, а також визначення конкретного набору конкурентних переваг для підприємств окремих галузей господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи конкурентоспроможність, як один з найважливіших напрямів вивчення особливостей господарської діяльності підприємств, зазначимо, що вона є комплексною порівняльною характеристикою, яка повинна відображати ступінь переваг над конкурентами. Вважаємо за доцільне визначити сутність і вплив конкурентних переваг на конкурентоспроможність підприємства.

Існує кілька підходів до визначення сутності конкурентних переваг. Досить поширеним є визначення конкурентних переваг, як тих характеристик, споживчих властивостей товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над її безпосередніми конкурентами. Така перевага досягається шляхом надання споживачам більших благ: або за рахунок реалізації більш дешевої продукції, або завдяки пропозиції високоякісних продуктів із набором додаткових послуг, проте, за порівняно вищими цінами [4, с. 39-41].

Цей підхід розглядає конкурентні переваги головним чином з позиції споживачів. Його вадою є обмеженість чинників, які можуть бути визнаними, як конкурентні переваги. Так, наприклад, найнижчі питомі витрати, які не відображені в ціні товару (коли підприємство витрачає на виробництво та реалізацію товарів менше, ніж інші фірми галузі, а ціну тримає на середньогалузевому рівні внаслідок загрози цінової війни або інших чинників), дають підприємству істотні переваги над конкурентами. У цій ситуації підприємство з кожної проданої одиниці товару отримує більше прибутку, який може бути спрямовано на оновлення продукції, модернізацію виробництва, пошук і запровадження різноманітних інновацій і, у підсумку, на подальше зростання продуктивності і закріплення конкурентної позиції на ринку. А наведений вище підхід, зорієнтований на переваги товару з позиції споживача, такий чинник із переліку конкурентних переваг виключає [5, с. 24-26].

Близьким до наведеного підходу є термін «конкурентна відмінність», який часто застосовується у сучасних публікаціях і виданнях промислово розвинених країн замість поняття «конкурентоспроможність». Під конкурентною відмінністю розуміють високу компетентність підприємства у певній галузі, яка дає йому найкращі можливості залучати й утримувати клієнтуру. Ця компетенція виявляється в тому, що фірма робить щось значно краще, ніж її конкуренти, і завдяки цьому краще задовольняє потреби своєї клієнтури.

В.Д. Маркова і С.А. Кузнєцова називають конкурентною перевагою положення фірми на ринку, яке дає змогу їй переборювати сили конкуренції та приваблювати покупців. Ці дослідники змішують поняття «конкурентна перевага» з поняттям «конкурентна позиція підприємства», під якою справді розуміють місце, яке займає підприємство на ринку стосовно конкурентів.

У сучасній економічній літературі, що присвячена проблемам виживання та стратегічної ефективності діяльності фірм в умовах високо конкурентного середовища, велику увагу приділено чинникам ефективності господарювання підприємства, зокрема, ключовим ринковим чинникам успіху, конкурентним перевагам.

Про стратегічну ефективність говорять у тих випадках, коли вона забезпечується протягом тривалого проміжку часу. До ключових чинників ефективності належить сукупність чинників ринкової та ресурсної орієнтації, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентоспроможності фірми і відповідно на її стратегічну ефективність [6, с. 78-83].

Теоретичні дослідження свідчать, що набір ключових факторів ефективності господарювання у різних галузях значно відрізняється. До того ж, з часом вони можуть змінюватися в одній і тій же галузі під впливом зрушень загальної ситуації у ній. Тому важливим аналітичним завданням є визначення основних чинників ефективної діяльності з урахуванням наявних і тих, що можна про-

гнозувати, умов розвитку галузі та внутрішньогалузевої конкуренції. Помилкова ідентифікація цих факторів може спричинити розробку неефективних стратегій і вибір менш важливих (з позицій формування конкурентних переваг) цілей. Ключові фактори ефективності можуть бути класифіковані за різними ознаками [7]:

– за сферою застосування (загальні та специфічні). Загальні фактори актуальні для багатьох різноманітних галузей, а специфічні – характерні лише для окремих галузей;

– за джерелами походження (ринкові, ресурсні). Ринкові, пов'язані зі сприйняттям продукції та фірми споживачами, а ресурсні – засновані на оригінальній комбінації ресурсів підприємства;

– за можливостями реалізації (інструментальні, неінструментальні). Реалізація інструментальних факторів безпосередньо залежить від дій фірми, а неінструментальні – формуються об'єктивно, незалежно від діяльності підприємства.

Зовнішній аспект забезпечення конкурентних переваг – ринкові чинники ефективності. Сучасні швейцарські та німецькі економісти, які багато уваги приділяють розробці концепції чинників ефективної господарської діяльності підприємства, поділяють всі реалізовані певною фірмою ключові чинники ефективності на дві групи: стратегічні чинники та ключові компетенції [4, с. 39-41].

На сьогодні ступінь задоволення споживача розглядають як головний аспект, що визначає успіх підприємства у конкурентній боротьбі. Взагалі, підприємство має у своєму розпорядженні два способи втримання споживачів:

– створення умов, що перешкоджають зверненню споживача до інших постачальників;

– максимальне задоволення споживача.

Якщо перший спосіб пов'язаний з багатьма технічними та юридичними складнощами і, до того ж, є непопулярним у суспільстві, то другий забезпечує широкий спектр засобів підвищення іміджу та відомості торгової марки. Високий ступінь задоволення формують не тільки раціональну перевагу, але й емоційну прихильність до конкретної марки товару. Однією із умов повного задоволення споживача є формування в компанії високої поведінкової культури, коли мета кожного співробітника – задовольнити покупця [4, с. 39-41].

У літературі не існує єдиного підходу до класифікації конкурентних переваг. Значна частина дослідників, наслідуючи Майкла Портера, в якості базових виділяють дві конкурентні переваги: більш низькі витрати, що дозволяють встановлювати більш низькі ціни й отримувати більш високі прибутки, і диференціацію (унікальність) товару, яка б забезпечувала найвищу споживчу цінність.

Підтвердженням виділення цих двох видів конкурентних переваг є дослідження В.К. Холла, який вивчив конкурентні стратегії двох лідируючих фірм для випадку восьми зрілих галузей, які характеризувалися повільним зростанням і сильною конкуренцією. У випадку кожної галузі два підприємства-лідера або пропонували високу диференціацію товарів, або мали найнижчі фактичні витрати. У більшості випадків фірма-лідер орієнтувалась на одну з названих конкурентних переваг, у той час, як фірма, що займала друге місце, використовувала іншу конкурентну перевагу.

Т. Коупленд, Т. Коллер і Д. Муррін додають до зазначених вище двох конкурентних переваг більш продуктивне у порівнянні з конкурентами використання капіталу [6].

К. Хессіг і Г. Л. Азоєв значну увагу приділяють часовому фактору, тобто швидкості реагування на потреби ринку, і виділяють його в якості однієї з ключових конкурентних переваг [10; 7, 104-109].

Такі автори, як: Г. Л. Азоєв і Р. А. Фатхутдінов, розробили класифікації конкурентних переваг за декількома критеріями. Ці класифікації мають науковий і практичний інтерес, проте, не позбавлені окремих недоліків. Зокрема, Г. Л. Азоєв в якості окремих критеріїв класифікації конкурентних переваг виділив: можливість імітації (унікальні / такі, що піддаються імітації) і характер динаміки (стійкі / нестабільні) [7]. Однак, якщо певна конкурентна перевага віднесена до категорії тих, що піддаються імітації, вона автоматично буде визнана нестабільною, і навпаки. Тобто виділення двох близьких класифікаційних ознак є зайвим і достатньо залишити одну з них.

Р. А. Фатхутдіновим запропоновано сім критеріїв класифікації конкурентних переваг, серед яких, зокрема, виділимо три [11]:

– сфера виникнення переваги (природно-кліматичні; політичні; технологічні; культурні; економічні) – стосується більше конкурентних переваг країни;

– зміст фактора переваги (якість товару або послуги); ціна товару; витрати споживача; якість сервісу товару) – безпосередньо відноситься до переваг товару;

– метод або засіб отримання переваги (у спадщину; навчання; впровадження нововведень; пересування) – взагалі має умовний характер.

Найбільш прийнятним є такий підхід до визначення конкурентних переваг, згідно якого вони є концентрованим виявом переваги над конкурентами в різних сферах або видах діяльності підприємства. Іншими словами, конкурентні переваги фірми полягають у випереджені конкурентів за рахунок реалізації ринкових факторів успіху або ключових компетенцій.

Протилежним за значенням є поняття «конкурентна вада», що характеризує слабкість підприємства в певній сфері (у певному виді) діяльності порівняно з безпосередніми конкурентами.

Для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності підприємствам необхідно розробляти й впроваджувати конкурентні стратегії виходячи з проведеного аналізу діяльності птахофабрик за допомогою визначення їх конкурентних переваг.

Досліджуючи діяльність аграрних підприємств, зокрема, у галузі птахівництва, зазначимо, що найбільшими виробниками даної продукції в Україні є Миронівська птахофабрика (частка ринку 48,5%), комплекс «Агромарс» (13,64% ринку), птахокомплекс «Дніпровський» (6,08% ринку), Агро-Овен (5,03% ринку) та Володимир-Волинська птахофабрика (2,97% ринку). В останні роки Миронівський хлібопродукт і Агромарс збільшили пропозицію курятини на ринку в 1,3 рази, про що свідчить збільшення виробничих потужностей цих підприємств та можливість експорту курятини власного виробництва до зарубіжних країн.

Визначимо основні, на нашу думку, конкурентні переваги найбільших вітчизняних підприємств галузі птахівництва на основі опрацьованих джерел [13; 14; 15; 16; 17]: якість продукції, імідж фірми та відомі торгові марки, прибутковий фінансовий стан, продуктивність устаткування, фінансові ресурси, виробничі потужності, власна сировинна база, налагоджені канали збуту продукції, впровадження досягнень науки і техніки на підприємствах, кваліфіковані кадри.

На основі проведеного аналізу конкурентних переваг використавши модель 5 сил конкуренції Майкла Портера визначимо основні фактори для підприємств галузі птахівництва подано на рисунку 1.

Зазначені фактори щодо сил конкуренції надають можливість провести аналіз впливу кожного із зазначених факторів на формування конкурентних переваг і визначити, яким чином можна пропонувати напрями вдосконалення конкурентних переваг на підприємствах даної галузі.

Управління конкурентними перевагами здійснюється у стратегічній спрямованості. В умовах євроінтеграції українських підприємств, виникають можливості здійснювати на більш ефективному рівні експортні операції. Для цього необхідно формувати конкурентні переваги, які забезпечать високий рівень конкурентоспроможності нашої продукції не лише на українському, а й на міжнародному ринку. Зокрема, це й стосується підприємств галузі птахівництва.

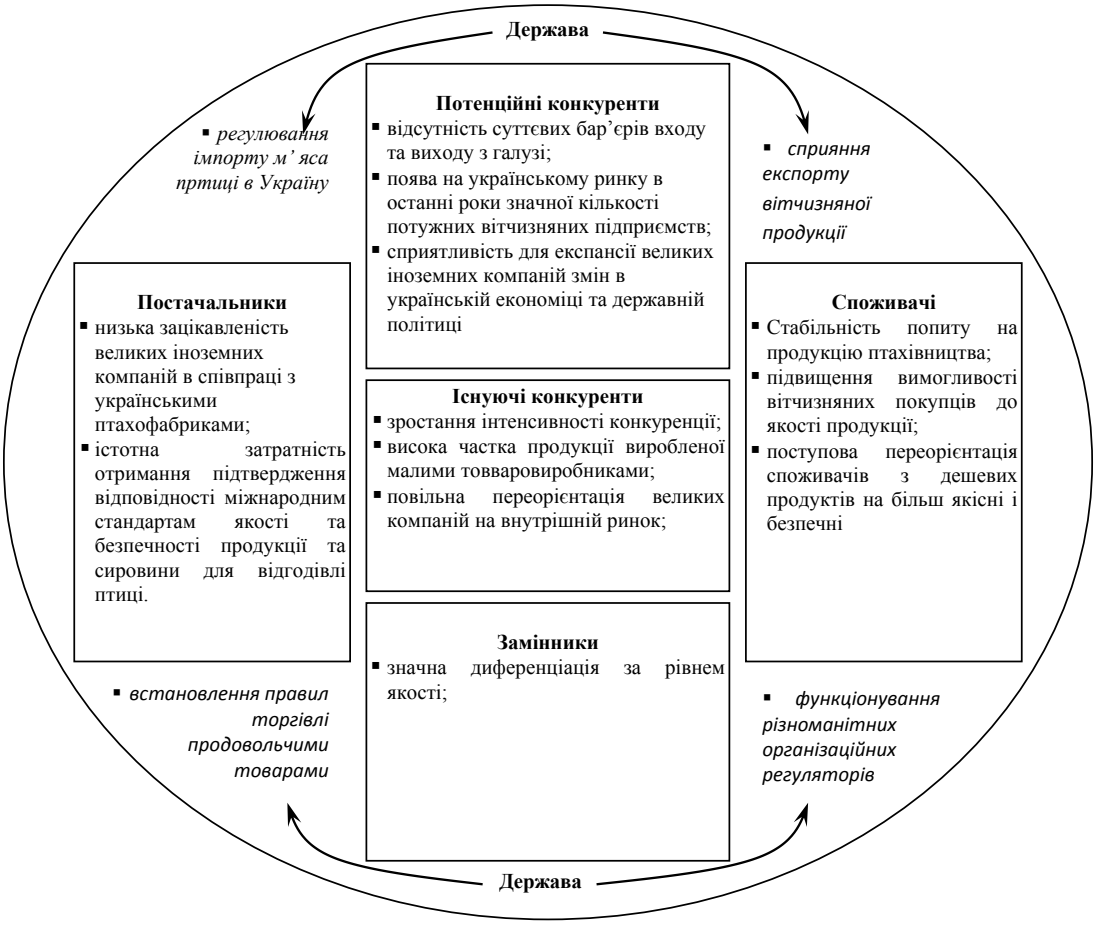


Рис. 1. Аналіз п'яти сил конкуренції Майкла Портера для підприємств галузі птахівництва

Примітка. Адаптовано авторами для підприємств галузі птахівництва

Таблиця 1

Набір рекомендованих функціональних сфер для формування конкурентних переваг на підприємствах галузі птахівництва

Сфера впровадження конкурентних переваг	Напрями формування конкурентних переваг
Сфера виробництва	– забезпечення дотримання технічних стандартів виготовлення продукції, – забезпечення виробництва продукції високої якості; – проведення подальшого удосконалення, модернізації, модифікації технічного оснащення та підвищення загального рівня фондоозброєності праці.
Маркетинг	– подальше удосконалення та посилення маркетингової політики; – покращення цінової політики підприємств; – розширення каналів розподілу продукції та ринків збуту; – пошук нових міжнародних ринків збуту продукції; – підвищення якості рекламної політики.
Фінанси	– підтримання курсу стабільності основних фінансових показників; – поступове збільшення прибутку та рентабельності.
Сфера розвитку персоналу	– забезпечення збереження раціонально підібраного та розставленого персоналу; – випередження темпів приросту продуктивності праці над рівнем заробітної плати; – більш повніше використання потенціалу працівників; – підвищення мотивації працівників.
В організаційній культурі	– підвищення рівня використання передових досягнень науки і техніки; – вдосконалення упаковки продукції; – стимулювання інноваційної діяльності серед працівників; – проводити роботу зі створення та застосування норм організаційної поведінки; – підвищити готовність колективу до змін; – переконати трудовий колектив працювати як єдина команда, що має спільні цілі, досягнення яких призведе до задоволення потреб кожного працівника.

Джерело: сформовано авторами

Як зазначалося вище, в Україні підприємства галузі птахівництва мають багато конкурентних переваг, що вже забезпечує їм належний попит на продукцію в світі. Хочемо запропонувати основні напрями формування конкурентних переваг для підприємств даної галузі, які подано в таблиці 1.

Висновки з проведеного дослідження. Кожен виробник прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі, використовуючи при цьому індивідуальні підходи і методи. У залежності від обраних дій він може забезпечити собі конкурентну перевагу – ті характеристики, що створюють для підприємства певну вищість над його конкурентами. Ці характеристики можуть мати різний характер, належати як до самого підприємства, його виробничо-господарської діяльності, ринкової активності, так і до додаткових послуг, форм виробництва, збуту і продажу.

Стрижневим елементом технології управління конкурентними перевагами є розробка стратегії формування конкурентних переваг, навколо якої вибудовуються всі інші складові системи конкурентних стратегій підприємства.

Уважаємо за доцільне приділити увагу в наступних дослідженнях питанню пошуку і формування підходів до управління конкурентними перевагами підприємств галузі птахівництва в умовах євроінтеграції. Це дасть змогу запропонувати ефективний алгоритм формування та правильного управління ними у стратегічній перспективі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зотова Є. В. Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства / Є. В. Зотова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – №4. – С. 35-37.
2. Нагірна Л. В. До аналізу конкурентоспроможності підприємств та понять, що визначають рівень її реалізації / Л.В. Нагірна // Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво. – 2010. – №4.– С. 136-141
3. Олійник В.В. Особливості визначення конкурентоспроможності продукції / В.В. Олійник // Економіка АПК. – 2009. – №5.– С. 128-132.
4. Полтавськая Е.А. Исследование процессов формирования и развития конкурентах преимуществ

предприятия / Е.А. Полтавськая // Регіональні перспективи. – Кременчук : Асоціація «Перспектива», 2005. – № 1(26). – С. 39-41.

5. Скудер Г. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємства, проблеми і складові успіху / Г. Скудер // Економіка України, 2007. – № 6. – С. 24-26.

6. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. – 2-е изд. / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. – 576 с.

7. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.

8. Венцин М. Роль менеджмента знаний в достижении устойчивых конкурентных преимуществ / М. Венцин // Проблемы теории и практики управления, 2005. – № 4. – С. 78-83.

9. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів // А. Олійник (пер. з англ.), Р. Сільський (пер. з англ.). – К.: Основи, 2007. – 390 с.

10. Хэссиг К. Время как фактор стратегии конкуренции / К. Хэссиг // Проблемы теории и практики управления. – 1995. – №3. – С. 104-109.

11. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544с.

12. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильяме», 2004. – 496 с.

13. Миронівська птахофабрика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mpf.org.ua/

14. Птахокомлекс «Агромарс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.agromars.com.ua/

15. Птахокомплекс Дніпровський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.zao-pkd.com.ua/

16. Агрохолдинг «Авангард» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://avangardco.ua/

17. Володимир Волинська птахофабрика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://chebaturochka.ua/

REFERENCES:

1. Zotova Ye. V. Ekonomichna sutnist konkurentospromozhnosti pidpryiemstva / Ye. V. Zotova // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2010. – #4. – S. 35-37.

2. Nahirna L. V. Do analizu konkurentospromozhnosti pidpryiemstv ta poniat, shcho vyznachaiut riven yii realizatsii / L.V. Nahirna // Derzhava ta rehiony. Seriia: Ekonomika i pidpryiemnytstvo. – 2010. – #4.– S. 136-141

3. Oliinyk V.V. Osoblyvosti vyznachennia konkurentospromozhnosti produktsii / V.V. Oliinyk // Ekonomika APK. – 2009. – #5.– S. 128-132.

4. Poltavs'kaya E.A. Issledovanie protsessov formirovaniya i razvitiya konkurentakh preimushchestv predpriyatiya / E.A. Poltavs'kaya // Regional'ni perspektivi. – Kremenchuk : Asotsiatsiya “Perspektiva”, 2005. – № 1(26). – S. 39-41.

5. Skuder H. Stratehiia pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstva, problemy i skladovi uspikhu / H. Skuder // Ekonomika Ukrainy, 2007. – # 6. – S. 24-26.

6. Kouplend T., Koller T., Murryn Dzh. Stoymost kompanyi: otsenka y upravlenye. – 2-e yzd. / Per. s anhl. – M.: ZAO “Olymp-Byznes”, 2000. – 576 s.

7. Azoev H.L., Chelenkov A.P. Konkurentnыe preymushchestva fyrmы. – M.: OAO Typohrafyia “NOVOSTY”, 2000. – 256 s.

8. Ventsyn M. Rol menedzhmenta znanyi v dostyzhenyy ustoichyvykh konkurentnыkh preymushchestv / M. Ventsyn // Problemы teoryy y praktyky upravlenyia, 2005. – # 4. – S. 78-83.

9. Porter M. E. Stratehiia konkurentsii: Metodyka analizu haluzei i diialnosti konkurentiv // A. Oliinyk (per. z anhl.), R. Silskyi (per. z anhl.). – K.: Osnovy, 2007. – 390 s.

10. Khessyh K. Vremia kak faktor stratehyy konkurentsyy / K. Khessyh // Problemn teoryy y praktyky upravlenyia. – 1995. – #3. – S. 104-109.

11. Fatkhutdynov R.A. Upravlenye konkurentosposobnostiu orhanyzatsyy: Uchebnoe posobye / R.A. Fatkhutdynov. – M.: Yzd-vo Eksmo, 2004. – 544s.

12. Porter M. Konkurentsyia / Per. s anhl. – M.: Yzd. dom “Vyliame”, 2004. – 496 s.

13. Myronivska ptakhofabryka [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://mpf.org.ua/

14. Ptakhokomleks “Ahromars” [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.agromars.com.ua/

15. Ptakhokompleks Dniprovskyi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.zao-pkd.com.ua/

16. Ahrokholdynh “Avanhard” [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://avangardco.ua/

17. Volodymyr Volynska ptakhofabryka [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://chebaturochka.ua/

Bezrodna S.N.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic Disciplines
Chernivtsi Faculty of National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"
Lahotiuk V.O.
Assistant Lecturer at Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities,
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

THE COMPETITIVE ADVANTAGES FORMATION ON THE STRATEGIC DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE (ON THE EXAMPLE OF POULTRY SECTOR)

The successful functioning of the market, enterprises not enough to have only material or financial resources. Considerable attention should be paid to the internal capabilities, which are competitive advantages and key success factors of enterprises.

Strategic perspective for businesses are struggling to secure a high level of competitiveness in both domestic and foreign markets. The poultry industry enterprises identified a list key competitive advantages, analysing the activity of the leading Ukrainian poultry farms. Among which are highlighted: the quality of products, brand and famous brand, income, financial condition, performance, equipment, financial resources, production capacity, its own resource base, established distribution channels, introduction achievements of science and technology at the enterprises of the qualified personnel.

Adapted factors five competitive forces according to Michael Porter, factors that directly shape the competitive advantage of the poultry in the markets.

In the result the study was formed the main directions improvement of competitive advantages that are common to businesses of the poultry industry in the following activity areas: production, marketing, Finance, development, personnel, organizational culture.

Management of competitive advantages implemented in the strategic focus. In the conditions of Euro integration of the Ukrainian enterprises, there are opportunities to exercise at a more efficient level export operations. For this it is necessary to form competitive advantages, which will provide a high level of competitiveness of our products not only in Ukrainian but also in international market. In particular, it concerns the enterprises of the poultry industry.

Every manufacturer strives to take the lead in the competition, using individual approaches and techniques. Depending on the selected action it can provide a competitive advantage – those characteristics that create for the company a certain advantage over its competitors. These characteristics can be of different nature, treated as the company itself, its business activities, market activity, and additional services, forms of production, marketing and sales.

МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ
RELATIONSHIP MARKETING AS A MODERN CONCEPT OF MARKETING

УДК 658.8

Борисенко О.С.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет
Фісун Ю.В.
асистент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет

У статті досліджено термінологічні аспекти поняття маркетингу відносин, розглядається концепція маркетингу відносин, визначено основні передумови формування ефективного маркетингу відносин, наведено схему взаємозв'язку учасників ринку та видів взаємовигідних відносин та обґрунтовано процес планування маркетингу відносин на підприємстві.
Ключові слова: *маркетинг, взаємозв'язок, маркетинг відносин, концепції маркетингу, учасники ринку, планування.*

В статье исследованы терминологические аспекты понятия маркетинга отношений, рассматривается концепция маркетинга отношений, определены основные предпосылки формирования эффективного маркетинга отношений, приведена схема взаимосвязи участников рынка и видов взаимовыгодных отношений и обоснованно процесс планирования маркетинга отношений на предприятии
Ключевые слова: *маркетинг, взаимосвязь, маркетинг отношений, концепции маркетинга, участники рынка, планирование.*

The article examines terminological aspects of a definition of relationship marketing, studies a concept of relationship marketing, specifies main initial conditions of efficient relationship marketing, analyzes possible participants of mutually beneficial relations, gives a scheme of correlation of market participants and types of mutually beneficial relations and explains a process of enterprise relationship marketing planning.
Key words: *marketing, correlation, relationship marketing, concepts of marketing, market participants, planning.*

Постановка проблеми. В останні роки відбувається трансформація концепції маркетингу. Історія розвитку маркетингової діяльності свідчить, що спочатку на підприємствах впроваджувався класичний маркетинг, який полягає у маніпулюванні складовими комплексу маркетингу для впливу на поведінку споживачів з метою укладання угоди «купівлі-продажу». Причому всі відносини після здійснення трансакції закінчувалися і могли відновитися лише за особистим бажанням споживачів. Надалі набула популярності концепція конкурентного маркетингу, яка передбачає створення стабільних переваг над конкурентами через диференціацію продукту або цінове лідерство.

У сучасних умовах традиційний маркетинг не працює. Інформаційні компоненти маркетингової діяльності, дослідження, планування, комунікації – забезпечують «інтерактивний» режим взаємодії з ринком, споживачами. Як свідчать останні наукові дослідження, одним з першочергових завдань, які стоять перед підприємствами, є налагодження взаємовигідних довгострокових партнерських відносин, що пов'язано з необхідністю боротися практично за кожного споживача.

Таким чином, останнім часом більше уваги приділяється створенню взаємовигідних, довготермінових відносин між суб'єктами ринкової діяльності, тобто відбувається перехід до концепції маркетингу відносин. Загострення конкурентної боротьби призводить до того, що підприємства поступово починають змінювати маркетингову стратегію з традиційної на клієнтоорієнтовану.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Сьогодні можна констатувати, що, попри активне висвітлення різних аспектів концепції маркетингу відносин у науковій літературі, вона ще знаходиться на стадії становлення й відтак їй притаманні відсутність системності, термінологічна плутанина, неоднозначність трактування змісту основних понять, відсутність чітких класифікацій. Вагомий внесок у вивченні особливостей концепції маркетингу відносин в рамках загальної теорії маркетингу здійснено провідними зарубіжними науковцями, серед яких Стоун М., Вудкок Н., Мечтінгер Л., Котлер Ф., Гордон Дж., Вебстер Ф. та ін. В той же час вітчизняні та російські вчені, а саме – Штейн О., Тєлєтов О.С., Куршакова Н.Б., Лопатинська І., Черемушкін В., Халуєв К. та ін. – у своїх наукових працях досліджують окремі теоретичні та прикладні проблеми впровадження концепції маркетингу відносин на підприємствах.

У літературі концепція маркетингу відносин трактується по-різному. Деякі автори визначають маркетинг відносин, як сукупність практичних прийомів утримання споживачів [2; 3; 6; 7]. Інші розглядають маркетинг відносин, як сучасну концепцію маркетингу, наступну після концепції соціально-орієнтованого маркетингу [4]. Аналіз праць Ф. Котлера, Т. Амблера, П. Дойля, Я. Гордона, Ж.-Ж. Ламбена, П. Темпорала та М. Тротта, С. Куща, М. Мотіної, А. Столярова, С. Гаркавенко, Т. Примак та інших показує, що існує істотна термінологічна неузгодженість щодо визначення та розуміння маркетингу відносин.

Отже, автори використовують різні терміни для назви концепції маркетингу відносин: маркетинг відносин, маркетинг взаємовідносин, маркетинг взаємодії, маркетинг партнерських відносин, партнерський маркетинг, парадигма відносин, управління взаємовідносинами з покупцями, маркетингом стосунків тощо. Є неузгодженість думок окремих авторів щодо суб'єктів маркетингу відносин, а також типів ринків, на яких ці відносини формуються.

Цей ланцюжок термінологічних і змістовних розбіжностей не дозволяє надалі адекватно

використовувати конкретні інструменти реалізації концепції маркетингу відносин і тому вимагає поглибленого аналізу та уточнення змісту його складових.

На нашу думку, маркетинг відносин відображає взаємовигідний інтерес між підприємством і клієнтом.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сучасних особливостей маркетингу відносин та напрямів формування кола потенційних споживачів.

Відповідно до вищесказаного метою статті є огляд теоретичних підходів до визначення концепції маркетингу відносин, аналіз сутності, передумов та визначних особливостей даної концепції.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах турбулентного розвитку ринку та непередбачуваності зовнішніх детермінант діяльності ефективність виробництва та збуту продукції все більше залежить від характеру відносин між суб'єктами бізнес-середовища та збалансованості їх інтересів. Наявність численних проблем раціональної побудови організаційно-економічного механізму управління, інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності, використання сучасних методик планування та організації виробництва досить тісно пов'язана із недосконалістю маркетингової діяльності. На зміцнення ринкової позиції підприємства в сучасних умовах суттєво впливають процеси формування довгострокових, взаємовигідних відносин з учасниками маркетингового середовища. Це обумовлює актуальність науково-прикладних досліджень у сфері розробки та впровадження ефективного маркетингового інструментарію підприємств, зокрема, застосування концепції маркетингу відносин, з урахуванням принципів і особливостей розвитку відносин між суб'єктами ринку.

Загальні теоретичні основи концепції маркетингу відносин були розроблені у 1980-х рр. шведськими вченими у рамках промислового маркетингу, а вже до кінця 1990-х рр. був створений її прикладний інструментарій [2, с. 94]. У той же час, з огляду на новизну вказаної концепції, у науковій літературі існує широке поле підходів до визначення маркетингу відносин, які систематизовано в табл. 1.

Узагальнюючи представлені в табл. 1 підходи до визначення маркетингу відносин, можна зробити наступні висновки:

– маркетинг відносин вченими визначається, як система маркетингу, окрема сучасна концепція маркетингу, філософія ведення бізнесу та практична діяльність з підтримки тривалих привілейованих відносин між компанією та клієнтами;

– головною метою маркетингу відносин є встановлення довготривалих партнерських взаємовигідних конструктивних відносин між компанією та її споживачами;

– маркетинг відносин орієнтується в першу чергу на утримання існуючих, а не на залучення нових клієнтів;

– у маркетингу відносин робиться більший акцент на якості обслуговування та інноваціях, ніж у традиційній концепції маркетингу;

– науковцями підкреслюється індивідуалізація покупців та необхідність впровадження персоніфікованого підходу до їх обслуговування.

На теперішній час у літературі вирізняють поняття: маркетинг відносин, маркетинг партнерських відносин та маркетинг лояльності, зобразивши зв'язки між ними у вигляді схеми, показаної на рисунку 1 [4, с. 13; 7, с. 411-413]. Тому вважаємо за доцільне використовувати термін «концепція маркетингу відносин» як загальний термін, який охоплює два окремі (хоча, безперечно, взаємопов'язані) напрями формування системи двосторонніх зв'язків між різними учасниками процесу (рис. 1).

Отже, на наш погляд, концепцію маркетингу відносин необхідно трактувати, як формування довготривалих відносин співпраці і довіри між суб'єктами ринку з метою отримання двосторонньої вигоди.

Маркетинг партнерських відносин – процес створення довготривалих відносин співпраці між партнерами ринку на взаємовигідній основі, з метою підвищення ефективності виробничої і ринкової діяльності підприємства, отримання конкурентних переваг та розширення кола клієнтів.

Маркетинг лояльності – процес формування довгострокових відносин довіри між фірмою і клієнтами з метою створення додаткових цінностей для споживача та економічної вигоди для фірми.

Концепція маркетингу відносин, яку сьогодні досліджують багато теоретиків та практиків, характеризується раціональністю та можливістю підвищити ефективність у системі постачання, виробництва та розподілу продукції на будь-якому ринку. Незважаючи на те, що підприємства пристосовуються до впровадження нових технологій управління не досить швидкими темпами, регулювання взаємовідносин на основі маркетингових підходів є ефективним механізмом, який сприяє розвитку інтеграції учасників ринку для задоволення потреб споживачів.

Маркетинг відносин – це концепція управління взаємовідносинами між підприємствами, які беруть участь у створенні та розподілі продукції, на основі максимізації корисного ефекту від співпраці.

Сутність указаної концепції обумовлена розумінням того, що споживачі є основою функціонування будь-якої компанії та від ефективності відносин з ними залежить успіх не тільки самої організації, але й тих, хто співпрацює з нею, хто входить у дану систему маркетингової взаємодії.

Таблиця 1

Підходи щодо трактування маркетингу відносин

Автори	Запропонований термін	Зміст	З ким формуються відносини	Ринок
Котлер Ф.	Маркетинг відносин, маркетинг взаємовідносин	Маркетинг відносин – практика побудови довгострокових взаємовигідних відносин із ключовими споживачами з метою встановлення тривалих привілейованих відносин на підставі надання їм додаткової цінності.	Споживачі та інші зацікавлені особи, споживачі за інші партнери	Ринок промислових товарів
Гордон Дж.	Маркетинг партнерських відносин, маркетинг взаємодії,	Під маркетингом партнерських відносин зазвичай розуміють безперервний процес визначення і створення нових цінностей при безпосередній участі індивідуального споживача, а потім сумісного отримання і розподілу вигоди від цієї діяльності.	Індивідуальні покупці(є певні протиріччя)	Ринок промислових товарів
Ламбен Ж.-Ж.	Маркетинг відносин	Маркетинг відносин є системою маркетингу, яка прагне встановити тривалі і конструктивні зв'язки з покупцями на відміну від маркетингу угод, що має більш короткострокову орієнтацію і направлений на негайні продажі. В маркетингу відносин джерело прибутку – клієнт, а не товар і не марка, тому залучення нових клієнтів розглядається як проміжна мета. Підтримувати і розширювати коло споживачів – це головна мета в рамках встановлення взаємовигідних відносин.	Споживачі	Ринок промислових товарів
Столяров А.	Партнерський маркетинг	Довготермінова та взаємовигідна взаємодія суб’єктів виробництва та споживання послуг на основі безперервного індивідуалізованого процесу щодо сумісного з партнерами створення цінностей та наступного сумісного розподілення між ними отриманої вигоди	Партнери	Ринок послуг
Темпорал П.	Управління взаємовідносинами з покупцями	Під термінами маркетинг взаємовідносин з покупцями, маркетинг партнерських відносин або просто маркетинг відносин приховуються локальні програми типу надання знижок постійним клієнтам, що не є істинним управлінням взаємовідносинами з покупцями	Індивідуальні покупці	Ринок споживчих товарів
Доль П.	Маркетинг партнерських відносин	Угоди, які постійно укладаються між сторонами протягом тривалого періоду часу	Партнери	Ринок споживчих товарів
Гаркавенко С.	Маркетинг стосунків	Передбачає спрямованість маркетингової діяльності фірми на встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами	Потенційні клієнти	Для будь-якогоринку
Примак Т.	Концепція маркетингу відносин, маркетинг утримання клієнтів	Вирізняє поняття маркетингу відносин та маркетингу утримування клієнтів. Причому останнє розглядається як складова концепції маркетингу відносин і полягає у формуванні лояльності споживача	Кінцеві споживачі	Для будь-якогоринку
Стрій Л.	Маркетинг відносин	Це філософія маркетингу, спрямована на встановлення, підтримку і зміцнення взаємовигідних відносин співробітництва з усіма учасниками процесу планування, виробництва і розподілу товарів, послуг і інформації з метою забезпечення тривалого процвітання підприємства, підтримки і поліпшення благополуччя його партнерів, споживачів і суспільства в цілому	Усі учасники ринку	Для будь-якогоринку

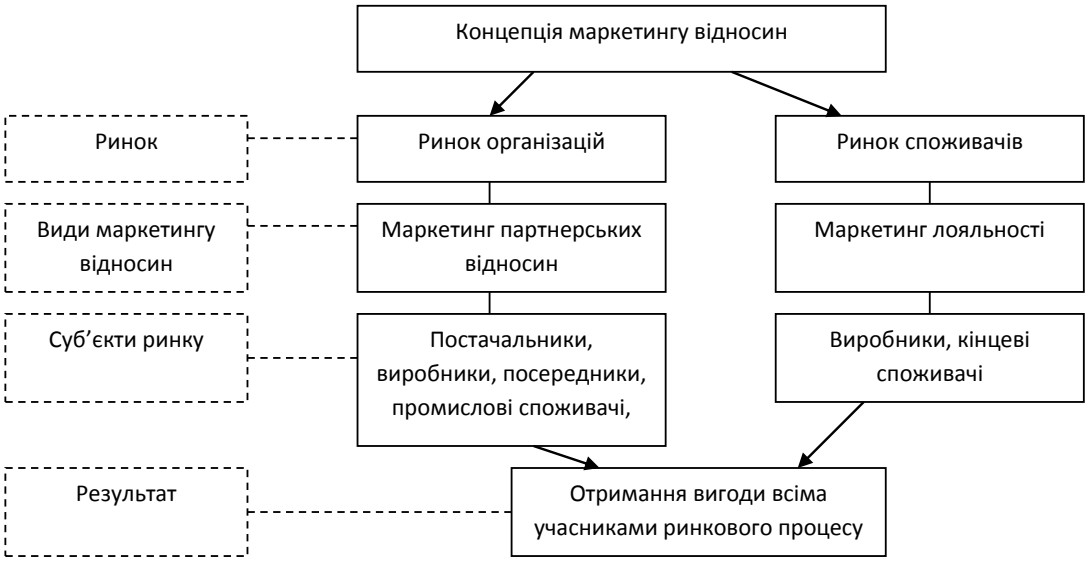


Рис. 1. Структура концепції маркетингу відносин

Дійсно, у сучасних умовах гострої конкуренції та насичення ринку саме від вибору клієнтів залежить результативність діяльності підприємства, тобто споживачі стають основними джерелами створення вартості, а їх вибір перетворюється на дуже цінну інвестицію, що визначає вартість і ефективність роботи підприємства.

Для більш повного розуміння сутності маркетингу відносин, були систематизовані основні особливості та відмінності даної концепції від традиційного маркетингу угод, які полягають у:

– максимально повному задоволенні запитів споживачів та формуванні нових потреб споживачів в перспективних продуктах на основі розуміння їх інтересів, переваг і привабливості;

– прагненні налагодити довготривалі партнерські взаємовигідні конструктивні відносин між підприємствами та його споживачами;

– збереженні довіри та позитивного відношення споживача до виробника;

– орієнтації підприємства на системну й комплексну роботу зі споживачем, постійне підтримання відносин зі споживачами та перетворення їх на лояльних споживачів, встановлення зворотного зв'язку зі споживачами (за допомогою безпосереднього спілкування, телефону, факсу, e-mail, чату, традиційної пошти), інформаційна підтримка якого технологічно забезпечена наявністю програмних продуктів і клієнтських баз даних [8, с. 118];

– фокусуванні підприємств на високій якості обслуговування – стандарти якості обслуговування, завдяки детальному опису вимог до кожного етапу бізнес-процесу, дозволяють з одного боку, розробити систему критеріїв оцінки діяльності та мотивування працівників, з іншого – підвищити рівень довіри споживачів до якості продукції [9];

– застосуванні підприємством персоніфікованого підходу до формування власної асортиментної політики як важливіших інструментів розвитку взаємовідносин зі споживачами;

– переході від трансакційного до недискретного маркетингового процесу, внаслідок створення структурних зв'язків, які полегшують взаємодію зі споживачами, наприклад, забезпечення клієнтів засобами електронного зв'язку;

– створенні корпоративної філософії «орієнтація на клієнта», згідно якої співробітники підприємства мотивовані та відповідальні за побудову і поглиблення партнерських відносин зі споживачами [5, с. 43];

– активному впровадженні сучасних інформаційних технологій, здатних створювати і постійно оновлювати бази даних про клієнтів та захищати їх приватну інформацію.

Отже, необхідність появи такого принципово нового підходу до ведення бізнесу обумовлена, насамперед, лавиною конкуренції аналогічних товарів і послуг, що обрушилася на сучасного споживача. Величезна пропозиція стандартизованих товарів змусила покупця робити свій вибір виходячи не з якості товару та його ціни, а на основі якості обслуговування і особистих відносин. Саме цим і визначається вирішальна роль використання нових альтернативних методик маркетингу в діяльності компанії, що функціонує на сучасному ринку.

Саме тому в даному випадку необхідно говорити про взаємодію маркетингу, спрямованого на створення і просування технологій споживання і маркетингу, заснованого на побудові відносин, тобто про суміщення когнітивного маркетингу та маркетингу взаємин. Більше того, сучасний маркетинг повинен бути представлений маркетингом відносин, який враховує споживчі технології. У рамках

маркетингу взаємовідносин витрати залучення й утримання споживача багато в чому визначаються цінністю самого споживача для виробника або компанії в цілому. Саме тому в умовах зростаючої конкуренції основне завдання підприємства зводиться не стільки до задоволення своїх потреб і потреб споживача скільки до встановлення з ними міцних взаємозв'язків.

На забезпечення стійких зв'язків між партнерами, споживачами та компанією спрямовані інструменти маркетингу відносин, які наведено на рис. 2.

Таким чином, для концепції маркетингу відносин когнітивний підхід має вирішальне значення, оскільки цей вид маркетингу головним чином орієнтований на побудову довгострокових відносин з метою задоволення потреб споживача за допомогою вивчення особливостей його поведінки.

Також у рамках маркетингу відносин для залучення клієнтів і трансформації їх на лояльного споживача, з метою зниження та контролю витрат залучення й утримання в маркетинговому управлінні підприємства необхідно акцентувати увагу на формуванні довіри в комунікативному процесі між підприємством і споживачем, оскільки саме на довірчій основі можливі побудова та підтримка довгострокових відносин. Таким чином, успішний маркетинг відносин вимагає прихильності й довіри [1, с. 246]. Отже, на основі визначення змісту і структури довіри можна виділити три основні рівні сформованості довіри в системі ціннісної орієнтації споживача та визначити структуру моделі, яка представлена на рис. 3.

Таким чином, модель «довіри» складається з трьох етапів: перший етап, когнітивний, націлений на актуалізацію значущості вивчення і використання способів формування довіри між суб'єктами процесу взаємин; другий етап, емоційний, спрямований на формування адекватних знань і навичок щодо реалізації механізму формування довіри між суб'єктами процесу взаємин; третій етап, поведінковий, сприяє реалізації власних знань і навичок формування довірчих відносин між суб'єктами процесу взаємодії, коли відбувається перехід сприйняття інформації з рівня значення на рівень творчого сенсу.

Отже, створення ефективної системи управління взаємовідносинами підприємств з клієнтами може бути джерелом додаткових конкурентних переваг, оскільки саме вбудовані в організацію управлінські компетенції, а не доступність фізичних і матеріальних ресурсів, виступають в якості визначального конкурентоспроможного чинника на ринку.

Моделі управління відносинами, орієнтовані на аналіз структури відносин та аналіз залучених сторін, більше інших пов'язані з концептуалізацією маркетингу відносин і позначення його, як нової

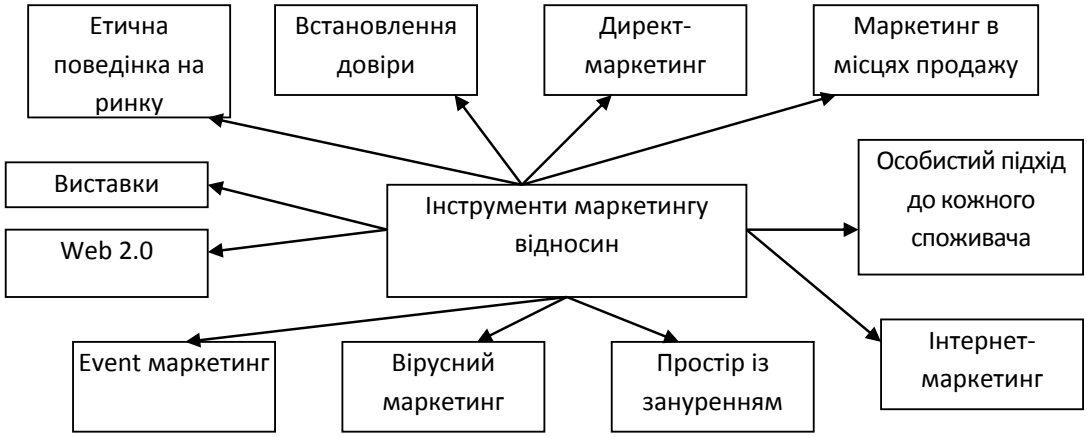


Рис. 2. Інструменти маркетингу відносин

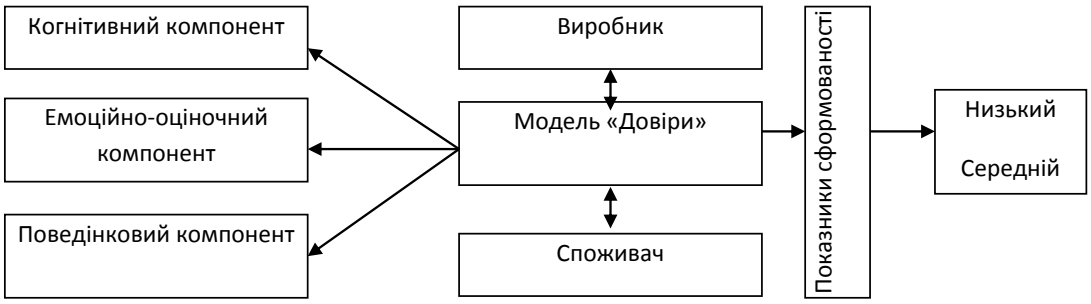


Рис. 3. Структура моделі «довіри» в рамках маркетингу відносин

маркетингової концепції. На практиці аналіз структури відносин у рамках управління маркетинговими відносинами зводиться до управління портфелем споживачів, тобто сукупністю взаємин, що виникають протягом аналізованого періоду часу у компанії зі споживачами її продукції та послуг.

Планування маркетингу відносин – це складний та доволі трудомісткий процес, оскільки у ньому повинні бути задіяні працівники, чиї функціональні обов'язки певною мірою різняться між собою [1, с. 310].

Саме тому, планування маркетингу відносин сприятиме формуванню сталих структурних зв'язків між підприємствами, оскільки цей процес є багатоаспектним та включає в себе оцінювання взаємовідносин кожною зі сторін взаємодії. Це позитивно впливатиме на хід та розвиток співпраці та гарантуватиме можливості коригувати певні слабкі аспекти діяльності за рахунок лояльності та постійності у відносинах.

Отже, в маркетингу відносин на початковому етапі планування відбувається систематизація даних про співпрацю із учасниками бізнес-процесів, яка збиралася протягом усього періоду налагодження із ними взаємовідносин. За такого підходу, якими б не були загальні цілі діяльності підприємства, маркетингова складова управління будує винятково маркетингові перспективи та визначає такий перебіг подій, якого потребує ринок, а не окрема фірма. Зважаючи на вищезазначені особливості планування маркетингу відносин, можна відзначити певні його особливості: довгостроковість, залучення до планування усіх ланок управління, а також різний ступінь інтегрованості. Проте, програми щодо утримання та управління ними можуть бути орієнтованими лише на довгострокову перспективу.

Зважаючи на присутність високого ризику прогнозування внаслідок впливу різних факторів, обов'язковим повинен стати принцип гнучкості та оперативності у врегулюванні можливих проблемних ситуацій, тобто, планування, реалізація та контроль у маркетингу відносин повинні здійснюватися як вищою, так і нижчими ланками управління.

Сьогодні підприємства мають змогу оперувати великим потоком інформації, проте, можливості її систематизації та аналізу обмежені та створюють ризики при прийнятті управлінських рішень. Розробці стратегічних альтернатив у плануванні маркетингу відносин повинне передувати формулювання завдань у різних напрямах діяльності, оскільки саме вони і визначають майбутній розвиток співпраці із ринковими учасниками.

Отже, результатом планування маркетингу відносин має бути сформований склад ринкових партнерів, співпраця із якими будується на принципах взаємовигідності та перспективності розвитку. Їх кількість повинна бути економічно обґрунтованою та достатньою для того, щоб сформувати максимальну цінність для кінцевого споживача.

Висновки з проведеного дослідження. Хоча маркетинг відносин будує для підприємств низку переваг для ефективного функціонування у майбутньому, сьогодні існують певні проблеми, які стоять на заваді розвитку та впровадження даної концепції: відсутність коштів та ресурсів для реалізації навіть найважливіших проектів; низький рівень професійної підготовки персоналу; недостатній рівень розвитку маркетингових досліджень та відсутність практики планування та прогнозування; неготовність персоналу реалізовувати спільні програми та проекти; високий рівень розінтегрованості суб'єктів ринку. Проте, попри існування низки зазначених проблем, підприємства повинні цілеспрямовано та систематично поглиблювати рівень маркетингової культури серед власних працівників, розвивати теоретичні та практичні навики у галузі маркетингу відносин та створювати всі необхідні умови для поглиблення кооперації підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чухрай Н., Криворучко Я. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-пертнерами: Монографія / За наук. ред. Н.Чухрай. – Львів: «Растр – 7», 2008. – 358 с.

2. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж. Касліоне; під ред. Т.В. Співаковської та С.В. Співаковського: пер. с англ. – К.: Хімджест, ПЛАСКЕ. – 2009. – 208 с.

3. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ламбен. – СПб. : Питер, 2008 – 800 с.

4. Столяров А. С. Развитие партнерских отношений в маркетинговом управлении организаций профессионального образования // Автореф. дисс… д-ра экон. наук. – М., 2007. – 24 с.

5. Примак Т. Від маркетингу відносин до маркетингу утримування клієнтів // Маркетинг в Україні. – 2006, № 3. – С. 42–44.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2015. – 488 с.

7. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : учеб. для слушателей, обучающихся по программе «Мастер делового администрирования» / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; [пер. с англ. под. ред. В. Б. Колчанова]. – 2-е изд. – М. : Питер, 2014. – 718 с.

8. Будрин А. Г. Методология формирования и управления взаимоотношениями предприятий на рынке на основе концепции маркетинга: монография / А. Г. Будрин. – СПб. : Изд-во Политехнического ун-та, 2008. – 248 с.

9. Болотна О. В. Маркетинг взаємовідносин як сучасна концепція маркетингу [Електронний ресурс] : наукова стаття / О. В. Болотна // Траектория науки. – 2015. – № 2-3. – 0,97 авт. арк. – Режим доступу: http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/16

REFERENCES:

1. Chukhrai N., Kryvoruchko Ya. Otsiniuvannia i rozvytok vidnosyn mizh biznes-pertneramy: Monohrafiia / Za nauk.red. N.Chukhrai. – Lviv: “Rastr – 7”, 2008. – 358 s.
2. Kotler F. Khaotyka: upravlinnia ta marketynh v epokhu turbulentnosti / F. Kotler, Dzh. Kaslione; pid red. T.V. Spivakovskoi ta S.V. Spivakovskoho: per. s anhl. – K.: Khimdzhest, PLASKE. – 2009. – 208 s.
3. Lamben Zh. Menedzhment, oryentyrovannыi na rыnok / Zh. Lamben. – SPb. : Pyter, 2008 – 800 s.
4. Stolyarov A. S. Razvitie partnerskikh otnosheniy v marketingovom upravlenii organizatsiy professional'nogo obrazovaniya // Avtoref. diss… d-ra ekon. nauk. – M., 2007. – 24 s.
5. Prymak T. Vid marketynhu vidnosyn do marketynhu utrymuvannia kliientiv // Marketynh v Ukraini. – 2006, # 3. – S. 42–44.
6. Kotler F. Osnovy marketinga : kratkiy kurs / F. Kotler ; per. s angl. – M.: Vil'yams, 2015. – 488 s.
7. Lamben, Zh.-Zh. Menedzhment, orientirovannyy na rynok : ucheb. dlya slushateley, obuchayushchikhsya po programme «Master delovogo administrirovaniya» / Zh.-Zh. Lamben, R. Chumpitas, I. Shuling ; [per. s angl. pod. red. V. B. Kolchanova]. – 2-e izd. – M. : Piter, 2014. – 718 s.
8. Budrin A. G. Metodologiya formirovaniya i upravleniya vzaimootnosheniyami predpriyatiy na rynke na osnove kontseptsii marketinga: monografiya / A. G. Budrin. – SPb. : Izd-vo Politekhnicheskogo un-ta, 2008. – 248 s.
9. Bolotna O. V. Marketynh vzaiemovidnosyn yak suchasna kontseptsiia marketynhu [Elektronnyi resurs] : naukova stattia / O. V. Bolotna // Traektoryia nauky. – 2015. – # 2-3. – 0,97 avt. ark. – Rezhym dostupu: http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/16

Borysenko O.S.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University
Fisun Yu.V.
Assistant Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University

RELATIONSHIP MARKETING AS A MODERN CONCEPT OF MARKETING

Traditional marketing does not work in modern conditions. Information components of marketing activity, investigations, planning, and communications provide “interactive” mode of correlation with a market, costumers. One of primary allowed tasks at the enterprises is building long-term mutually beneficial cooperation relationships that is not connected with a necessity of fighting practically for every costumer.

That is why a purpose of the investigation is defining of modern peculiarities of relationship marketing and directions of forming of a circle of potential customers, namely we made a survey of theoretical approaches to definition of a concept of relationship marketing, an analysis of essence, initials conditions and peculiarities of this concept.

For this reason, in our opinion, a concept of relationship marketing shall be defined as forming of long-term relations of cooperation and trust between market subjects, aiming in gaining mutually benefits.

The matter of the given concept is conditioned by understanding that customers are a basis of functioning of each company and efficiency of relations with them influence a success not only the organization but those ones who cooperate with it, who are included to this system of marketing cooperation.

Regarding availability of a high risk of forecasting as a result of influence of different factors, a principle of flexibility and operational efficiency in regulation of possible problematic situations, namely, planning, realization and control in relationship marketing, shall be obligatory.

So, planning of relationship marketing shall result in formed team of partners, cooperation with whom is built on principles of mutually benefits and prospects of development.

Whereas relationship marketing builds a number of advantages for efficient functioning in future for the enterprises, today there are certain problems that discourage development and implementation of this concept. However regardless of range of problems, enterprises should increase a level of marketing culture among employees purposefully and regularly, develop theoretical and practical skills in relationship marketing branch and create all necessary conditions for increase of enterprise cooperation.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПОТОКІВ СКЛАДСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

DIRECTIONS OF PERFECTION OF FUNCTIONING OF LOGISTIC STREAMS OF WARE-HOUSE ECONOMY

УДК : 658.7:65.012.34

Вавулін О.І.
к.е.н., доцент кафедри логістики та виробничого менеджменту
Сумський національний аграрний університет

У статті розглянуті напрями вдосконалення функціонування логістичних потоків складського господарства. Обґрунтовані конструктивні рішення підвищення ефективності використання складської інфраструктури. Розглянуті напрями вдосконалення функціонування логістичних потоків складського господарства . Запровадження CRM-системи на підприємстві дозволяє отримати суттєвий ефект вже у перший рік.
Ключові слова: *склад, складська логістика, логістичні потоки, матеріальний потік, постачальники, дилери, споживачі.*

В статье рассмотрены направления усовершенствования функционирования логистических потоков складского предприятия. Обоснованы конструктивные решения повышения эффективности использования складской инфраструктуры. Рассмотрены направления усовершенствования логистических потоков складского хозяйства. Внедрение CRM-системы на предприятии позволяет получить существенный еффект уже в первый год.
Ключевые слова: *склад, складская логистика, логистические потоки, материальный поток, поставщики, дилеры, потребители.*

In the article the considered directions of perfection of functioning of logistic streams of ware-house economy. Reasonable structural decisions of increase of efficiency of the use of ware-house infrastructure. Considered directions of perfection of functioning of logistic streams of ware-house economy . of Input CRM –systems on an enterprise allows to get a substantial effect already in the first year.
Key words: *composition, ware-house logistic, logistic streams, material stream, suppliers, dealers, consumers.*

Постановка проблеми. З розвитком ринкових відносин в Україні вітчизняним підприємствам доводиться витримувати жорстку конкуренцію як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Матеріально-технічну базу забезпечення виробництва необхідними ресурсами представляє складське господарство. Також варто зазначити, що особливої актуальності логістика складування набуває в сучасних умовах ринкової трансформації економіки України. У вузькому сенсі поняття логістика включає організацію, планування і управління транспортними, постачальницькими, складськими операціями і різними комунікаціями компанії. Проте, у ширшому сенсі під логістикою розуміється організація взаємодії і спільне планування різнорідних за своєю природою господарських процесів і систем [10, с. 250].

Управління й організація діяльністю підприємств у сучасних умовах не можуть відбуватися без використання логістичного підходу. У цьому контексті визначення місця логістичних систем в управлінні вітчизняних підприємств з метою ефективної й раціональної організації матеріальних та інформаційних потоків є вельми актуальним. У сучасних умовах дуже важливим є вивчення ринку постачання ресурсів, контроль матеріалів і готових виробів, удосконалення систем матеріально-технічного й інформаційного забезпечення підприємств на основі логістичного підходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективності функціонування складського господарства присвячені роботи вчених: Артурова Я.А. [1], Бодрякова Р.С. [3], Бутова А. [4], Гаджинського А.М. [5], Забарова Д. [6], Козлов Е. [7], Крикавського Є.В. [8], Лаврова Н.П. [9], Кислого В.М. [10], Мильнера Б.З. [11]. Крім цього існує потреба більш глибоких досліджень обґрунтування напрямів вдосконалення функціонування логістичних потоків складського господарства.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення підходів до проблеми організації складського господарства та методів, які пов’язані з ефективною організацією складського технологічного процесу і обробки інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі зберігання товарів на складі, підготовки їх до відвантаження і виконання інших складських операцій виникають товарні втрати. Слід розрізняти допустимі товарні втрати, на які встановлюються норми, і недопустимі, які відносяться до втрат, що актуються. На складах, де раціонально здійснюється операції з прийому, зберіганню і відвантаженню товарів, їх втрати зведені до мінімуму.

Ідея зі зменшення втрат полягає у наступному: якщо якась дія, операція або процес не додає цінності продукту з точки зору клієнта, то ця дія, операція або процес розглядаються як втрати, що приносять збитки компанії. Класично всі втрати діляться на сім категорій: процеси, що ведуть до надвиробництва; процеси, що наводять до надлишку запасів; процеси, що створюють дефекти; процеси, що містять зайві рухи; процеси зайвої обробки; процеси очікування; процеси зайвого транспортування. Головними логістичними задачами складської системи складського господарства є наступні: раціональне планування складу; ефективне використання складської площі при розстановці обладнання; використання універсального обладнання; мінімізація маршрутів внутрішнього перевезення

товарів; використання централізованої доставки; максимальне використання можливостей інформаційних систем. Поряд з призначенням складу можна розглянути основні його функції: перетворення виробничого асортименту у торговельний мережі згідно попиту споживачів; забезпечення відповідної інтенсивності матеріальних потоків; забезпечення концентрації товарних запасів і їх зберігання; досягнення синхронності технологічного процесу; формування партій товарів; надання комплексу послуг: підготовка товарів до продажу, перевірка кількості і якості, транспортно-експедиційні операції. Логістичний процес складу пропонують ділити на три частини: операції, які спрямовані на координацію служби закупівлі; операції, що безпосередньо пов'язані з переробкою вантажів і оформленням відповідної документації; операції, що спрямовані на координацію служби продаж.

На рис. 1. визначені основні, на нашу думку, напрями вдосконалення діяльності складського господарства. Всі вини відносяться до сучасної логістичної концепції управління «JIT», яку на сьогодні запроваджують досить багато підприємств у сфері діяльності нашого підприємства. Якщо логістичний процес складу за концепцією «JIT» дійсно представити у вигляді трьох частин, то основними його завданнями будуть наступні: забезпечення запасами, контроль за постачанням, розвантаження і приймання вантажів, внутрішнє транспортування, складування і зберігання, комплектація замовлень і відвантаження, транспортування і експедиція замовлень, збір і доставка порожньої транспортної тари, інформаційне забезпечення складу, контроль за виконанням замовлень, забезпечення вчасного обслуговування клієнтів. До основних задачі, які необхідно вирішити на складах складського господарства , ми віднесли: скорочення простою транспортних засобів; скорочення часу на складську вантажопереробку; максимальне використання складських потужностей; оптимізація партії зберігання та відправлення; швидке виконання замовлень.

Рис. 1. Координація діяльності суміжних служб на складі складського господарства

Джерело: опрацьовано автором на основі [10]

Досить багато постачальників та споживачів послуг та продукції складського господарства встановлюють жорсткі штрафні санкції, якщо їхні вантажівки довго простоюватимуть, очікуючи завантаження. Ураховуючи те, що логістичний процес на складі є досить складним, це вимагає повної узгодженості функцій поповнення матеріальних запасів, переробки матеріального потоку та фізичний розподіл замовлень. Провівши дослідження руху логістичних потоків на складі, ми пропонуємо «тягнучу» систему управління складським господарством. Тобто інформаційний потік (конкретне замовлення) має передувати матеріальному. Основними перевагами цієї системи є пришвидшення матеріального потоку в середньому в 2-3 рази за рахунок: зменшення часу простою транспортного засобу, який вже не залежить від руху матеріального потоку, а тільки від часу, необхідного на завантаження; скорочення часу простою транспортного засобу за рахунок паралельного руху фінансового (оформлення документів) та матеріального потоку; клієнти обслуговуються за принципом «FIFO» (First In, First Out) – відповідно до якого ТМЦ, поставлені на облік першими, вибувають із обліку теж першими.

Таке пришвидшення матеріального потоку дало б можливість його здешевити, а основне – покращити обслуговування, що може мати стратегічне значення в подальшій співпраці. Також ми пропонуємо разом з тягнучою системою управління складським господарством використовувати радіочастотну ідентифікацію товарів (RFID). Ця система з'явилася порівняно недавно і в даний час на українських складах лише починає використовуватися, проте, успішний досвід впровадження цієї системи низкою великих компаній у Європі (зокрема, в Італії і Німеччині) дозволяє зробити висновок, що незабаром широке застосування системи RFID розпочнеться і в Україні. Система RFID складається з трьох елементів – мітка (tag), антена (reader) і комп'ютер. У позначку заносяться необхідні дані про вантажну одиницю, після чого дані позначки можуть передаватися в комп'ютер за допомогою антени. [3]

Переваги RFID: дані ідентифікаційної позначки можна змінювати і доповнювати; на позначку можна записати набагато більше даних у порівнянні зі штрих-кодом; дані на мітці можуть бути засекречені; радіочастотні мітки довговічніші; розташування позначки не має значення для зчитування (позначка може знаходитися всередині короба або піддону); мітка краще захищена від впливу навколишнього середовища; позначки можуть бути багаторазового використання; при використанні RFID з'являється можливість контролювати переміщення вантажу. Але запровадження технології RFID без зміни загальної концепції управління та роботи з споживачами не принесе нам особливих переваг. Тому ми пропонуємо для складського господарства запровадити CRM- систему.

CRM-система (Customer Relationship Management) – це система управління взаємовідносинами з клієнтами, яка є автоматизованим програмним продуктом. З її допомогою відбувається збереження необхідної внутрішньої та зовнішньої потокової інформації з метою подальшого аналізу і пошуку способів якнайкращого задоволення потреб споживачів (рис. 2).

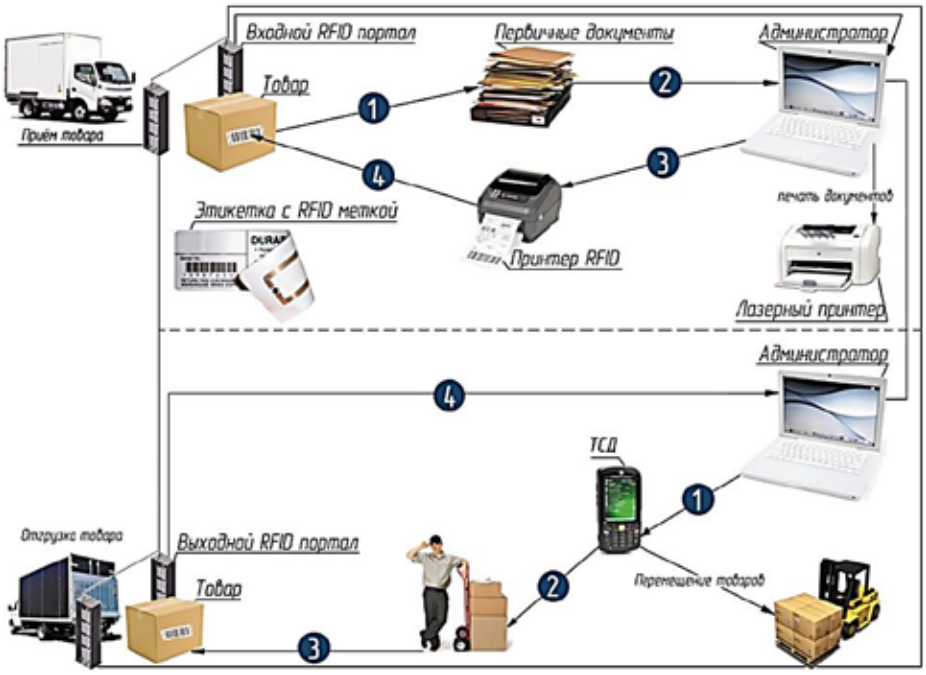


Рис. 2. Автоматизація управління складом на основі технології RFID*

*RFID – радіочастотна ідентифікація

Джерело: опрацьовано автором на основі [13]

Найчастіше у діяльності господарських суб'єктів використовують наступні програмні продукти CRM: Oracle, Microsoft Dynamics CRM, ASoft CRM, BPMonline CRM, BS CRM, 1C та ін. Ці CRM-продукти призначені для поточної реєстрації та відображення інформації в режимі реального часу [16]. Як правило, робота з програмними продуктами CRM знаходиться в межах компетенції планово-економічного, маркетингового та логістичного підрозділів підприємства. Для кращого розуміння переваг CRM-системи в діяльності підприємства зробимо порівняння бізнес-моделі з CRM-системою і без неї (табл. 1).

Як бачимо, використання CRM-системи повинне покращувати процес функціонування нашого підприємства. Перспективи CRM-проекту: можливість отримання актуальної інформації; автоматизована обробка інформації; збільшення швидкості документообігу; можливості оперативного планування виробництва та збуту. Основне завдання CRM-проекту – створення функціональної бази даних для швидкого доступу зі всіх виробничих підрозділів. Стратегічні цілі проекту для складського господарства до 2017 року передбачають: протягом 1 кварталу 2017 року – планування роботи, навчання і робота з персоналом, модернізація існуючої виробничо-технологічної бази до вимог нового виробництва; протягом 2 кварталу 2017 року – створення комунікаційного ланцюга та укладання договорів з постачальниками та споживачами на принципах зворотного зв'язку; старт проекту: 3 квартал 2017 року.

Раціональним рішенням щодо фінансового забезпечення проекту є варіант використання власних коштів. Кредитні ресурси у даному випадку є неефективні, оскільки знижують рентабельність нашого бізнесу.

Щодо матеріально-технічного забезпечення варто обрати варіант, який полягає в пошуку нових контрагентів для постачання необхідного для створення CRM-системи програмного забезпечення та обладнання. Власними силами виготовляти обладнання невигідно через додаткові невиправдані витрати на їх виготовлення та через неефективні затрати робочого часу.

Потрібно здійснити перекваліфікацію існуючого персоналу до потреб нової автоматизованої виробничої системи. Розрахунок економічного ефекту CRM-проекту складається з двох частин: 1. Розрахунок розміру інвестицій; 2. Розрахунок результатів проекту.

Розрахунок розміру інвестицій – це витрати на: ліцензії, консалтинг, налаштування системи, дослідну експлуатацію, ресурси та обладнання.

CRM проект відноситься до короткострокових інвестиційних проектів (1-3 роки). Впровадження CRM (починаючи від консалтингу і закінчуючи впровадженням системи) у середньому займає 5 місяців. Завершення проекту – це нульова точка інвестицій, коли компанія припиняє будь-які виплати за проектом. Отже, додатковий дохід – це різниця між доходом після впровадження CRM-проекту і середнім рівнем доходу до впровадження

Дохід компанія починає отримувати одразу після впровадження системи за рахунок автоматизації. Це не максимальний обсяг доходу, тому що компанії ще необхідно пройти процес впровадження змін: удосконалити роботу відділу продажів: оновити процеси, проводити аналіз і контроль, тобто робити послідовно зміни, які принесе з собою проект.

Аналітична CRM-система для компаній середнього бізнесу, а також для компаній малого бізнесу з потребою спільної роботи необхідної кількості користувачів в єдиній інформаційній базі, дозволяє автоматизувати всі бізнес-процеси компанії відповідно до концепції CRM, включаючи відділи закупівель, продажів, маркетингу, сервісного обслуговування та служби якості, а також управляти бізнес-процесами (BPM) на всіх етапах взаємодії з клієнтами і всередині організації. Можливе розширення кількості робочих місць користувачів в залежності від потреб організації.

Функціональні можливості автоматизації процесів взаємовідносин складського господарства з клієнтами:

1. Управління клієнтською базою. Збір всіх даних про клієнтів в єдину клієнтську базу компанії, докладна характеристика про кожного клієнта і контактну особу, розширена аналітика по клієнту, можливість швидкого введення і доступу до інформації про клієнта.

2. Управління контактами з клієнтами, облік історії контактів з клієнтами, реєстрація потреби клієнтів, оперативна передача інформації між співробітниками, планування контактів, зустрічей.

Таблиця 1

Порівняння бізнес-моделі з CRM-системою і без неї

CRM-система	
Присутня	Відсутня
Гнучкість та адаптація до потреб ринку	Повільна адаптація до потреб ринку
Оптимізація витрат на маркетингові заходи	Зростання витрат на маркетингові заходи
Швидкий доступ до інформації	Уповільнений доступ до інформації

Джерело: авторське дослідження

3. Управління робочим часом (тайм-менеджмент). Планування і контроль за виконанням доручень, координація роботи в часі між співробітниками, система нагадувань.

4. Управління продажами. Управління етапами продажу на основі єдиних шаблонів проведення продажу клієнтові, створення типових шаблонів з продажу унікальних для компанії, механізм оперативного управління та аналізу циклу продажів – «воронка продажів».

5.Управління маркетингом. Виділення сегментів клієнтів, можливість формувати розсилки електронних листів, проводити телефонні обдзвони, як за сегментами клієнтів (за допомогою майстрів), так й індивідуально. Можливість проводити компанію з пошуку нових клієнтів – «холодні обдзвони» із завантаженням клієнтської бази із зовнішніх файлів різних форматів. Полегшення виконання рутинних операцій, інтеграція з електронною поштою, переднастроєні звіти, автоматичне виставлення рахунків на оплату і відправлення їх по електронній пошті, пошук двійників клієнтів, групова обробка клієнтів, фільтри.

6. Юзабіліті. Відображення інформації на «робочих столах», можливість вибору необхідних в роботі інформаційних блоків, приховування непотрібної або надлишкової інформації, спливаючі інформаційні банери.

7. Інтеграція з іншими системами. Система має можливості взаємодії з іншими програмами та забезпечує: двосторонній обмін даними з програмою «1С: Підприємство 8. Бухгалтерія для України» (вивантаження в бухгалтерську програму рахунків на оплату, контактної інформації про клієнта; завантаження з бухгалтерської програми всіх взаєморозрахунків по клієнту: фактичні оплата і відвантаження); завантаження адресних класифікаторів та іншої довідкової інформації; завантаження даних з зовнішніх файлів різних форматів (текстових, MS Excell); персоніфікована розсилка sms повідомлень через сервіс «SMS4B».

8. Аналітичні звіти. Багатофакторний аналіз контактів і продажів, аналіз стану роботи з клієнтами, «воронка продажів», звіти з виконавської дисципліни співробітників, розширений аналіз клієнтської бази і т.д.

9. Захист інформації. Розмежування прав доступу до інформації для користувачів на рівні об'єктів, а також обмеження по можливості роботи в програмі: через інтернет, тільки в офісі, через інтернет і в офісі [2].

Вартість версій «СТАНДАРТ» та «ПРОФ» на 1 рік відповідно 4,3 тис. грн і 7,5 тис. грн. Оскільки програмне забезпечення встановлюється на всі комп'ютери та сервери, що обслуговують виробництво та суміжні процеси, то необхідно придбати 6 і 3 ліцензій відповідно. Сукупна вартість ліцензій складе 47,7 тис. грн на рік. Дослідна експлуатація CRM-системи – це можливість випробувати функціональність та ефективність нових інформаційних потоків в реальних бізнес-умовах. Ця стадія є завершальною для будь-якого виробничого проекту. Для перевірки дієздатності системи ми повинні порівняти час обробки бази даних з проектом і без нього та співставити зі зростанням потенційного попиту на продукцію підприємства. У період дослідної експлуатації потрібно відстежити зв'язок на 6 наступних рівнях, що подані на рис. 3.

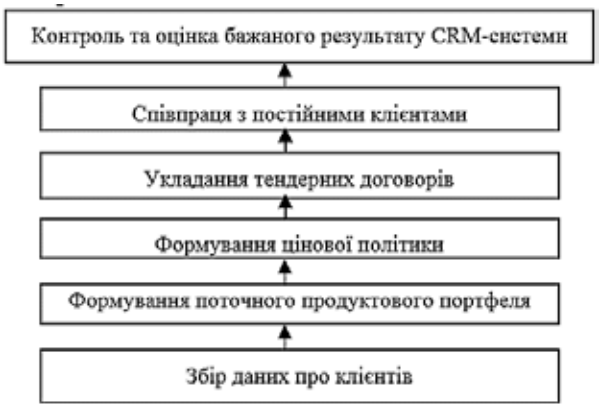


Рис. 3. Рівні дослідної експлуатації CRM-системи складського господарства

Джерело: опрацьовано автором на основі [7]

Для інформатизації буде встановлено ряд автоматизованих систем таких, як: машини і апарати, що виробляють продукцію чи реалізують технологічні процеси: обладнання для складання і складальні лінії, обладнання міжопераційного транспортування, системи пакування, преси, роботи і т.д.; контрольно-вимірювальне обладнання на технологічних машинах і апаратах та системи візуалізації перебігу технологічних процесів;

1) виконавчі механізми: клапани, двигуни, приводи, засувки, насоси і насоси-дозатори;

2) пристрої керування: програмовані логічні контролери, промислові комп'ютери, операторські панелі;

3) програмне забезпечення процесів: програмне забезпечення контролерів, HMI/SCADA, розподілених систем керування (DCS);

4) засоби комунікації: промислові мережі, радіомодемний зв'язок, GPRS.

Оскільки CRM-система передбачає створення комунікаційного ланцюга, то основний аспект буде відведений на встановлення радіо-модемного та іншого комунікаційного обладнання. Основними постачальниками даного обладнання будуть ТОВ «ІСТРІМ» і ТОВ «ІнтЮкрейн». Постачальники даних ресурсів наведені у табл. 2

Впровадження CRM-проектів створює можливості для росту валового прибутку на 30 %. За основу приймаємо оптимістичний сценарій та наявність щорічний росту, зважаючи на отримані

Таблиця 2

Постачальники обладнання для реалізації проекту

Постачальник	Назва необхідного обладнання	Послуга
ТОВ «ІСТРІМ»	радіо-модемний зв'язок, GPRS	встановлення й сервісне обслуговування
ПАТ «ЕСТ»	обладнання для складання, обладнання міжопераційного транспортування, системи палетного виробництва, системи пакування, преси, роботи	встановлення за персональним проектом
ТОВ «ІнтЮкрейн»	програмне забезпечення процесів	налаштування автоматизованих систем
ФОП «РУН»	програмовані логічні контролери, промислові комп'ютери, операторські панелі	встановлення, обслуговування та ремонт
ТОВ «Метр»	контрольно-вимірювальне обладнання на технологічних машинах і апаратах	встановлення за персональним проектом з врахуванням виробничої потужності
ПП «Енергоремонт»	клапани, двигуни, приводи, засувки, насоси і насоси-дозатори	доставка, встановлення

Джерело: авторське дослідження

Таблиця 3

Розрахунок прогнозного грошового потоку від впровадження CRM-проекту в складському господарстві

Стаття витрат/доходів	Витрати по роках, тис. грн.		
	2017	2018	2019
Вартість ліцензій	47,7	47,7	47,7
Основне комунікаційне обладнання	344	0	0
Інше виробниче устаткування	456	0	0
Сума витрат	847,7	47,7	47,7
Доходи по роках, тис. грн			
Валовий доход	7742,8	10065	13085
Амортизація	435	438	531
Чистий прибуток	1142,9	2068,4	3544,8
Грошовий потік	2577,9	4506,4	6075,8

Джерело: авторське дослідження

підприємством іноземні замовлення. Дані грошового потоку надані у табл. 3.

Отже, плануються грошові потоки у розмірі 2577,9, 4506,4 і 6075,8 тис. грн відповідно у 2017, 2018 і 2019 роках.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, CRM-система для складського господарства є найважливішим рушійним елементом, оскільки вона дає змогу оперативно задовольняти потреби цільових груп споживачів, гнучко реагувати на їх зміну та при цьому мінімізувати будь-які ризики. Так як системи управління взаємовідносинами з клієнтами являють собою базу даних, то вони створюють можливості для росту маркетингового потенціалу, що, у свою чергу, сприяє росту конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства в цілому. Слід також зазначити, що багаторівневий й комплексний підхід під час запровадження CRM-системи на підприємстві дозволяє отримати суттєвий ефект уже у перший рік.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Артуров Я.А. Система управления складом // Складские технологии. – 2013. – №10. – С. 8-12.

2. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: учебное пособие / [2-е изд., пер. с англ. Н. Н. Барышниковой, Б. С. Линекера]. – М.: ЗАО «Олимп Бизнес», 2008. – 640 с.

3. Бодряков Р.С. АВС-анализ для повышения эффективности работы склада // Складские операции. – 2012. – №2. – С. 36-39.

4. Бутов, А. Формування ефективної системи управління логістикою на підприємствах [Текст] / А. Бутов // Галицький економічний вісник. – 2012. – №3 (36). – С. 161-166.

5. Гаджинский А.М. Современный склад. Организация, технологии, управление и логистика / А.М. Гаджинский. – М.: ТК Велби, 2012. – 176 с.

6. Забаров Д. WMS как инструмент повышения эффективности складской логистики // Складские технологии. – 2013. – №4. – С. 16-20.

7. Козлов Е. Автоматизация складов: размер важнее содержания // Логистик&система. – 2013. – №6. – С. 18-24.

8. Крикавський Є.В. Логістичні системи: навч. посібник / Є.В. Крикавський, Н.В. Чорнописька. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2009. – 264 с.

9. Лавров Н.П. Комплексный анализ логистической деятельности компании: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 448 с.

10. Логістика: теорія та практика: навч. посібник / В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Смоляник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.

11. Мильнер Б.З. Теория рационального управления складом. – М.: Ника, 2012. – 480 с.

12. Окландер М.А. Логістична система підприємства / М.А. Окландер. – О.: Астропринт, 2004. – 312 с.

13. Петровська А. В. Моделювання інформаційних потоків CRM-системи / А.В. Петровська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5, Т. 2. – С. 69–76.

14. Плашенков, В. В. Методический подход к выбору показателей развития управления логистикой на предприятиях [Текст] / В. В. Плашенков // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2009. -№ 2. – С. 80-86.

15. Тімофєєв В. О. Моделювання інформаційних потоків підприємства / В. О. Тімофєєв, В. В. Кирій, Ш. А. Омаров, О. М. Воскобойник // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2010. –№ 8 (150). – С. 284–289.

16. Тридід О.М. Логістичний менеджмент: навч. посіб. / О.М. Тридід, К.М. Таньков ; [за ред. проф. д-ра екон. наук О.М. Тридіда]. – Х. : ІНЖЕК, 2005. – 224 с.

REFERENCES:

1. Arturov Ya.A. Sistema upravleniya skladom // Skladskie tekhnologii. – 2013. – №10. – S. 8-12.

2. Bauersoks D.Dzh., Kloss D.Dzh. Logistika: integrirovannaya tsep' postavok: uchebnoe posobie / [2-e izd., per. s angl. N. N. Baryshnikovoy, B. S. Linekera]. – M.: ZAO “Olimp Biznes”, 2008. – 640 s.

3. Bodryakov R.S. AVS-analiz dlya povysheniya effektivnosti raboty sklada // Skladskie operatsii. – 2012. – №2. – S. 36-39.

4. Butov, A. Formuvannia efektyvnoi systemy upravlinnia lohistykoiu na pidpryiemstvakh [Tekst] / A. Butov // Halytskyi ekonomichnyi visnyk. – 2012. – #3 (36). – S. 161-166.

5. Gadzhinskiy A.M. Sovremennyy sklad. Organizatsiya, tekhnologii, upravlenie i logistika / A.M. Gadzhinskiy. – M.: TK Velbi, 2012. – 176 s.

6. Zabarov D. WMS kak instrument povysheniya effektivnosti skladskoy logistiki // Skladskie tekhnologii. – 2013. – №4. – S. 16-20.

7. Kozlov E. Avtomatizatsiya skladov: razmer vazhnee soderzhaniya // Logistik&sistema. – 2013. – №6. – S. 18-24.

8. Krykavskyi Ye.V. Lohistychni systemy: navch. posibnyk / Ye.V. Krykavskyi, N.V. Chornopyska. – Lviv: Nats. un-t “Lvivska politekhnika”, 2009. – 264 s.

9. Lavrov N.P. Kompleksnyy analiz logisticheskoy deyatel'nosti kompanii: Uchebnoe posobie. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: YuNITI-DANA, 2012. – 448 s.

10. Lohistyka: teoriia ta praktyka: navch. posibnyk / V.M. Kyslyi, O.A. Bilovodska, O.M. Olefirenko, O.M. Smolianyk. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2010. – 360 s.

11. Mylner B.Z. Teoryia ratsyonalnoho upravlenyia skladom. – M.: Nyka, 2012. – 480 s.

12. Oklander M.A. Lohistychna systema pidpryiemstva / M.A. Oklander. – O.: Astroprynt, 2004. – 312 s.

13. Petrovska A. V. Modeliuvannia informatsiinykh potokiv CRM-cystemy / A.V. Petrovska // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2011. – # 5, T. 2. – S. 69–76.

14. Plashenkov, V. V. Metodycheskyi podkhod k vыboru pokazatelei razvytyia upravlenyia lohystykoi na predpryiatyiakh [Tekst] / V. V. Plashenkov // Vestnyk Cherepovetskoho hosudarstvennoho unyversyteta. – 2009. – # 2. – S. 80-86.

15. Timofieiev V. O. Modeliuvannia informatsiinykh potokiv pidpryiemstva / V. O. Timofieiev, V. V. Kyrii, Sh. A. Omarov, O. M. Voskoboinyk // Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia. – 2010. – # 8 (150). – S. 284–289.

16. Trydid O.M. Lohistychnyi menedzhment: navch. posib. / O.M. Trydid, K.M. Tankov ; [za red. prof. d-ra ekon. nauk O.M. Trydida]. – Kh. : INZhEK, 2005. – 224 s.

Vavulin O.I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Logistics and Production Management,
Sumy National Agrarian University

DIRECTIONS OF PERFECTION OF FUNCTIONING OF LOGISTIC STREAMS OF WARE-HOUSE ECONOMY

A management and organization of enterprises activity in modern terms cannot take place without the use of logistic approach. In this context a location of the logistic systems in the management of domestic enterprises with the aim of effective and rational organization of material and informative streams is very relevant. In modern terms very important is a study of market of supply of resources, control of materials and finished goods, improvement of the systems of logistical and informative support of enterprises, on the basis of logistic approach. A research aim is a study of approaches to the problem organizations of ware-house economy and methods, which are related to effective organization of ware-house technological process and treatment of information. By the main logistic tasks of the ware-house system of ware-house economy following: rational planning of composition; the effective using of ware-house area is for placing of equipment; use of universal equipment; minimization of routes of the internal transporting of goods; use of the centralized delivery; maximal use of possibilities of the informative systems. Next to setting of composition it is possible

to consider his basic functions: converting of productive assortment into trade to the network in obedience to demand of consumers; providing of corresponding intensity of material streams; providing of concentration of commodity supplies and their storage; achievement of synchronicity of technological process; forming of parties of commodities; grant to the complex of services : preparation of commodities to the sale, verification of amount and quality, transport-expeditionary operations.

For a ware-house economy it is suggested to enter CRM – system. CRM a project behaves to the short-term investment projects (1-3). Introduction of CRM (beginning from consulting and concluding introduction of the system) on the average occupies 5 months. Introduction of CRM of -projects creates possibilities for the height of gross receipt on 30 %. Calculations specify that the receipts of money streams are planned in size of 2577,9, 4506,4 and 6075,8 thousand hrn. accordingly in 2017, 2018 and 2019. Thus, CRM of –system for a ware-house economy is a major motive element, as she enables operatively to satisfy the necessities of target groups of consumers, flexibly to react on their change and here to minimize any risks.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЙОГО ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ

FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE BASED ON ITS POSITIVE IMAGE

УДК 658: 005.94: 005.03

Вартанова О.В.
д.е.н., професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля

У статті визначено місце іміджу підприємства у структурі його компетенції. Дано визначення компетенції підприємства в контексті формування позитивного іміджу підприємства. Запропоновано оцінювання компетенції підприємства на основі побудови профілів. Визначено координати профілю компетенції у контексті формування позитивного іміджу підприємства. Запропоновано схему формування конкурентних переваг як сукупності управлінських впливів на компетенцію підприємства та його імідж.
Ключові слова: *імідж, компетенція, конкурентні переваги, оцінювання, профіль.*

В статье определено место имиджа предприятия в структуре его компетенции. Дано определение компетенции предприятия в контексте формирования положительного имиджа предприятия. Предложен способ оценки компетенции предприятия на основе построения профилей. Определены координаты профиля компетенции в контексте формирования положительного имиджа предприятия. Предложена схема формирования конкурентных преимуществ как совокупности управленческих воздействий на компетенцию предприятия и его имидж.
Ключевые слова: *имидж, компетенция, конкурентные преимущества, оценка, профиль.*

In the article the place of the image of an enterprise in the structure of its competence is defined. The definition of the competence of the enterprise in the context of the formation of a positive image of the enterprise is given. A method for assessing the competence of an enterprise based on the construction of profiles is proposed. Coordinates of the competence profile in the context of the formation of a positive image of the enterprise are determined. The scheme of formation of competitive advantages as set of administrative influences on the competence of the enterprise and its image is offered.
Key words: *image, competence, competitive advantages, estimation, profile.*

Постановка проблеми. Загострення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках вимагає від підприємства пошуку нових джерел та способів одержання конкурентних переваг і забезпечення власної конкурентоспроможності. В умовах переходу до постіндустріальної економіки конкурентоспроможність підприємства та можливість формування унікальних і довгострокових конкурентних переваг визначається, у першу чергу, ефективністю використання внутрішніх нематеріальних ресурсів таких, як: інтелектуальний потенціал, унікальні організаційні знання і технології, імідж підприємства. Сукупність нематеріальних ресурсів підприємства, які зумовлюють унікальність підприємства у конкурентному середовищі, утворює компетенцію підприємства, яка лежить в основі формування конкурентних переваг.

Імідж підприємства належить до нематеріальних чинників успіху, які знаходяться у структурі компетенції підприємства і формують, таким чином, його конкурентні переваги. Особливо це стосується підприємств сфери послуг, де імідж підприємства і якість обслуговування є визначальними чинниками конкурентного успіху підприємства. Формування конкурентних переваг підприємства на основі його позитивного іміджу дає змогу визначити, які саме чинники іміджу є найбільш істотними для формування компетенції підприємства та створення його конкурентних переваг, встановити напрями підвищення іміджу підприємства та сформувати конкурентні переваги підприємства на основі іміджу підприємства. Необхідність формування науково-методичних засад щодо формування конкурентних переваг підприємства на основі його позитивного іміджу зумовлює актуальність теми дослідження та її практичну значущість.

Аналіз останніх публікацій. Уперше концепція компетенції підприємства як сукупності його нематеріальних ресурсів виникла в роботах зарубіжних дослідників (К. Прахальд і Г. Хемель, Дж. Тідд, Р. Бояцис, Дж. Тідд, І. Нонака, Г.Я. Гольдштейн та ін.) [1-4]. У найбільш загальному вигляді компетенція підприємства розглядалася ними, як сукупність нематеріальних ресурсів підприємства, які визначають його унікальність та зумовлюють конкурентний успіх підприємства. Дослідження компетенції підприємства в контексті розв'язання різних науково-практичних проблем продовжили вітчизняні вчені: О.А. Гребешкова, В.А. Верба, В.І. Отенко, І.П. Отенко, І.М. Труніна, С.О. Рекінов та ін. [5-8]. Зважаючи на складну структуру компетенції підприємства, складність її ідентифікації та вимірювання, компетентнісний підхід дотепер не знайшов свого широкого застосування. Зокрема, потребує свого подальшого дослідження визначення місця іміджу в структурі компетенції підприємства, а також вплив компетенції підприємства на його конкурентні переваги.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження можливості створення конкурентних переваг підприємства на основі його позитивного іміджу із застосуванням компетентнісного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Імідж підприємства розглядається, як його образ,

який існує у людській свідомості, а саме: споживачів, партнерів, здобувачів вакансій, конкурентів. Їхні враження виникають під впливом складних когнітивних, афективних та інтенціальних процесів, значною мірою є суб'єктивними, і багато в чому визначаються такими емоційно залежними чинниками, як: чутки, настанови, стереотипи, шаблони, які існують в свідомості людини. Деякі з цих чинників створюють ментальні шаблони та є надзвичайно стійкими: їх формування відбувається спонтанно, під впливом оточуючого середовища, а змінення можливе тільки за результатом цілеспрямованого впливу, наприклад, різноманітних маркетингових, інформаційних або PR-заходів. За своєю природою, імідж підприємства належить до нематеріальних ресурсів підприємства (у складі гудвілу підприємства), адже він впливає на створення цінності підприємства, не має матеріальної основи створення цінності, невизначені розміри прибутку та цінності від його використання. Аргументом на користь розгляду іміджу підприємства у складі його компетенції є також функції іміджу:

– іміджева – формує імідж (образ) підприємства;
– ідентифікаційна – відображає індивідуальність підприємства, визначає статус підприємства серед конкурентів і ідентифікує його стиль;
– корпоративна – підтримує й зміцнює корпоративну культуру.

Як свідчить розгляд функцій іміджу підприємства, він, також, як і компетенція, визначає конкурентний статус підприємства, ідентифікує його фірмовий стиль, визначає неповторність підприємства. Це дозволяє зробити висновок про те, що імідж підприємства можна включити до складу його компетенції, що дає змогу досліджувати імідж підприємства із застосуванням компетентнісного підходу.

Застосування компетентнісного підходу у дослідженні іміджу підприємства дає можливість визначити роль і місце іміджу у структурі компетенції підприємства, визначити вплив іміджу на формування конкурентних переваг підприємства. Під компетенцією підприємства ми розуміємо унікальну сукупність знань, навичок, досвіду і організаційних зв’язків, які у поєднанні із ресурсами і технологіями формують конкурентні переваги підприємства та забезпечують його ринковий успіх. Компетенція підприємства втілюється в інноваційних продуктах, процесах та послугах з новими споживчими властивостями та може бути сформована та розвинена шляхом управління знаннями в інноваційних процесах [6]. Структуру компетенції підприємства подано на рис. 1.

Як видно з рис. 1, імідж підприємства, який належить до його матеріальних ресурсів, допомагає імплементувати компетенцію у нових товарах, процесах або послугах. Це означає, що, зокрема, формування позитивного і сприятливого іміджу підприємства через створення нового продукту або надання послуг знаходять своє впровадження нові знання та корпоративний досвід.

Наявність впливу компетенції підприємства на його конкурентні переваги вже доведено Луганськими вченими: доведено, що компетенція підприємства знаходиться в основі формування його конкурентних переваг [6], визначено можливість застосування компетенцій у формування конкурентної стратегії підприємства [8], а також у конкурентному позиціонуванні підприємства [7]. Таким чином, компетенції підприємства є універсальним інструментом, який дає змогу досягти різноманітних результатів в області формування конкурентних переваг підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності. Основні складові

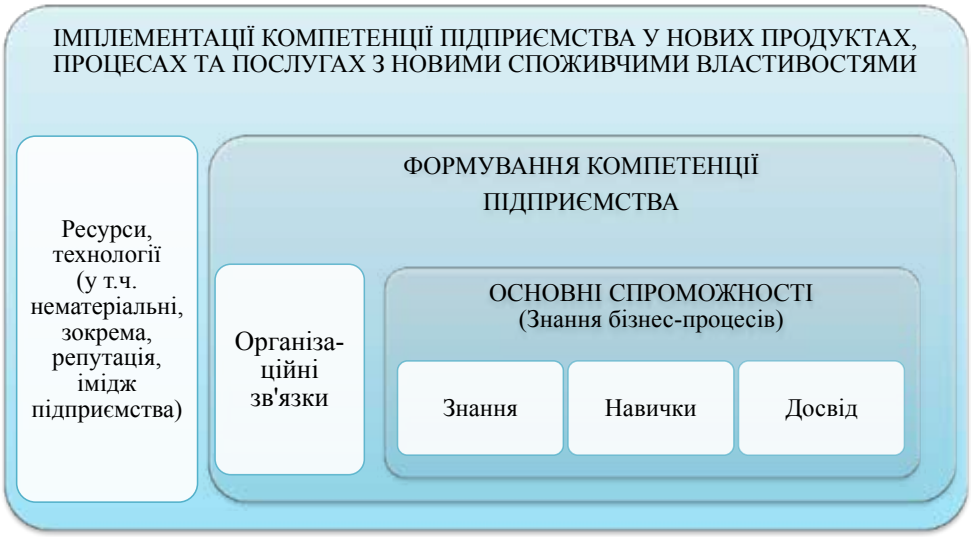


Рис. 1. Структура компетенції підприємства

Джерело: [6]

компетенції – знання, навички, досвід та організаційні зв'язки між ними, їх пошук, накопичення, та використання – зумовлюють сфери виявлення і прояву компетенції. До них належать імідж і репутація підприємства, розвиток персоналу, управління знаннями та інформаційні технології, інновації і розвиток бізнес-процесів, продукти, процеси і послуги, виробничі процеси і система обслуговування (рис. 2). У результаті імплементації компетенції сфери її вияву формують конкурентні переваги підприємства.

З метою визначення основних сфер вияву компетенції підприємства, зокрема, іміджу підприємства, нами запропоновано використання методу профілів, який дає змогу наочно подати складові досліджуваного явища (компетенції, іміджу підприємства) та надати їх кількісну оцінку, а також моделювати вплив іміджу і компетенції на конкурентні переваг и підприємства. Для цього слід визначити основні координати профілю компетенції підприємства, за якими видобуватиметься оцінювання складових компетенції та ступеню їх вияву. При побудові профілів компетенцій особливу увагу слід приділяти порівнянню оцінного і бажаного станів складових компетенції підприємства, що і дає змогу визначити, які зі складових компетенції дають змогу створити конкурентні переваги. Координатами профілю компетенції підприємства в контексті формування його іміджу є такі.

А) характеристика наявного стану іміджу і репутації підприємства, наявність каналів побудови сприятливого іміджу, активність дій щодо форму-

Рис. 2. Складові і основні сфери вияву компетенції підприємства

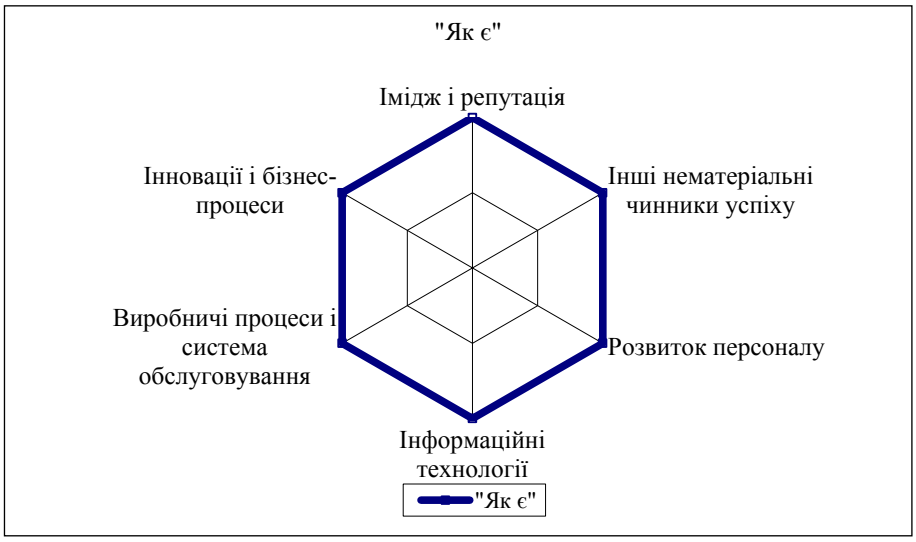
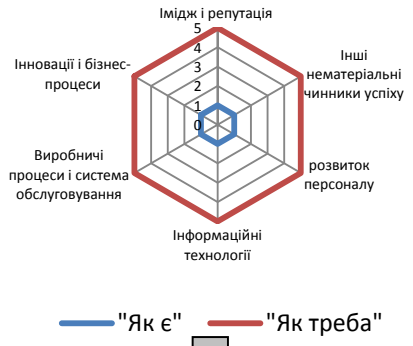
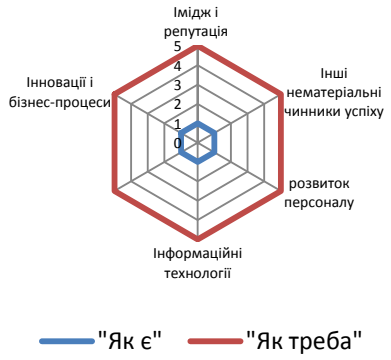
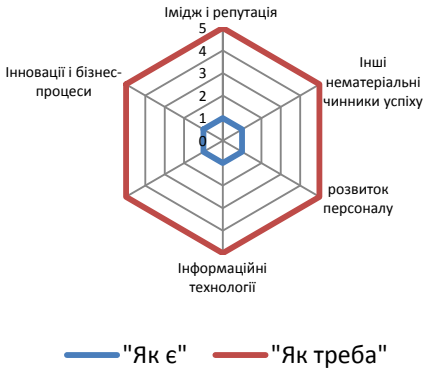


Рис. 3. Профіль компетенції підприємства в контексті формування його позитивного іміджу

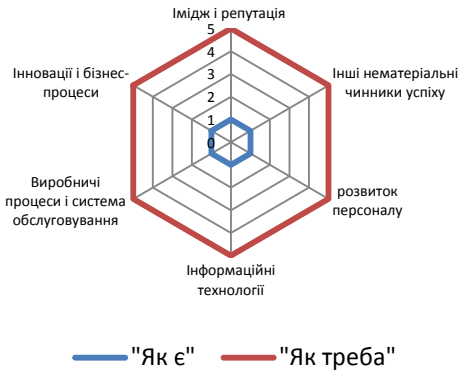






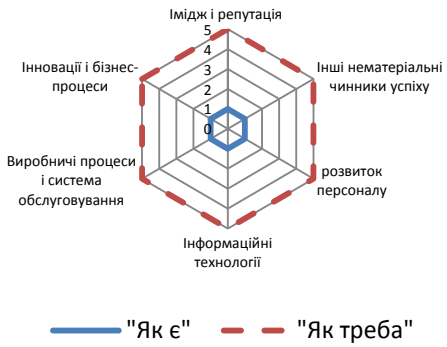
Вибір зв'язку двох сфер ключової компетенції – «Імідж і репутація» і «Розвиток персоналу», які в найбільшій мірі впливають на формування позитивного іміджу підприємства

- Діагностика систем управління персоналом підприємства, а також стану управління знаннями: носії знань, місця локалізації, канали обміну знаннями, способи накопичення знань тощо. Визначення «сліпих плям» у розвитку персоналу, або встановлення, що саме у цій сфері погіршує імідж підприємства.
- Відповідність характеристик розвитку персоналу цілям і завданням формування позитивного іміджу.
- Діагностика стану підприємства на ринку праці, можливості залучення необхідних спеціалістів. Підтримка конкурентоспроможності персоналу.
- Безперервний процес навчання персоналу. Формування системи наставництва. Формування корпоративного університету. Корпоративні портали з метою обміну знаннями. Підтримка експертів знань.



Фокус на виробничих процесах і системі обслуговування

- Оцінювання споживчих властивостей продукту, його конкурентних переваг.
- Визначення ставлення споживачів до продукції підприємства і конкурентів.
- Аналіз ефективності збутової мережі, методів, прийомів, технології просування продукції, дослідження ринку, просування нового продукту на ринку порівняно із конкурентами
- Аналіз ефективності інформаційної і комунікаційної системи підприємства. Аналіз динаміки клієнтської бази, частки ринку.
- Аналіз інтенсивності конкуренції на ринку, рентабельності ринку й потенціалу його зростання.
- Аналіз ключових атрибутів продукту/ системи доставки.
- Аналіз ефективності збутової мережі, методів, прийомів, технології просування продукції.



- Визначення ключових сфер компетенції підприємства, які дають змогу впливати на імідж підприємства, і, таким чином, на його конкурентні переваги
- Визначення «слабких місць» у ключових сферах компетенції підприємства
- Встановлення кількісних критеріїв розвитку ключових сфер компетенції підприємства з метою формування позитивного іміджу
- Встановлення пріоритетних напрямів впливу на ключові сфери компетенції підприємства з метою формування його позитивного іміджу.

Рис. 4. Приклад формування конкурентних переваг підприємства як сукупності управлінських впливів на формування іміджу підприємства у структурі його компетенції

вання іміджу (координата «Імідж і репутація підприємства»), стан інших нематеріальних чинників успіху підприємства, які сприяють формуванню позитивного іміджу (координата «Нематеріальні чинники успіху»).

Б) відповідність характеристик розвитку персоналу цілям і завданням формування позитивного іміджу, імідж персоналу, імідж підприємства на ринку праці, конкурентоспроможність персоналу, стан процесів управління знаннями на підприємстві щодо пошуку та застосування кращих зразків створення позитивного іміджу (координата «Розвиток персоналу і управління знаннями»), а також стан розвитку інформаційних технологій щодо створення і підтримки позитивного іміджу (координата «Розвиток інформаційних технологій»).

В) параметри виробничих процесів і системи обслуговування, які впливають на створення позитивного іміджу, а також ті, які погіршують імідж підприємства (координати «Виробничі процеси» і «Системи обслуговування»).

Г) визначення інновацій, які сприяють розвитку бізнес-процесів та впливають на іміджу підприємства (координата «Інновації і бізнес-процеси»).

Таким чином, профіль компетенції підприємства, яка відображає процеси, що впливають на імідж, можна подати таким чином (рис. 3):

Оцінювання компетенції підприємства в контексті формування його позитивного іміджу дає змогу визначити стан формування і підтримки іміджу підприємства на основі використання методу експертного оцінювання. Одержані профілі компетенції дають змогу порівняти оцінний рівень компетенції підприємства, яка відображаю його імідж, із бажаним станом такої компетенції, яка відображає можливість формування конкурентних переваг підприємства на основі його іміджу. Приклад формування конкурентних переваг підприємства як сукупності управлінських впливів на формування іміджу підприємства у структурі його компетенції подано на рис. 4.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз даних, одержаних під час дослідження, дав змогу встановити, що імідж підприємства, як і інші нематеріальні чинники успіху підприємства, належать до компетенції підприємства, яка є сукупністю нематеріальних ресурсів підприємства, що визначає унікальність підприємства у конкурентному середовищі та знаходиться в основі формування конкурентних переваг. Така трактовка іміджу як складової компетенції підприємства дає змогу встановити наявність взаємозв'язку між позитивним іміджем підприємства та його конкурентними перевагами. При цьому компетенція підприємства є універсальним інструментом для аналізу, оцінювання, моделювання та визначення напрямів розвитку іміджу підприємства, так і формування на цій основі унікальних конкурентних переваг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C.K. Prahalad,
G. Hamel. – Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – №. 3. – pp. 79–91.
2. Tidd J. From strategic management to strategic competence: Measuring technological, Market and Organization Innovation / J. Tidd [2nd Edition]. – Imperial College Press: London, 2006. – 437 p.
3. Бояцис Р. Компетентный менеджер. Модель эффективной работы / Р. Боятцис ; пер. с англ. – М.: HIPPO, 2008. – 352 с.
4. Гольдштейн Г. Я. Характеристика знания как орудия в конкуренции [Электронный ресурс] / Г. Я. Гольдштейн. – Режим доступу : http://www.kmtec.ru/publications/library/select/znanie_kak_str_res_comp.shtml
5. Верба В. А. Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Проблеми науки. – 2004. – № 7. – С. 23–28.
6. Вартанова О.В. Компетенція підприємства у стратегічному управлінні знаннями: формування та розвиток : [монографія] / О. В. Вартанова // Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. – 340 с.
7. Рекіянов С.О. конкурентне позиціонування підприємства у стратегічному управлінні підприємством: дис. … кандидата екон. наук: 08.00.04 / С.О. Рекіянов. – Луганськ. – 2013. – 194 с.
8. Труніна І.М. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності: дис. … доктора екон. наук: 08.00.04 / І.М. Труніна. – Сєвєродонецьк. – 2014. – 430 с.

REFERENCES:

1. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C.K. Prahalad,
G. Hamel. – Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68. – #. 3. – pp. 79–91.
2. Tidd J. From strategic management to strategic competence: Measuring technological, Market and Organization Innovation / J. Tidd [2nd Edition]. – Imperial College Press: London, 2006. – 437 p.
3. Boiatsys R. Kompetentnyi menedzher. Model effektyvnoi raboty / R. Boiattsys; per. s anhl. – M.: HIPPO, 2008. – 352 s.
4. Holdshtein H. Ya. Kharakterystyka znanyia kak orudyia v konkurentsyy [Эlektronnыi resurs] / H. Ya. Holdshtein. – Rezhym dostupu: http://www.kmtec.ru/publications/library/select/znanie_kak_str_res_comp.shtml
5. Verba V. A. Problemy identyfikatsii kompetentsii pidpryiemstva / V. A. Verba, O. M. Hrebeshkova // Problemy nauky. – 2004. – # 7. – S. 23–28.
6. Vartanova O.V. Kompetentsiia pidpryiemstva u stratehichnomu upravlinni znanniamy: formuvannia ta rozvytok : [monohrafiia] / O. V. Vartanova // Luhansk: Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 2012. – 340 s.
7. Rekiianov S.O. konkurentne pozytsionuvannia pidpryiemstva u stratehichnomu upravlinni pidpryiemstvom: dys. kandydata ekon. nauk: 08.00.04 / S.O. Rekiianov. – Luhansk. – 2013. – 194 s.
8. Trunina I.M. Zabezpechennia konkurentospromozhnosti subiektiv pidpryiemnytskoi diialnosti: dys. doktora ekon. nauk: 08.00.04 / I.M. Trunina. – Sievierodonetsk. – 2014. – 430 s.

Vartanova O.V.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of International Economic Relations,
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE BASED ON ITS POSITIVE IMAGE

It is proved that the image of the enterprise refers to the intangible resources of the enterprise, is an integral element of the competence of the enterprise. The competence of the enterprise is defined as a unique set of knowledge, skills, experience and organizational ties, that in combination with resources and technologies form the competitive advantages of the enterprise and ensure its market success. It is established that the competence of the enterprise is embodied in innovative products, processes and services with new consumer properties and can be formed and developed through knowledge management in innovation processes. The structure of the competence of the enterprise in the context of the formation of its positive image, which is based on knowledge, skills, experience and the system of organizational ties that form the basic capabilities of the enterprise, is determined. They are mediated by resources (including intangible ones), which allows to implement the competence of the enterprise in new products, processes and services with new consumer properties.

The method for assessing the competence of an enterprise based on the construction of profiles is proposed. The coordinates of the competence profile in the context of the formation of a positive image of the enterprise, which include image and reputation, other non-material success factors, personnel development, information technology, production processes and service system, innovations and business processes, are determined. The scheme of formation of competitive advantages as set of administrative influences on the competence of the enterprise and its image is offered. Interpretation of the image as a component of the competence of the enterprise allows establishing the existence of the relationship between the positive image of the enterprise and its competitive advantages. It is proved that the competence of the enterprise is a universal tool for analysing, evaluating, modelling, and determining the direction of development of the company's image, and the formation on this basis of unique competitive advantages.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

FEATURES OF MANAGEMENT OF THE CAPITAL AT THE ENTERPRISES OF CONFECTIONERY BRANCH OF UKRAINE

УДК 658.14

Джеджула В.В.
д.е.н., професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет
Єпіфанова І.Ю.
к.е.н., доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет
Стемблевська О.Г.
студент
Вінницький національний технічний університет

У статті розглянуто та узагальнено особливості управління капіталом підприємств кондитерської галузі України. Проаналізовано джерела формування капіталу на підприємстві. Виявлено фактори впливу на ефективність управління капіталом підприємств кондитерської галузі України та основні напрями її вдосконалення.
Ключові слова: *капітал підприємства, управління капіталом, джерела формування, оптимальна структура капіталу.*

В статье рассмотрено и обобщено особенности управления капиталом предприятий кондитерской отрасли Украины. Проанализировано источники формирования капитала предприятия. Выявлено факторы влияния на эффективность управления капиталом предприятий кондитерской отрасли Украины и основные направления ее совершенствования.
Ключевые слова: *капитал предприятия, управление капиталом, источники формирования, оптимальная структура капитала.*

In article it is considered and generalized features of management of the capital of the enterprises of confectionery branch of Ukraine. It is analyzed sources of formation of the capital of the enterprise. Factors of influence on effective management of the capital of the enterprises of confectionery branch of Ukraine and the main directions of its improvement are revealed.
Key words: *capital of the enterprise, management of the capital, formation sources, optimum structure of the capital.*

Постановка проблеми. Діяльність підприємства в умовах ринкової економіки, незалежно від форми власності, організаційно-правового статусу і галузевої спрямованості, безпосередньо залежить від капіталу та його структури. Результат і ефективність діяльності підприємства визначаються в першу чергу рівнем раціонального використання капіталу. Актуальним у цьому питанні є вирішення проблем управління капіталом підприємств, як основним джерелом отримання максимального прибутку, рентабельності, фінансової стійкості та засобом підвищення конкурентних переваг підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління капіталом присвячено низку праць вітчизняних та зарубіжних науковців, таких, як: О. В. Борт, О. Гайдаєнко, Л. В. Івченко, П. А. Стецюк та інші. Однак, незважаючи на велику кількість теоретичних напрацювань науковців, з причини складності та багатогранності даної теми, що розглядається, чимало питань потребує поглибленого системного вивчення.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд та систематизація особливостей управління капіталом підприємств кондитерської галузі України. Для досягнення поставленої мети необхідним є вирішення низки завдань: визначити сутність управління капіталом, систематизувати джерела формування капіталу на підприємстві та фактори впливу на ефективність управління капіталом підприємств кондитерської галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок кондитерської галузі України є досить структурованим та характеризується високим рівнем конкуренції. Конкурентна боротьба, яка загострилася останнім часом на ринку кондитерських виробів, змушує підприємства шукати нові можливості підвищення конкурентоспроможності своєї продукції на ринку [1].

Капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості, що залежить як від об'єктивних чинників (масштабу цін в економіці країни і ряду макроекономічних показників), так і суб'єктивних чинників (наприклад, найпростішого – облікової політики самого підприємства).

Управління капіталом підприємства – це одна зі складових загальної системи управління підприємством.

У свою чергу, управління капіталом – це система принципів і методів розробки реалізації управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним його формуванням з різноманітних джерел, а також забезпеченням ефективного його використання у різних видах господарської діяльності підприємства [2].

У процесі управління власним капіталом підприємств кондитерської галузі України досить важливим є здійснення аналізу ефективності його формування та використання.

Механізм управління капіталом підприємства передбачає [3]:

– постановку цілей і завдань управління капіталом;

– удосконалення методики аналізу ефективності використання усіх видів капіталу;

– розроблення та аналіз напрямів оптимізації процесу управління капіталом;

– розроблення методики оперативного управління високоліквідними обіговими активами;

– розроблення загальної стратегії управління капіталом;

– використання у процесі управління економічних методів і моделей.

Управління власним капіталом пов'язане не тільки із забезпеченням ефективного викорис-

тання вже накопиченої його частини, але і з формуванням власних фінансових ресурсів, що забезпечують майбутній розвиток підприємства. Власні фінансові ресурси класифікуються за певними джерелами : внутрішніми та зовнішніми [4-5].

Одним із найважливіших показників якості управління капіталом є ступінь оптимальності його структури. Взагалі структура капіталу підприємства відбиває співвідношення джерел залученого і власного фінансування, необхідних для його функціонування.

Під оптимальною структурою капіталу ми будемо розуміти досягнення такого співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого підприємство здатне досягти бажаного рівня фінансової стійкості, рентабельності та загалом підвищити ефективність своєї діяльності [1].

Підприємства кондитерської галузі України, визначаючи поточні і стратегічні цілі, аналізуючи фактори(внутрішні і зовнішні), установлюють цільову структуру капіталу. Але цілі можуть змінюватися в часі. Однак, у будь-який момент підприємство, маючи відповідну структуру капіталу, приймає фінансові рішення, які сумісні з цільовою структурою.

Оптимізацію структури капіталу підприємств кондитерської галузі України варто здійснювати за допомогою послідовного виконання деяких етапів [6]:

1. Аналіз капіталу підприємства.

2. Оцінювання основних факторів, які визначають структуру капіталу.

3.Оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня фінансової рентабельності.

4. Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації його вартості.

5. Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків.

6. Формування відповідного показника цільової структури капіталу.

Ураховуючи ці етапи, підприємство визначає на плановий прогнозний період найбільш прийнятну для себе структуру капіталу.

Аналіз економічної літератури свідчить, що виділяють три методичні підходи щодо оптимізації структури капіталу (табл. 1).

Проведення аналізу ефективності управління капіталом передбачає аналіз фінансової стійкості підприємств, ділової активності та рентабельності за низкою основних показників (табл. 2).

Для аналізу ефективності управління капіталом підприємств кондитерської галузі проаналізовано п’ять підприємств (ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика», ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», ПАТ «АВК» (м. Дніпро), ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків’янка», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», які відрізняються за розміром і знаходяться у різних областях України.

Проведено аналіз основних показників ефективності управління капіталом підприємств кондитерської галузі України за 2016 рік (табл. 3).

Аналізуючи показники фінансової стійкості підприємств кондитерської галузі України, можна дійти висновку, що досягають оптимального значення коефіцієнта автономії на ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика», ПАТ «Київська кондитерська фабрика» та ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» (0,92, 0,81 та 0,71 відповідно). Тобто, підприємства характеризуються, як фінансово стійкі. Відносно ПАТ «АВК» та «Кондитерська фабрика «Харків’янка», то коефіцієнт автономії знаходиться поза межами норми (0,36 та 0,39 відповідно), що свідчить про порушення рівноваги між власними та залученими коштами.

Аналогічна ситуацій і з показником концентрації залученого капіталу. Досягають оптимального значення коефіцієнта концентрації залученого капіталу ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика», ПАТ «Київська кондитерська фабрика» та ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч» (0,08, 0,19 та 0,29 відповідно). На ПАТ «Кондитерська фабрика «АВК» та «Кондитерська фабрика «Харків’янка» коефіцієнт значно перевищує норматив (0,64 та 0,61 відповідно).

Коефіцієнт фінансового ризику є співвідношенням залучених і власних коштів. Оптимальне значення даного показника досягається лише на ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика», ПАТ «Київська кондитерська фабрика» та ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч». На інших підприємствах значення показника вказує на неспроможність

Таблиця 1

Основні методичні підходи до оптимізації структури капіталу

Критерій оптимізації структури капіталу	Характеристика
максимізація рівня прогнозної фінансової рентабельності	Базується на використанні механізму фінансового левериджу при різних умовах залучення позикових коштів
Мінімізація вартості	Базується на попередній оцінці вартості власного та позичкового капіталу при різних умовах його залучення та багатоваріантних розрахунках середньозваженої вартості капіталу
Мінімізація рівня фінансових ризиків	Базується на диференційованому виборі джерел фінансування різноманітних складових активів підприємства

Джерело: систематизовано за даними [6-8]

Таблиця 2

Основні показники комплексності проведення аналізу ефективності управління капіталом підприємств кондитерської галузі України

Показник	Формула розрахунку	Характеристика
Показники фінансової стійкості підприємства		
Коефіцієнт автономії	$К_{авт} = \frac{ВК}{К}$	Коефіцієнт характеризує частку вкладників підприємства в загальній сумі авансованих коштів.
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	$Кконц_{ЗК} = \frac{ЗК}{К}$	Коефіцієнт характеризує частку залученого капіталу в загальній сумі капіталу підприємства.
Коефіцієнт фінансового ризику	$К_{фр} = \frac{ЗК}{ВК}$	Коефіцієнт характеризує співвідношення залученого та власного капіталу та показує, у скільки разів залучений капітал перевищує власний.
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	$Кман_{ВК} = \frac{ВК - НА}{ВК} = \frac{ВОК}{ВК}$	Коефіцієнт характеризує ступінь мобілізації власного капіталу, показує, яка частина власного капіталу знаходиться в обігу, тобто в тій формі, яка дає змогу вільно маневрувати цими засобами
Коефіцієнт забезпечення матеріальних запасів власними оборотними коштами	$К_{ВОК}^{заб\ з} = \frac{ВК - НА}{З}$	Коефіцієнт показує, якою мірою матеріальні запаси покриті власними коштами і не потребують залучення позикових.
Показники рентабельності підприємства		
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$Р_{ВК} = \frac{ЧП}{ВК} \times 100\%$	Коефіцієнт характеризує величину отриманого прибутку (збитку), отриманого на одну гривню власного капіталу підприємства
Коефіцієнт рентабельності активів	$Р_{А} = \frac{ЧП}{А} \times 100\%$	Коефіцієнт характеризує величину отриманого прибутку в розрахунку на одну гривню активів підприємства
Коефіцієнт рентабельності залученого капіталу	$Р_{ЗК} = \frac{ЧП}{ЗК} \times 100\%$	Коефіцієнт показує величину прибутку, яка припадає на одну гривню залученого капіталу
Коефіцієнт загальної рентабельності	$Р_{заг} = \frac{ВП}{ЧД} \times 100\%$	Коефіцієнт показує розмір чистого прибутку з однієї гривні чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)
Показники ділової активності підприємства		
Коефіцієнт оборотності активів	$Коб_{а} = \frac{ЧД}{А}$	Коефіцієнт характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	$Коб_{МЗ} = \frac{С}{МЗ}$	Коефіцієнт характеризує швидкість реалізації товарно-матеріальних запасів підприємства
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$Коб_{ВК} = \frac{ЧД}{ВК}$	Коефіцієнт показує ефективність використання власного капіталу підприємства
Коефіцієнт оборотності основних засобів	$ФВ = \frac{ЧД}{ОЗ}$	Коефіцієнт показує ефективність використання основних засобів підприємства

Джерело: систематизовано за даними [8]

підприємств покрити свої зобов'язання власними коштами і відповідно свідчить про високий рівень ризиковості ефективного функціонування таких підприємств на перспективу.

Аналізуючи коефіцієнт маневрування та коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, зроблено висновок про здатність підприємства маневрувати своїми коштами. Жодне з підприємств не досягає оптимального значення.

Проведені розрахунки показників рентабельності підприємств кондитерської галузі України дають нам можливість оцінити стан підприєм-

Таблиця 3

Аналіз основних показників ефективності управління капіталом підприємств кондитерської галузі України за 2016 рік

Показник	ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика»	ПАТ «Київська кондитерська фабрика»	ПАТ «АВК»	ПАТ «Кондитерська фабрика «Харків'янка»	ПАТ «Світоч»
Коефіцієнт автономії	0,92	0,81	0,36	0,39	0,71
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,08	0,19	0,64	0,61	0,29
Коефіцієнт фінансового ризику	0,08	0,23	1,80	1,53	0,41
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	-0,02	-0,08	0,65	-1,35	0,55
Коефіцієнт забезпеченості власним оборотним капіталом	-1,16	-4,65	41,50	-28,50	2,03
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,08	0,73	0,11	4,96	26,03
Коефіцієнт рентабельності активів	0,07	3,16	0,04	1,96	18,52
Коефіцієнт рентабельності залученого капіталу	0,92	3,17	0,06	3,24	64,11
Коефіцієнт загальної рентабельності	8,03	12,08	8,38	11,79	14,65
Коефіцієнт оборотності активів	0,17	0,35	1,59	0,71	1,79
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	12,84	23,51	88,21	36,20	8,28
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	0,19	0,43	4,46	1,80	2,52
Коефіцієнт оборотності основних засобів	0,19	0,39	4,35	0,79	8,03

ства, зокрема: його рентабельність, тобто економічну ефективність виробництва. Відповідно, що вищі коефіцієнти рентабельності, то ефективніша діяльність підприємства.

Аналізуючи показник рентабельність власного капіталу, встановлено, що найбільшу величину прибутку отримали ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», «Кондитерська фабрика «Харків'янка» та ПАТ «Київська кондитерська фабрика».

Коефіцієнт загальної рентабельності показує, що найбільшу величину прибутку отримали ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», «Кондитерська фабрика «Харків'янка» та ПАТ «Київська кондитерська фабрика».

Аналізуючи показники ділової активності підприємств кондитерської галузі, видно, що найвищий рівень ділової активності мають ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», «Кондитерська фабрика «Харків'янка» та ПАТ «Кондитерська фабрика АВК».

Із наведених розрахунків видно, що на сьогоднішній день для переважної більшості підприємств кондитерської галузі України питання управління капіталом підприємства є досить актуальним.

Стратегічне управління капіталом підприємств кондитерської галузі України вимагає здійснення вибору об'єктів інвестування, надаючи перевагу високоприбутковим активам і проектам, що пов'язано з прийняттям рішень в умовах підвищеного ризику. Одним зі стратегічних методів управління капіталом підприємства є формування стратегічних карт розвитку із підвищенням якості планування витрат.

Для успішного управління капіталом керівництвом підприємства також можуть застосовуватися різноманітні методики, в тому числі [9]:

– вибір політики щодо формування та використання окремих компонентів власного капіталу: резервного, додаткового, нерозподіленого прибутку;

– використання можливостей фондового ринку для операцій з власними акціями, а також випуску облігацій;

– проведення продуманої політики залучення коштів з позикових джерел, пошук найбільш придатних способів;

– розробка політики дивідендів, спрямованої на підтримку добробуту акціонерів.

Для дослідження ефективності використання та управління власним капіталом на підприємстві найкраще використовувати аналіз коефіцієнтів ефективності використання власного капіталу та порівняльний аналіз. За допомогою аналізу коефі-

цієнтів можна точніше оцінити, наскільки підприємство використовує власний капітал. Якщо при цьому використати ще й порівняльний аналіз та зіставити розраховані показники поточного року з попереднім, то вдасться проаналізувати, наскільки ефективніше підприємство в певному році використало власний капітал, ніж у попередньому [10].

Крім того, необхідно оцінити та проаналізувати витратні статті балансу підприємства. Основну увагу при цьому необхідно приділити питанням ресурсозбереження: впровадженню прогресивних норм, нормативів і ресурсозберігаючих технологій, використанню вторинної сировини, організації діючого обліку і контролю за використанням ресурсів, вивченню і впровадженню передового досвіду в здійсненні режиму економії, матеріального і морального стимулювання працівників за економію ресурсів і скорочення непродуктивних витрат і втрат [11].

Отже, варто зауважити, що на даний час виникає проблема формування та управління капіталом підприємств кондитерської галузі України. Так як більшість підприємств не застосовують наукові підходи до цього питання, це є значною помилкою. Адже від співвідношення між власним та позиковим капіталом, ефективним управлінням капіталу залежать результати діяльності підприємства, його стан у майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, управління капіталом є доволі багатофакторним процесом, який має відмінності залежно від розміру підприємств, їх галузевої приналежності. Окреме підприємство зазвичай керується саме тим критерієм, який на певний момент його діяльності є найбільш доцільним. Контроль за раціональною структурою капіталу та ефективністю його використання сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства та підвищенню рівня його конкурентоспроможності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єпіфанова І.Ю. Сучасні підходи до аналізу ефективності оптимізації структури капіталу підприємств кондитерської галузі України [Електронний ресурс] / І.Ю. Єпіфанова, О.Г. Стемблевська // Економіка та суспільство. – 2016. – № 7. – С. 313-319. – Режим доступу : http://economyandsociety.in.ua/journal-7/14-stati-7/541-epifanova-i-yu-stemblevska-o-g.

2. Мельнік М.А. Економічні методи управління капіталом підприємства/ М.А. Мельнік / Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира. – 2014. – №1(208). – С. 94-97.

3. Мних Є.В. Фінансовий аналіз : підручник / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 536 с.

4. Івченко Л.В. Власний капітал: джерела формування та функції/ Л.В. Івченко, Н.Л. Удовик / Молодий вчений. – 2016. – №1 (28) – С. 55-59.

5. Джеджула В.В. Перспективи використання сучасних форм фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств / Джеджула В. В. Єпіфанова І. Ю. // Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : монографія/ за заг. ред. Л.М. Савчук. – Дніпропетровськ: Пороги, 2016. – 520 с.

6. Гайдаєнко О.М. Формування оптимальної структури капіталу підприємства / О.М. Гайдаєнко, М.О. Славінська // Міжнародний збірник наукових праць Облік. Економіка. Менеджмент : наукові нотатки. – 2016.– № 1(9). – Ч. 1. – С. 100–107.

7. Курінна О.В. Теоретичні аспекти оптимізації структури капіталу підприємства/ О.В.Курінна/ Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Економіка. – 2012. – Вип. 12. – С. 94-100.

8. Зянько В. В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Єпіфанова. – Вінниця: ВНТУ, 2008. – 83 с.

9. Борт О. В. Управління власним капіталом підприємства/ О.В. Борт/ Класичний приватний університет. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – 8 с.

10. Єпіфанова І. Ю. Сучасні підходи до аналізу ефективності управління власним капіталом підприємства / І. Ю. Єпіфанова, І. В. Дрозд // Економічний аналіз: зб. наук. праць/ Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 19. – № 2. – С. 71-76.

11. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління : монографія / В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 347 с.

REFERENCES:

1. Yepifanova I. Yu. Suchasni pidkhody do analizu efektyvnosti optymizatsii struktury kapitalu pidpryiemstv kondyterskoi haluzi Ukrainy [Elektronnyi resurs] / I. Yu. Yepifanova, O. H. Stemblevska // Ekonomika ta suspilstvo. – 2016. – # 7. – S. 313-319. – Rezhym dostupu : http://economyandsociety.in.ua/journal-7/14-stati-7/541-epifanova-i-yu-stemblevska-o-g.

2. Melnik M.A. Ekonomichni metody upravlinnia kapitalom pidpryiemstva/ M.A. Melnik / Visnyk skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra. – 2014. – #1(208). – S. 94-97.

3. Mnykh Ye.V. Finansovyi analiz : pidruchnyk / Ye.V. Mnykh, N.S. Barabash. – K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2014. – 536 s.

4. Ivchenko L.V. Vlasnyi kapital: dzherela formuvannia ta funktsii / L. V. Ivchenko, N. L. Udovyk / Molodyi vchenyi. – 2016. – #1 (28) – S. 55-59

5. Dzhedzhula V.V. Perspektyvy vykorystannia suchasnykh form finansovoho zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti vitchyznianykh pidpryiemstv / Dzhedzhula V. V.. Yepifanova I. Yu. // Upravlinnia innovatsiinoiu, investytsiinoiu ta ekonomichnoiu diialnistiu intehrovanykh obiednan ta pidpryiemstv : monohrafiia/ za zah. red. L.M. Savchuk. – Dnipropetrovsk: Porohy, 2016. – 520 s.

6. Haidaienko O.M. Formuvannia optymalnoi struktury kapitalu pidpryiemstva / O.M. Haidaienko, M.O. Slavinska // Mizhnarodnyi zbirnyk naukovykh prats

Oblik. Ekonomika. Menedzhment : naukovi notatky. – 2016. – # 1(9). – Ch. 1. – S. 100–107.

7. Kurinna O.V. Teoretychni aspekty optymizatsii struktury kapitalu pidpryiemstva/ O.V.Kurinna/ Naukovyi visnyk Akademii munitsypalnoho upravlinnia. Seriia : Ekonomika. – 2012. – Vyp. 12. – S. 94-100.

8. Zianko V. V. Finansovyi analiz ta zvitnist : praktykum / V.V. Zianko, I.Yu. Yepifanova. – Vinnytsia: VNTU, 2008. – 83 s.

9. Bort O. V. Upravlinnia vlasnym kapitalom pidpryiemstva/ O.V. Bort/ Klasychnyi pryvatnyi universytet. – Zaporizhzhia : KPU, 2014. – 8 s.

10. Yepifanova I. Yu. Suchasni pidkhody do analizu efektyvnosti upravlinnia vlasnym kapitalom pidpryiemstva / I. Yu. Yepifanova, I. V. Drozd // Ekonomichnyi analiz: zb. nauk. prats/ Ternopilskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. – Ternopil : Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu «Ekonomichna dumka», 2015. – Tom 19. – # 2. – S. 71-76.

11. Dzhedzhula V.V. Enerhozberezhennia promyslovykh pidpryiemstv: metodolohiia formuvannia, mekhanizm upravlinnia : monohrafiia / V. V. Dzhedzhula. – Vinnytsia : VNTU, 2014. – 347 s.

Dzhedzhula V.V.
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at Department of Finance and Innovative Management,
Vinnytsia National Technical University
Yepifanova I.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance and Innovative Management,
Vinnytsia National Technical University
Stemblevska O. H.
Student
Vinnytsia National Technical University

FEATURES OF MANAGEMENT OF THE CAPITAL AT THE ENTERPRISES OF CONFECTIONERY BRANCH OF UKRAINE

Activity of the enterprise in the conditions of market economy irrespective of form of ownership, organizational legal status and a branch orientation directly depends on the capital and its structure. The result and efficiency of activity of the enterprise are defined first of all by the level of rational capital utilization.

The purpose of article is consideration and systematization of features of management of the capital of the enterprises of confectionery branch of Ukraine. Achievement of a goal requires the solution of a number of tasks: to define essence of management of the capital, to systematize sources of formation of the capital of the enterprise and factors of influence on effective management of the capital of the enterprises of confectionery branch.

In article features of management of the capital at the enterprises are considered. It is defined that carrying out the analysis of effective management of the capital assumes the analysis of structure of structure of the capital, definition of optimum structure of the capital, an assessment of financial stability of the enterprises, business activity and profitability on a number of the main indicators.

For the analysis of effective management of the capital of the enterprises of confectionery branch five enterprises are analysed (JSC Vinnytsia Confectionery, JSC Kiev Confectionery Roshen, JSC AVK Confectionery Dnipro, JSC Harkovchanka Confectionery, JSC Lviv Confectionery Svitoch which differ by the size and are in the different areas of Ukraine.

From the given calculations it is visible what for the vast majority of the enterprises of confectionery branch of Ukraine questions of management of the capital of the enterprise is today very urgent.

The strategic management of the capital of the enterprises of confectionery branch of Ukraine demands implementation of the choice of subjects to investment, preferring to highly profitable assets and projects, is connected with decision-making in the conditions of the increased risk. One of strategic methods of management of the capital of the enterprise is formation of strategic maps of development with improvement of quality of planning of expenses.

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

KEY ASPECTS OF ADMINISTRATION BY BUSINESS PROCESSES IN THE ENTERPRISE

УДК 65:005.4

Іванченко Н.О.
к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики
Національний авіаційний університет
Канарський В.А.
магістр
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто ключові аспекти взаємодії бізнес-процесів на підприємстві. Проаналізовано наступні аспекти взаємодії бізнес-процесів, як організація матеріальних та інформаційних потоків, використання загальних знань і технологій. Підтверджено, що основою бізнес-системи є комплекс взаємопов'язаних видів діяльності, в ході яких споживаються різні ресурси; у результаті переробки яких виробляється певна продукція або надаються певні послуги, необхідні споживачам.

Ключові слова: *бізнес-процеси, бізнес-система, взаємодія бізнес-процесів, функції управління, бізнес-функції, управління бізнес-процесами.*

В статье рассмотрены ключевые аспекты взаимодействия бизнес-процессов на предприятии. Проанализированы следующие аспекты взаимодействия бизнес-процессов, как организация материальных и информационных потоков, использования общих знаний и технологий. Подтверждено, что основой бизнес-системы является комплекс взаимосвязанных видов деятельности, в ходе которых потребляются различные ресурсы; в результате переработки которых производится определенная продукция или предоставляются определенные услуги, необходимые потребителям.

Ключевые слова: *бизнес-процессы, бизнес-система, взаимодействие бизнес-процессов, функции управления, бизнес-функции, управление бизнес-процессами.*

The article discusses key aspects of the interaction of business processes in the enterprise. Analyzed the following aspects of the interaction of business processes as the organization of material and information flows using general knowledge and technologies. Confirmed that the foundation of the business system is a set of interrelated activities, in which different resources are consumed; as a result of processing which produces some products or provided certain services required consumers.

Key words: *business processes, business system, the interaction of business process management, business functions, business process management.*

Постановка проблеми. У даний час багато підприємств, які впроваджують процесний підхід, концентруються переважно на проблемах організації окремих бізнес-процесів і не приділяють достатньої уваги питанням взаємодії різних процесів один з одним. На наш погляд, впровадження процесного підходу на підприємстві може забезпечити істотне підвищення ефективності бізнесу тільки в разі прийняття до розгляду всіх ключових аспектів взаємодії різних бізнес-процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням аспектів управління бізнес-процесами на підприємстві присвячені праці таких вчених, як: Б. Андерсена, В. В. Єфімова, К. А., А. І. Кузнєцова, О. М. Томашевського, Г. Г. Цегелика, М. Б. Вітера, В. І. Дубука та інших науковців.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення ключових аспектів управління бізнес-процесами на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасне підприємство є зазвичай комплексом різних видів діяльності, і в залежності від набору видів бізнесу будується структура компанії. При цьому найважливіше значення має налагоджена взаємодія один з одним адміністративної, виробничої, фінансової, інформаційної та комунікаційної сфер діяльності компанії.

Підприємство – це перш за все бізнес-система, орієнтована на досягнення певних результатів (виробничих, фінансових). Причому так можна розглядати як підприємство в цілому, так і його окремі підрозділи або групи підрозділів, що займаються однотипною діяльністю (наприклад, цех, що випускає основну продукцію, ремонтна майстерня, цех побічної продукції і т. ін.).

Бізнес-система є похідною від місії, цілей і стратегії підприємства, тобто зазначені елементи визначають бізнес-процеси (виробничу структуру компанії), останні у свою чергу – організаційну структуру управління компанії (ієрархію підрозділів, розподіл повноважень і відповідальності), і нарешті, названа структура визначає систему кадрового забезпечення бізнес-процесів. Сучасне підприємство можна представити, як бізнес-систему, що включає:

– напрями діяльності – різні види бізнесу, продукції або послуг, що виробляються або надаються підприємством;

– функції управління – усталені і, як правило, стандартні для компаній різних типів види діяльності, спрямовані на організацію робіт і управління компанією;

– організаційну структуру управління – склад та ієрархію управлінських підрозділів підприємства (департаментів, відділів, служб, блоків, дивізіонів);

– бізнес-функції – відокремлені види робіт, спрямовані безпосередньо на виконання основних видів діяльності компанії (виробництво продукції і послуг).

Набір бізнес-функцій менеджменту формується під впливом наступних факторів:

– кількість і характер етапів життєвого циклу товару або послуг;

– елементів виробничого забезпечення;

– напрямів діяльності компанії.

Забезпечення надійної і стійкої діяльності компанії, стабільності і прибутковості її бізнесу – непросте завдання, і його успішне вирішення можливе за виконання ряду умов:

1. Створена організація як узгоджена і несуперечлива бізнес-система, тобто сформульована місія компанії і вона відома всім працівникам; визначені цілі і розроблені плани їх реалізації; бізнес-процеси структуровані і взаємопов'язані у просторі і в часі.

2. Сформована організаційна структура управління, яка забезпечує для всіх працівників компанії єдину систему цінностей, що відповідає цілям компанії, здійснює планування та організацію роботи, розподіл прав і обов'язків, забезпечує стимулювання персоналу.

3. Забезпечити інформаційну підтримку бізнес-процесів, що передбачає наявність точної, повної, своєчасної і зручною у використанні інформації.

Природно, що кожна компанія прагне до того, щоб всі її бізнес-процеси були успішними. Ефективність названих процесів характеризується безліччю показників, головними з яких є продуктивність виробничих процесів і праці, а також собівартість продукції і послуг.

Управління бізнес-процесами повинно передбачати:

– включення підсистеми управління бізнес-процесами до стратегічного плану розвитку підприємства та ознайомлення з ним її співробітників; останнє повинно підвищити відповідальність персоналу, і у першу чергу із забезпечення заданого рівня продуктивності і собівартості;

– навчання персоналу підприємства основам управління бізнес-процесами, ознайомлення його із задумами керівництва; підсумком цієї роботи має стати формування єдиного у всього персоналу стратегічного бачення процедури управління бізнес-процесами.

Функції управління формуються відповідно до етапів управлінського циклу і знаходяться в тісному зв'язку з бізнес-функціями підприємства, створюючи цілісну систему менеджменту і дозволяючи спеціалізувати окремі органи управління і працю окремих менеджерів (рис. 1).

Якщо перелік основних функцій менеджменту для різних підприємств відносно постійний (у деяких випадках додають облік і аналіз або виключають мотивацію), то зміст цих функцій визначається формуванням цілей підприємства, яке починається з формулювання його місії і філософії і закінчується визначенням бізнесу, переліком і ієрархією цілей і конкретних завдань підприємства.

Планування – це визначення шляхів досягнення цілей підприємства, послідовність дій і кількісне вираження основних показників робіт. Планування пронизує всі сфери діяльності підприємства (інновації, інвестиції, персонал, фінанси, постачання, збут, маркетинг, екологію, власність, цінні папери, безпеку, зовнішньоекономічну діяльність і ін.).

Основними принципами планування є:

– безперервність (планування має охоплювати всі періоди функціонування компанії без інтервалів; план на наступний період повинен бути продовженням плану на попередній період);

– економічність (планування має передбачати найбільш економні способи досягнення намічених результатів);

– техніко-економічна, соціально-економічна і еколого-економічна обґрунтованість планових показників (планові розрахунки повинні бути обґрунтовані з технічної, економічної, соціальної та екологічної точок зору);

– простота і ясність (всі планові орієнтири повинні бути зрозумілі персоналу компанії, так як тільки в цьому випадку виконання планових завдань стане для працівників усвідомленим і цілеспрямованим впливом).

Процес планування включає в себе наступні етапи:

1. Формування цілей, визначення того, які результати хоче отримати компанія.

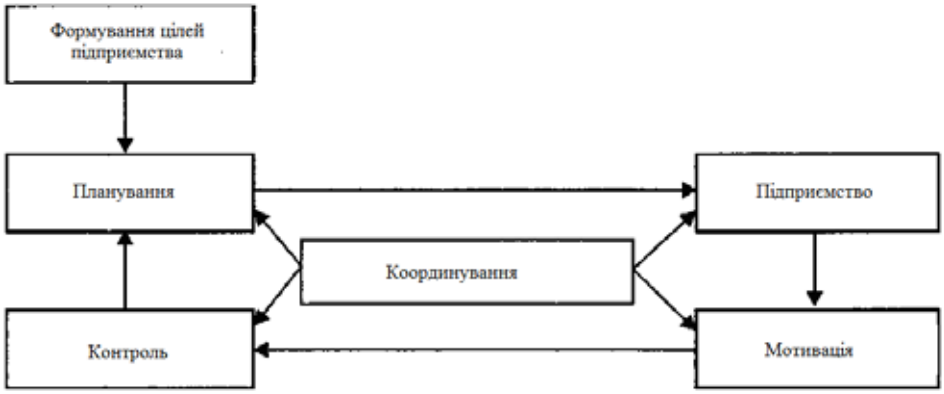


Рис.1. Взаємозв’язок основних функцій управління

2. Обґрунтування комплексу способів досягнення поставлених цілей.

3. Складення плану робіт по реалізації обраних в п. 2 способів.

4. Визначення кількості і якості ресурсів (матеріальних, людських, фінансових, інформаційних), потрібних для виконання плану.

5. Призначення відповідальних за виконання окремих розділів плану (виробничого, фінансового, з праці і т. ін.).

6. Контроль за виконанням плану.

7. Корегування показників плану в процесі його виконання у разі виникнення непередбачених обставин.

При побудові системи управління бізнес-процесами на підприємстві важливу роль відіграють не тільки питання ефективної організації окремих процесів, а й питання взаємодії різних бізнес-процесів між собою. На наш погляд, аналіз взаємодії бізнес-процесів повинен виконуватися стосовно до наступних областей (рис. 2).

Аналіз матеріальних потоків пов'язаний з пошуком варіантів оптимізації використання матеріальних ресурсів і завантаження виробничих потужностей, скорочення неефективних і зайвих переміщень комплектуючих, незавершеного виробництва і готової продукції. Метою проведення даного виду аналізу є підвищення ефективності виконання бізнес-процесів, а також скорочення часу виконання бізнес-процесів.

У рамках аналізу інформаційних потоків розглядаються питання синхронізації обміну інформацією між різними бізнес-процесами: визначається структура переданих повідомлень, ролі учасників, задіяних в інформаційному обміні, базові сценарії обміну повідомленнями та можливі винятки. У рамках сучасних методологій моделювання бізнес-процесів питань управління бізнес-процесів (визначення специфікацій взаємодії між окремими процесами), приділяється підвищена увага – з'являються спеціальні стандарти і інструменти моделювання, призначені для використання в даній області.

Метою аналізу інформаційних потоків є мінімізація затримок, пов'язаних з несвоєчасністю / неповнотою інформації, що передається і, як наслідок, скорочення часу виконання бізнес-процесів.

У ряді випадків у рамках аналізу інформаційних потоків, крім питань, пов'язаних з управління бізнес-процесів, повинні розглядатися питання інформаційної безпеки. Це відноситься, наприклад, до ситуацій, коли передані дані є конфіденційними і / або є підставою для виконання фінансових транзакцій. У цьому випадку розглядаються такі аспекти обміну інформацією, як: ідентифікація і аутентифікація користувачів, підтвердження цілісності інформації, що передається, захист від несанкціонованого доступу і та ін.

Нарешті, третя ключова область аналізу взаємодії бізнес-процесів – аналіз використання загальних знань і технологій. Відзначимо, що в сучасних умовах завдання підвищення ефективності спільного використання різних технологій безпосередньо пов'язана із впровадженням корпоративної політики стандартизації програмного і апаратного забезпечення, що базується на використанні міжнародних і вітчизняних стандартів з IT, а також практик провідних компаній.

Для багатьох підприємств (зокрема, підприємств матеріального виробництва) найбільш важливою областю аналізу взаємодії бізнес-процесів є аналіз ефективності організації матеріальних потоків, що включає, перш за все, аналіз проблем оптимального розподілу ресурсів. Традиційно для вирішення задач оптимального розподілу ресурсів використовується інструментарій математичного моделювання. При побудові економіко-математичних моделей часто не приділяється увага питанню пріоритетності бізнес-процесів, що використовують загальні ресурси, по

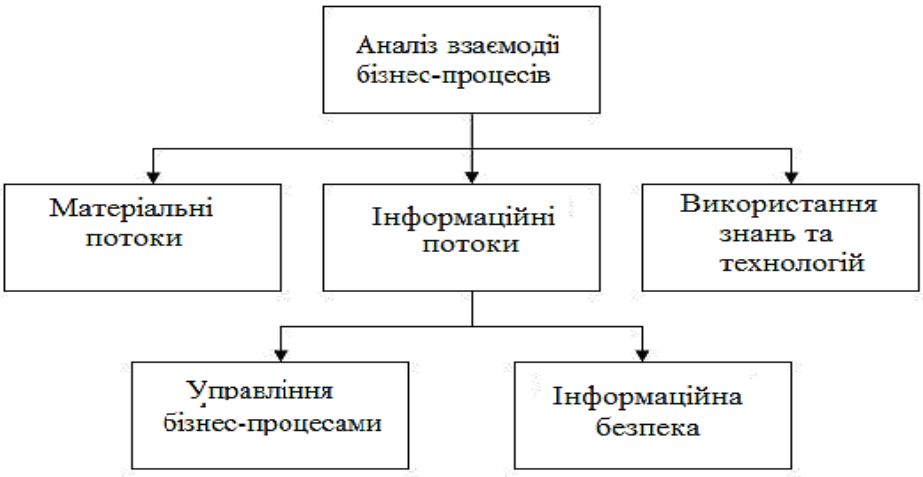


Рис. 2. Аналіз взаємодії бізнес-процесів на підприємстві

відношенню один до одного. На наш погляд, це питання є ключовим; саме виходячи з визначення пріоритетів бізнес-процесів повинна будуватися модель оптимізації. Бізнес-процеси, що використовують загальні ресурси, можуть перебувати в наступних відносинах:

1. Процеси однаково значущі для підприємства. У цьому випадку розподіл ресурсів виконується виходячи з максимізації загального прибутку, одержуваного в результаті виконання всіх пов'язаних бізнес-процесів.

2. Окремі бізнес-процеси мають для підприємства більш високий пріоритет, ніж інші. У цьому випадку при розподілі ресурсів потреби бізнес-процесів менш значущих для підприємства задовольняються за залишковим принципом – після того, як будуть повністю забезпечені потреби бізнес-процесів вищого пріоритету. При побудові економіко-математичної моделі максимізована цільова функція повинна відображати прибуток, одержуваний від виконання бізнес-процесу з більш низьким пріоритетом. При цьому система обмежень моделі повинна включати обмеження максимального для даного бізнес-процесу обсягу кожного виду спільно використовуваних ресурсів, який розраховується виходячи з вимоги повного задоволення потреб в цьому виді ресурсів бізнес-процесу з більш високим пріоритетом.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що основою бізнес-системи підприємства є бізнес-процеси, які представляють комплекс взаємопов'язаних видів діяльності, в ході яких споживаються різні ресурси; у результаті їх переробки виробляється певна продукція або надаються певні послуги, необхідні споживачам. Набір бізнес-процесів природно повинен відповідати місії, цілям і стратегії підприємства. Кожен бізнес-процес спрямований на те, щоб надати покупцеві продукт або послугу, які задовольняли б його за своєю якістю і ціною.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования [Текст] / Андерсен Бьёрн ; [пер. с англ. С. В. Ариничева ; науч. ред. Ю. П. Адлер]. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.

2. Ефимов В. В. Описание и улучшение бизнес-процессов [Текст] : [учебное пособие] / В. В. Ефимов. – Ульяновск : УлГТУ, 2005. – 84 с.

3. Кузнецов А. И. Методика проведения обследования бизнес-процессов компании [Электронный ресурс] / А. И. Кузнецов // Портал iTeam – Технологии корпоративного управления. – URL : http://www.iteam.ru/publications/it/section_51/article_1469

4. Томашевський О. М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дубук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.

5. Морщенок Т. С. Теоретические аспекты управления бизнес-процессами в контексте реализации стратегии развития предприятия / Т. С. Морщенок // Бизнес Информ. – 2014. – № 11. – С. 38–41.

REFERENCES:

1. Andersen B. Biznes-protsessy. Instrumenty sovershenstvovaniya [Tekst] / Andersen B'ern ; [per. s angl. S. V. Arinicheva ; nauch. red. Yu. P. Adler]. – M. : RIA “Standarty i kachestvo”, 2003. – 272 s.

2. Efimov V. V. Opisanie i uluchshenie biznes-protsessov [Tekst] : [uchebnoe posobie] / V. V. Efimov. – Ul'yanovsk : UlGTU, 2005. – 84 s.

3. Kuznetsov A. I. Metodika provedeniya obsledovaniya biznes-protsessov kompanii [Elektronnyy resurs] / A. I. Kuznetsov // Portal iTeam – Tekhnologii korporativnogo upravleniya. – URL : http://www.iteam.ru/publications/it/section_51/article_1469

4. Tomashevskyi O. M. Informatsiini tekhnolohii ta modeliuvannia biznes-protsesiv : navch. posib. / O. M. Tomashevskyi, H. H. Tsehelyk, M. B. Viter, V. I. Dubuk. – K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2012. – 296 s.

5. Morshchenok T. S. Teoreticheskie aspekty upravleniya biznes-protsessami v kontekste realizatsii strategii razvitiya predpriyatiya / T. S. Morshchenok // Biznes Inform. – 2014. – № 11. – S. 38–41.

Ivanchenko N.O.
Candidate of Economic Sciences
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics
National Aviation University
Kanarskyi V.A.
Master
National Aviation University

KEY ASPECTS OF ADMINISTRATION BY BISNES PROCESSES IN THE ENTERPRISE

Currently, many companies are adopting the process approach, focusing primarily on issues of organization of individual business processes and do not pay enough attention to the interaction of different processes with each other. In our view, the introduction of the process approach in the enterprise can provide significant business efficiency only when taking into consideration all the key aspects of the interaction of various business processes.

Enterprise – is business-oriented system to achieve certain results. The company can be considered as a whole and its individual units or groups of units engaged in the same type activity. Business system is derived

from the mission, goals and business strategy, that these elements define business processes (production company structure), the latter, in turn, – the organizational structure of the company (hierarchy of divisions, the division of powers and responsibilities), and finally, called system structure determines staffing business processes. Modern enterprise can be represented as a business system that includes: activities – different types of businesses, products or services produced or provided by the company; management functions – established and generally standard for companies of different types of activities aimed at organizing work and management of the company; organizational management structure – structure and hierarchy of administrative divisions (departments, divisions, services, units, divisions); business function – separate kinds of work, sent directly to perform basic activities of the company (production and services).

ВИЯВЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ ТА САНАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

IDENTIFICATION OF FINANCIAL CRISIS AND FINANCIAL RECOVERY AT THE ENTERPRISE

УДК 658.5.011

Кулікова Л.В.
доцент кафедри економіки підприємства
Одеська державна академія будівництва та архітектури

У статті розглянуто основи класифікації фінансових криз. Нестабільність зовнішнього оточення підприємств негативно впливає на їх діяльність. Як наслідок, виникають кризові ситуації, що значно погіршують фінансове становище підприємств. Велика частка підприємств країни на межі банкрутства. З метою запобігання банкрутства використовується санація.

Ключові слова: *кризовий стан підприємства, фінансова криза, діяльність підприємств, банкрутство, санація, механізм санації.*

В статье рассмотрены основы классификации финансовых кризисов. Нестабильность внешнего окружения предприятий негативно влияет на их деятельность. Как следствие, возникают кризисные ситуации, которыезначительно ухудшают финансовое положение предприятий. Большая часть предприятий страны на грани банкротства. С целью предотвращения банкротства используется санация.

Ключевые слова: *кризисное состояние предприятия, финансовый кризис, деятельность предприятия, банкротство, санация, механизм санации.*

In the article discusses the bases of classification of financial crises are considered. The instability of the external environment of enterprises adversely affects their activities. As a result, there are crisis situations, which significantly worsen the financial position of enterprises. Most of the country's enterprises are on the verge of bankruptcy. To prevent bankruptcy, sanitation is used.

Key words: *crisis state enterprises, financial crisis, business activity, bankruptcy, reorganization, readjustment mechanism.*

Постановка проблеми. Світова криза та наступне реформування економічної системи України, що викликана євроінтеграцією, призвели до збільшення фінансово неплатоспроможних підприємств у будівельному секторі. Наслідком цього є не тільки збільшення збитків інвесторів та акціонерів, а й скорочення обсягу продукції, відсутність належної якості послуг та товарів, скорочення робочих місць, що в цілому негативно впливає на розвиток економіки країни. Збільшується кількість банкрутств підприємств, тому набуває актуальності ретельне вивчення факторів, що призводять до кризового стану підприємства та впровадження санаційних заходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням кризи на підприємствах присвячено наукові праці таких науковців, як: Василенко В.О., Скібіцький О.М., Мараховська Т.М., Слободянюк А.В. [1], Судакова О.І. [2], Колісник М.К., Ільчук П.Г., Віблий П.І. та інші науковці. Проблемам діагностики фінансової кризи присвячено ряд праць як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-економістів, зокрема: Е. Альтмана, І. Романе, У. Бівера, Я. Вишнякової, Г. Іванова, Л. Лігоненко. Питання фінансової санації розглядалися у роботах Гришової І.Ю. [3], Маковоз О. В., Стегней М. І., Білак Г. Г., Лінтур І. В.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення класифікації факторів, що негативно впливають на діяльність підприємства, та аналіз санаційних можливостей підприємств у сучасний період.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «криза» є багатоваріантним та має різноманітні аспекти, з огляду на які науковці формують пояснення до цього терміну. Під фінансовою кризою розуміють фазу розбалансованої діяльності підприємства та обмежених можливостей впливу його керівництва на фінансові відносини, що виникають на цьому підприємстві.

На практиці з кризою, як правило, ідентифікується загроза неплатоспроможності та банкрутства підприємства, діяльність його в неприбутковій зоні або відсутність у цього підприємства потенціалу для успішного функціонування [1]. З.Є. Шершньова наводить таке визначення: «Криза – загальна універсальна фаза будь-якого циклу, період порушення рівноваги» [4].

Тобто, з точки зору практики криза ідентифікується з відсутністю фінансових ресурсів, неможливістю виплати заборгованостей, неприбутковою діяльністю.

У фінансовому менеджменті кризовий стан визначається, як неспроможність до фінансового забезпечення поточної виробничої діяльності.

Основні ознаки кризового стану на підприємстві: загроза цілям функціонування підприємства, неочікувані наслідки подій, що призводять до загроз функціонуванню організації та дефіцит часу для реагування.

Взагалі кризи за походженням поділяються на дві групи (рис. 1)

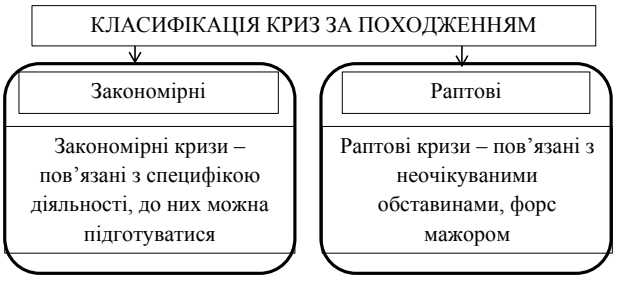


Рис. 1. Класифікація криз за походженням

Закономірними називають кризи, що очікуються у зв'язку із специфікою діяльності господарюючого суб'єкту, але невідомо, коли, як і чи відбудеться така ситуація.

Раптовими – кризи, які виникають у зв'язку з форс-мажорними обставинами (природні катаклізми, катастрофи і далі).

Також класифікувати кризи можна на рівні підприємства. Основи такої класифікації розміщено в таблиці 1.

Якщо на підприємстві визначено кризову ситуацію, прийнято з метою запобігання банкрутства впроваджувати санаційні заходи.

Законодавство України визначає санацію, як сукупність усіх можливих методів, які здатні привести підприємство до фінансового оздоровлення.

Термін «санація» від латинського «sanare» – оздоровлення, означає систему фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів, що спрямовані на досягнення чи відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості та конкурентоспроможності підприємства в довгостроковому періоді.

За економічним змістом санація балансу – це оптимізація структури, кількісних та якісних параметрів статей розділів активу і пасиву балансу для формування умов залучення внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування на кризових підприємствах. На меті при цьому ставиться досягнення задовільного співвідношення величини та структури активів і пасивів підприємства, що перебуває у фінансовій кризі [5].

Економічне поняття санації представлене на рис. 2.

Метою проведення санації суб'єктами господарювання є забезпечення стабільного функціонування підприємства, попередження та ліквідація загрози банкрутства, адаптація підприємства до нових умов господарювання та створення передумов для виробництва конкурентоспроможної продукції в довгостроковому періоді.

Санація – комплексний процес, що передбачає удосконалення роботи всіх складових господарюючого суб'єкта для забезпечення ефективності його діяльності у довгостроковій перспективі, повинен постійно контролюватися та базуватися

Рис. 2. Економічна сутність санації на підприємстві

Таблиця 1

Класифікація кризи на рівні підприємства

Назва	Основні ознаки
Стратегічна криза	Руйнація виробничого потенціалу, відсутність довгострокових факторів успіху
Криза зростання	Поставлена мета не досягнута в: реалізації збуту, рівні рентабельності, реалізації інвестиційного проекту та інше
Криза прибутковості	Витрати перевищують доходи, збитки негативно впливають на структуру балансу
Криза ліквідності	Неплатоспроможність підприємства чи загроза втрати платоспроможності
Криза ліквідації	Банкрутство, відсутність можливостей щодо проведення санації

на всебічної діагностиці діяльності та економічного стану підприємства.

Механізм санації – це підпорядкована система санаційних важелів, яка охоплює процес відновлення діяльності підприємства в комплексі, від моменту визначення кризи до виконання санаційної процедури, використання якої буде сприяти ефективному оздоровленню підприємства.

Основні принципи формування механізму санації підприємства визначені науковцями, як:

– пріоритетність процедури санації у ході справи про банкрутство;

– реабілітаційні заходи при банкрутстві використовуються при зворотній абсолютній неплатоспроможності,

– доцільним уважається проведення судової санації керівником підприємства,

– метою санації є видалення чи попередження загрози банкрутства, забезпечення найбільш ефективного використання потенціалу, адаптації до нових умов,

– критерії прийняття рішення комітетом кредиторів відносно санації повинні бути не тільки висновки незалежного аудиту, а й розробка концепції санації.

Метою фінансової санації є покриття поточних збитків та усунення причин їх виникнення, відновлення та збереження ліквідності і платоспроможності підприємств, скорочення всіх видів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу та формування фондів фінансових ресурсів, необхідних для проведення заходів із санації.

Класична модель санації це основа розробки механізму фінансової санації окремих підприємств. Алгоритм проведення складається з наступних дій:

– діагностика стану підприємства та аналіз причин виникнення кризової ситуації;

– рішення про ліквідацію та санацію;

– заходи з ліквідації чи санації;

– визначення цілей санації, формування санаційної стратегії;

– розробка санаційної програми та заходів;

– розробка програми санації, проекту;

– реалізація, координація, контроль за результатами, корекція.

Формування стратегічних цілей підприємства містить дослідження потенціалу підприємства, зовнішніх тенденцій.

Мета санаційного плану – відновлення платоспроможності та підвищення конкурентних переваг підприємства – боржника.

Принципи складання плану фінансового оздоровлення:

– Цільовий характер – при розробці та реалізації плану необхідно пам'ятати про головну мету, що стоїть перед керуючим;

– Системність – підприємство-боржник розглядається, як складна соціально-економічна система, яка має різні аспекти діяльності (юридичні, соціальні, фінансові, технічні та економічні);

– Структурність – припускає, як мінімум, трьох основних розділів: що характеризують поточний і майбутній стан підприємства, а також розділ, в якому формулюються санаційні заходи;

– Ймовірність – обґрунтоване і достовірне висвітлення проблематики кризи; логічність і ясність викладу плану.

Санація також може відбуватися шляхом об’єднання підприємств, які знаходяться на межі банкрутства, з більш міцною компанією за допомогою випуску нових акцій або облігацій для мобілізації грошового капіталу, збільшення банківських кредитів, перетворення короткострокової заборгованості на довгострокову, повної або часткової купівлі державою акцій підприємства, яке знаходиться на межі банкрутства [6].

Джерелами фінансування санації можуть бути власні та залучені (інвестиційні) кошти. Незважаючи на те, що для кожного підприємства необхідно індивідуально розробляти план санації, є основні принципи, які побудовані на світовому досвіді. При розробці плану санації кожен господарюючий суб’єкт повинен чітко уявляти мету проведення заходів, алгоритм їх використання та необхідний час для проведення. Також потрібен розрахунок інвестиційної підтримки та наявність спеціалістів – фахівців.

Розрізняють два види реакції підприємства на фінансову кризу:

1. Захисна стратегія
2. Наступальна стратегія

Захисна стратегія передбачає різке скорочення витрат, закриття та розпродаж окремих підрозділів підприємства, скорочення та розпродаж обладнання, звільнення персоналу, скорочення окремих частин ринкового сегмента, зменшення відпускних цін і (або) обсягів реалізації продукції.

Наступальна стратегія передбачає активні дії: модернізацію обладнання, впровадження нових технологій і ефективного маркетингу, підвищення цін, пошук нових ринків збуту продукції, розробку і реалізацію прогресивної стратегічної концепції контролінгу та управління.

Висновки з проведеного дослідження. У сучасних умовах актуальності набуває дослідження кризових ситуацій: їх виникнення, фактори впливу, ймовірність виникнення та подальший розвиток. Дослідження криз, а саме: виявлення їх перших ознак є особливо важливим для підприємств, що функціонують в умовах нестабільності та мінливості зовнішнього оточення. При виявленні ознак кризи керівництво підприємства повинно негайно впроваджувати санаційні заходи з метою запобігання банкрутства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мараховська Т.М., Слободянюк А.В. Фінансова криза на підприємстві: симптоми та фактори, що її спричиняють [Електронний ресурс] / Мараховська Т.М., Слободянюк А.В.. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64239.doc.htm
2. Судакова О.І. Формування системи управління економічною безпекою підприємництва // Економіка: проблеми теорії та практики. Зб. наук.пр. Вип. 231: В 9 т. – Том VIII. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С. 1652-1661.
3. Гришова І.Ю. Санація підприємства як чинник його фінансової захищеності / І.Ю. Гришова, І.П. Островська, А. Менкконен // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». – 2013. – №1. – С. 16-20.
4. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Антикризове управління підприємством: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2004. – 196 с.
5. Татькова З. Санація як вихід із фінансової кризи / З. Татькова. // Слово Національноїшколи суддів України. – 2013. – №2. – С. 48–57.
6. Хромушина Л. А. Санація балансу як метод антикризового фінансового менеджменту підприємства / Хромушина Л. А.. // Економіка. Управління. Інновації. – 2015. – №1. – С. 12–20.

REFERENCES:

1. Marakhovska T.M., Slobodianiuk A.V. Finansova kryza na pidpryiemstvi: symptomy ta faktory, shcho yii sprychyniaiut [Elektronnyi resurs] / Marakhovska T.M., Slobodianiuk A.V.. – 2010. – Rezhym dostupu do resursu: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64239.doc.htm
2. Sudakova O.I. Formuvannia systemy upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu pidpryiemnytstva // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. Zb. nauk.pr. Vyp. 231: V 9 t. – Tom VIII. – Dnipropetrovsk: DNU, 2007. – S. 1652-1661.
3. Hryshova I.Yu. Sanatsiia pidpryiemstva yak chynnyk yoho finansovoi zakhyshchenosti / I.Yu. Hryshova, I.P. Ostrovska, A. Menkkonen // Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seriia «Finansy i kredyt». – 2013. – #1. – S. 16-20.
4. Shershnova Z. Ye., Oborska S. V. Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvom: Navch.-metod. posib. dlia samost. vyvch. dysts. – K.: KNEU, 2004. – 196 s.
5. Tatkova Z. Sanatsiia yak vykhid iz finansovoi kryzy / Z. Tatkova. // Slovo Natsionalnoishkoly suddiv Ukrainy. – 2013. – #2. – S. 48–57.
6. Khromushyna L. A. Sanatsiia balansu yak metod antykryzovoho finansovoho menedzhmentu pidpryiemstva / Khromushyna L. A.. // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2015. – #1. – S. 12–20.

Kulikova L.V.
Senior Lecturer at Department of Enterprise Economics,
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

IDENTIFICATION OF FINANCIAL CRISIS AND FINANCIAL RECOVERY AT THE ENTERPRISE

The global crisis and the subsequent reform of the economic system of Ukraine, caused by European integration, led to an increase in financially insolvent enterprises. The losses of investors and shareholders increased. The volume of output and sales of products decreased. Goods and products of poor quality steel. Jobs are cut. All these factors negatively affect the country's economy. Therefore, it is important to study the factors of the crisis. It is necessary to carefully study not only the phases of the crisis but also the causes of its occurrence. If you identify the crisis on time, then you can use sanation to avoid bankruptcy.

The financial crisis is the phase of the enterprise's activity, which is characterized by an imbalance and limited opportunities for management to influence financial relations. At the enterprise there is a lack of financial resources, impossibility of payment of debts, unprofitable activity.

If the enterprise has a crisis situation, then it is necessary to use sanation measures.

Sanitation is a complex process. It provides for the improvement of the work of all components of the business entity to ensure the effectiveness of its activities in the long term.

The purpose of financial rehabilitation is to cover current losses and eliminate the causes of their occurrence, restore and maintain liquidity and solvency of enterprises. Financial sanitation reduces all types of debt. The structure of working capital and the formation of funds of financial resources necessary for carrying out sanitation measures are improving.

Sources of financing can be their own and attracted (investment) funds.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

INNOVATIVE APPROACHES OF PERSONNEL MANAGEMENT FUNCTIONS IMPLEMENTATION

УДК 330.341.1

Лизанець А.Г.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами
Мукачівський державний університет
Пугачевська К.Й.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами
Мукачівський державний університет

У статті обґрунтовано потребу та здійснено ідентифікацію чинників застосування інновацій у практиці управління персоналом. Розкрито сутність поняття «кадрова інновація», визначено її види. Здійснено аналіз пріоритетних інноваційних підходів до здійснення окремих функцій управління персоналом на підприємствах в сучасних умовах. Наголошено на доцільності запровадження кадрових інновацій як джерела конкурентної переваги.

Ключові слова: *управління персоналом, кадрова інновація, управління талантами, зворотне наставництво, HR-аналітика.*

В статье обоснована необходимость и осуществлена идентификация факторов применения инноваций в практике управления персоналом. Раскрыта сущность понятия «кадровая инновация», определены ее виды. Осуществлен анализ приоритетных инновационных подходов к осуществлению отдельных функций управления персоналом на предприятиях в современных условиях. Отмечена целесообразность внедрения кадровых инноваций как источника конкурентного преимущества предприятия.

Ключевые слова: *управление персоналом, кадровая инновация, управление талантами, обратное наставничество, HR-аналитика.*

In the article the necessity of HR innovations is substantiated. The factors causing the usage of innovations in HR practices are identified. The essence of the concept of «HR innovation» and its species are revealed. The analysis of innovative approaches of the personnel management functions implementation at the enterprises in modern conditions is represented. It is emphasized on the feasibility of introducing HR innovations as a source of competitive advantage.

Key words: *personnel management, personnel innovation, talent management, reverse mentoring, HR analytics.*

Постановка проблеми. Сучасна економіка характеризується надзвичайно швидкими темпами зміни бізнес-середовища, викликаних технологічними інноваціями, інтенсивним розвитком нових галузей та видів діяльності, змінами у потребах споживачів, посиленням конкуренції. За цих умов зростає роль персоналу, його здатності розвивати свій трудовий потенціал і використовувати потенційні можливості у сфері праці для досягнення цілей підприємства. Необхідність постійного приведення у відповідність характеристик персоналу вимогам підприємства, часу та бізнес-середовища викликають потребу впровадження сучасних інноваційних методів управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню різних тенденцій, які впливають на процеси управління персоналом сучасних підприємств, присвячені наукові праці ряду вітчизняних та зарубіжних науковців [1; 2; 3; 4; 7; 8; 10; 11]. Деякі з них акцентують увагу на технології реалізації окремих інноваційних підходів до управління трудовими ресурсами [4; 7; 8], інші досліджують досвід вирішення кадрових проблем у провідних організаціях чи розвинутих країнах [1; 10; 12; 13], можливості застосування сучасних технологій при реалізації кадрових завдань [2; 3; 11]. Разом з тим, актуальність і практична значущість вивчення, систематизації та поширення у діяльності вітчизняних підприємств сучасних інноваційних підходів до управління персоналом викликає необхідність подальших досліджень у даному напрямі.

Постановка завдання. Інновації виступають у якості джерела конкурентної переваги. У бізнесі на першому місці, як правило, технологічні та продуктові інновації. І хоча роль персоналу і людських ресурсів постійно зростає, а владання коштів у розвиток персоналу розглядається, як вигідна довгострокова інвестиція, поняття кадрової інновації є поки що недостатньо поширеним. Недостатньо дослідженим є і вплив кадрової інновації на організаційну ефективність. З огляду на це актуальним завданням є активне вивчення і впровадження інноваційних кадрових технологій у практику управління персоналом сучасних підприємств.

Метою статті є обґрунтування потреби, ідентифікація чинників застосування інновацій у практиці управління персоналом, а також визначення пріоритетних інноваційних концепцій та практичних прийомів здійснення окремих функцій управління персоналом на вітчизняних підприємствах у сучасних умовах.

Результати дослідження. Інновації можна розглядати як будь-який процес або результат. З точки зору бізнесу, інновація є генерацією нових ідей, постійний розвиток продукції, послуг і процесів та їх комерційне застосування. Найвідоміші тлумачні словники Заходу визначають інновацію, як нову ідею чи метод, які впроваджено для виготовлення будь-чого, тобто те, що ґрунтується на нових ідеях, технології тощо [9, с. 53].

Останнім часом за міжнародними стандартами інновацію визначено, як кінцевий результат відповідної діяльності, що втілений у новому чи вдосконаленому продукті, впровадженому на ринку, новому чи вдосконаленому технологічному про-

цесі, використовуваному у практичній діяльності, чи в новому підході до надання соціальних послуг [5]. Інновації як інструмент перетворення набули значного поширення у різних сферах діяльності соціальних суб'єктів (економічній, політичній, соціальній, психологічній, управлінській). Таке розуміння інновації дає можливість використовувати це поняття і щодо процесів управління персоналом.

На основі узагальнення наукових джерел та аналітичних матеріалів [1; 4; 12] виявлено, що до найбільш вагомих чинників, які впливають на діяльність підприємств та процеси управління персоналом у сучасному бізнес-середовищі, належать: нестабільна ситуація на національних, регіональних ринках; інформатизація, поширення цифрових технологій; швидке застарівання знань, технологій; зростання інтенсивності міграційних процесів; зростаюча індивідуаліза¬ція, формування індивіду-алізованого суспільства; постійна потреба у функціональній і чисельній адаптації персоналу до вимог операційної системи.

Нестабільна ситуація на національних, регіональних ринках, постійна невизначеність веде до частого перегляду бізнес-стратегій, реінжинірингу бізнес-процесів; потреби розробки і застосування нових управлінських технологій, у тому числі і щодо персоналу.

Інформатизація, поширення цифрових технологій змінюють поведінку людей у роботі і в спілкуванні. Широкі функціональні можливості сучасної комп'ютерної техніки і доступ до інтернет-ресурсів створюють умови для спільної роботи на національному і навіть міжнародному рівні в режимі реального часу практично в будь-якому виді діяльності. Зміна уявлення про традиційне робоче місце, поширення гнучкої зайнятості, технічна і соціальна мобільність руйнують залежність працівників від географії і ринків. Полегшений доступ до ресурсів розвитку сприяє удосконаленню як самих співробітників, так і результативності операційної діяльності.

Швидке застарівання знань, технологій зміщує пріоритети у роботі кадрової служби з пошуку та набору кадрів на неперервний розвиток персоналу, інвестиції у підвищення його трудового потенціалу, створення нових кар'єрних моделей, формування сучасних систем управління продуктивністю праці, заохочення горизонтальної мобільності кадрів.

Зростання інтенсивності міграційних процесів, наслідком чого все частіше стає нестача кваліфікованих кадрів, вимагає від роботодавців використання стратегії кадрового різноманіття, концепцій гнучкої робочої сили, впровадження сучасних підходів до управління кар'єрою.

Можливість працевлаштування за кордоном і отримання більш суттєвої матеріальної винагороди за виконану працю знижує конкурентоспроможність вітчизняних роботодавців. Для залучення, прикріплення і стримання відтоку робочої сили вітчизняні підприємства мають формувати ширшу пропозицію цікавої і корисної роботи. Виникає потреба формування і розвитку корпоративних та кадрових брендів, які мають привертати увагу потенційних носіїв робочої сили, що володіють ідеями та знаннями, необхідними для конкретних бізнес-проектів і поточної операційної діяльності.

Нарощування показників плинності і руху кадрів, потреба у функціональній і чисельній адаптації персоналу до вимог змінної операційної системи ведуть до диверсифікації, постійного ускладнення і підвищення трудомісткості виконання кадрових функцій, що у свою чергу спонукає підприємства шукати можливості підвищення результативності роботи кадрових служб.

Виявлені чинники впливу на процеси формування та управління трудовим потенціалом формують на підприємствах реальну потребу застосування кадрових інновацій.

Під кадровою інновацією у даному випадку слід розуміти нові методи, програми, практики, технології, системи управління персоналом, які впроваджені на конкретному підприємстві, застосовуються щодо потенційних чи залучених працівників і забезпечують необхідний соціальний або економічний результат від їх застосування.

Погоджуємося з думкою, що інновації у сфері управління персоналом можна розглядати з двох позицій: або, як нові, що підвищують ефективність діяльності організації, прийоми управління людськими ресурсами, або, як традиційні технології впровадження в кадрову роботу організації нововведень (традиційні управлінські технології впровадження інновацій).

Прикладом перших є нові способи впливу на персонал. Традиційна технологія впровадження інновацій припускає використання в рамках старої процедури нового елемента керування [4].

Подібно до технологічної чи продуктової, кадрова інновація може носити базисний, поліпшувальний характер або виступати в якості псевдоінновації. Вона може бути спрямована на окрему особу (потенційного кандидата на посаду чи працівника, з яким оформлено трудові відносини), робочу групу, трудовий колектив.

Кадрова інновація може охоплювати систему роботи з кадрами в цілому, або стосуватися технології реалізації однієї чи декількох функцій управління.

Загалом управління персоналом як вид діяльності представляє собою поєднання різних функцій. Кожна функція спрямована на розв'язання специфічних і різноманітних проблем взаємодії між підприємством та конкретним носієм робочої сили з приводу його залучення, використання, розвитку, стимулювання трудової поведінки тощо. Кількість, види і пріоритетність функцій управління

персоналом, а відповідно і методи їх реалізації не залишаються сталими з плином часу. Вони постійно модифікуються і змінюються під впливом зміни об'єкта управління з одного боку і чинників середовища господарювання з іншого. Саме цей факт і обумовлює потребу постійного застосування кадрових інновацій.

Ефективність кадрової інновації щодо визначеної функції управління персоналом виражається через її реалізаційний ефект: на характеристики і дії об'єкта управління (особи, робочої групи, трудового колективу); на показники ефективності управління персоналом (рівень використання персоналу, плинність кадрів, продуктивність праці, якість праці тощо); на кінцеві показники діяльності підприємства (обсяги виробництва, прибуток, рентабельність та ін.).

Пріоритетними функціями управління персоналом, реалізація яких в сучасних умовах вимагає застосування інноваційних методів та підходів, виступають: маркетинг персоналу та встановлення зв'язків з потенційними працівниками; залучення персоналу; управління навчанням і розвитком персоналу; закріплення кадрів та згуртування трудових колективів; управління використанням кадрів; моніторинг та аналіз ефективності використання персоналу; підвищення продуктивності і якості праці.

Розглянемо деякі з кадрових інновацій, які є актуальними для підвищення реалізаційного ефекту вищезазначених функцій управління персоналом.

В умовах ринкової економіки, коли робоча сила включена до товарного обміну поряд з іншими факторами виробництва, вона перетворилася на один із важливих об'єктів маркетингу. Традиційними маркетинговими інструментами впливу кадрових служб на ситуацію на ринку праці виступає політика підприємства щодо залучення, розвитку, мотивації та оцінки персоналу. В умовах конкуренції між носіями робочої сили та між роботодавцями зростає роль такого маркетингового інструмента, як кадрова реклама, яка покликана формувати інтерес до даного роботодавця, сприяти встановленню зв'язків з потенційними працівниками.

Поряд з традиційними методами здійснення пошуку кандидатів на посади засобами маркетингу (оголошення в засобах масової інформації, зустрічі з випускниками навчальних закладів, звернення до служб зайнятості, дні відкритих дверей, ярмарки вакансій, пошук через кадрові агентства та мережу Інтернет) провідні підприємства все частіше застосовують соціальні мережі для здійснення даної функції.

Для кадрових служб соціальні мережі можуть бути корисні у наступних напрямах: формування зв'язків з потенційними кандидатами на посаду та перевірка інформації про вже наявних кандидатів.

Формування бажання потенційного працівника отримати робоче місце на конкретному підприємстві може формуватися задовго до безпосереднього контакту з роботодавцем. Воно може з'явитися (зникнути) у процесі отримання інформації про підприємство. Перші враження мають вирішальне значення, і використання Інтернету для оцінки кадрового бренду і формування думки про бажаність потенційних роботодавців стає критичною.

Згідно результатів дослідження Accenture щодо «використання технологій», кожна четверта особа використовує соціальні мережі для дослідження роботодавців, начальників, клієнтів і постачальників послуг [15]. Той факт, що майже всі компанії, які отримують найвищі рейтинги з боку носіїв робочої сили при обстеженні Top Career, мають сторінку Facebook, яка присвячена кар'єрі, тільки підсилює це твердження [13].

Надихаючий інтерактивний кар'єрний портал привертає увагу кандидатів на посади набагато більше, ніж дешеві розпродажі на ярмарку вакансій.

Сучасні провідні організації світу інвестують значні кошти у формування інтегрованих кар'єрних сайтів, які дають можливість кандидатам відчути дружнє відношення до них роботодавця, за допомогою блогів зі співробітниками та відео-презентацій отримати повнішу інформацію про підприємство, його амбітні плани, кадрову політику і перспективи кар'єрного зростання. До 80% компаній у світі використовують соціальні мережі для підбору кадрів. 95% з них використовують для цих цілей мережу LinkedIn.

Поряд з LinkedIn.com найбільш популярними в Україні на сьогодні є такі соціальні мережі, як: Facebook.com; Moikrug.ru (один із сервісів Яндекса, який за функціоналом аналогічний LinkedIn); Odnoklassniki.ru та Vkontakte.ru.

Відповідно до Указу Президента України №133/2017 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» [6], введено ряд обмежувальних заходів, які передбачають заборону Інтернет-провайдерам надання послуг з доступу користувачам мережі Інтернет до ресурсів сервісів Vkontakte.ru» (www.vk.com) та Odnoklassniki.ru (www.ok.ru), а також сервісів ТОВ «Яндекс». Такі дії з боку керівництва держави носять об'єктивний характер і викликані політичними чинниками. Вони обмежать доступ до відповідних ресурсів та поступово зменшуватимуть можливість їх застосування у рекрутингових цілях.

Але, як відомо, попит породжує пропозицію. Обмеження пропозиції якісних соціальних мереж в Україні через заборону російських сервісів поступово спонукатиме провайдерів і користува-

чів цих послуг шукати альтернативи і спонукатиме до появи нових альтернативних ресурсів з подібними функціональними можливостями. Хорошими перспективами у цьому плані володіють такі існуючі національні мережі, як: http://druzi.org.ua, http://ukrface.com.ua, http://vsitut.com/, http://www.uamodna.com/.

Крім соціальних мереж, варто вивчати блоги: livejournal.com, blogspot.com, blog.ru, liveinternet.ru та мікроблоги Twitter, chikchirik. У них людина часто більш розкріпачена, тут більше «живих» повідомлень.

Організації все частіше використовують блоги в якості інструменту стратегічного рекрутингу. Блоги можуть виступати складовою корпоративної кадрової культури з динамічним змістом. Блог є відмінним способом публікації інформації, яка актуальна і цікава для пасивних кандидатів. Вони можуть бути також використані для ведення діалогу з кандидатами. Ведення блогу може стати миттєвим механізмом зворотного зв'язку, який займає менше часу, ніж, наприклад, управління онлайн-опитуванням.

З іншого боку соціальні мережі можуть давати інформацію роботодавцям про кандидата. Часто може бути корисно дізнатися про інтереси знайденого фахівця, його коло спілкування, зокрема список груп, в яких зареєстрований кандидат, і його активність у цих групах. Корисним джерелом інформації для роботодавця може стати аналіз того, які додатки використовує конкретна особа, а також і їх кількість. У Facebook є функція, яка транслює всю активність людини в Інтернеті, так що тут можна швидко отримати всі необхідні відомості.

У соціальних мережах можна зробити ще одне важливе спостереження, а саме: чи виявляє там активність кандидат в робочий час і відповідно чи буде він замість виконання своїх прямих обов'язків проводити час в Інтернеті.

Наступна функція управління персоналом, яка підлягає інноваційним змінам в сучасних умовах, є організація залучення персоналу та формування з ним трудових відносин. Сучасні підприємства для проведення відбору персоналу з множини кандидатів все частіше використовують тисячолітні переваги зв'язку. На зміну традиційним співбесідам приходять он-лайн інтерв'ю, що проводяться через Skype або Viber. На сьогодні проведення віртуальних інтерв'ю не розглядаються як крайня міра, а скоріше як стратегічний вибір роботодавця, оскільки такі платформи не тільки дешевші за традиційний контакт особи з особою, але і дозволяють зекономити час учасників та є психологічно легшими для сприйняття і здійснення з боку потенційного кандидата.

Традиційна процедура відбору кандидата на посаду передбачає точне визначення того, хто саме потрібен підприємству. Це здійснюється за допомогою посадових інструкцій, кваліфікаційних карт та карт компетенцій. У сучасних умовах ряд підприємств відмовляються від посадових інструкцій (JDs) як відформатованих описів роботи. Оскільки організаційні потреби швидко змінюються, більшість посадових інструкцій швидко застарівають і реальні функції співробітника не співпадають з тим, що у них зазначено.

Якби співробітники робили лише те, що зазначено у їх посадових інструкціях багато організацій заморозило б свій розвиток. «Робота за правилами», тобто згідно інструкції, часто звучить, як загроза.

Інноваційним методом формування трудових відносин і визначення реальних функцій співробітника в організації може стати надання можливості працівникам мати «портфель кар'єри». «Портфель кар'єри» повинен передбачати зміну ролей та функціональних обов'язків працівника під впливом організаційних змін. Результатом цього може стати акцент особи на своїх сильних сторонах (підприємницькі здібності, знання іноземних мов чи інформаційних технологій…) і умотивованості до постійного розвитку як можливості примноження продуктивності індивідуальної діяльності.

Працевлаштовуючись на роботу, сучасна молодь має зовсім інші очікування від робочого місця, ніж попередні покоління. Замість того, аби узгоджувати прагнення кандидатів з потребами підприємства, сучасні роботодавці вважають за доцільне створювати робоче місце під конкретного кандидата. «Якщо є хтось, хто має особливий дар, створіть заголовок для нього, який би підходив під його конкретний набір навичок» [10].

З іншого боку, постійне впровадження нових технологій, реінжиніринг бізнес-процесів вимагає залучення не покірного пасивного виконавця, який чітко слідує інструкції, а працівників з новими ідеями, з новими нестандартними підходами, здатних зруйнувати стереотипи, що склалися.

Орієнтація сучасних роботодавців на залучення і ефективне використання унікальних та екстраординарних здібностей своїх співробітників знаходить своє відображення у такій прогресивній технології управління персоналом, як концепція «управління талантами», яка була розроблена та впроваджена у практику ще у 90-х роках XX століття [3, с. 52].

Побудова системи управління талантами передбачає категоризацію і сегментацію персоналу на групи за трьома критеріями: ефективність, потенціал, компетенції. Це необхідно для того, щоб диференціювати зусилля і витрати підприємства на персонал залежно від цінності тієї чи іншої групи співробітників. Такий підхід дозволяє ідентифікувати найцінніших співробітників, розвивати, утримувати їх і мотивувати їх розвиток, призначати на посади, де їх здібності дадуть най-

більшу віддачу для бізнесу. З іншого боку, сегментація допомагає диференціювати інвестиції в різні групи працівників, максимізуючи при цьому ефект від їх використання.

Концепція «управління талантами» належить до кадрових інновацій, які стосуються реалізації такої функції менеджменту персоналу, як управління його розвитком.

Люди часто думають, що чим довше вони працюють в організації, тим більше вони знають, і тим менше потрібно вчитися. Проте, молоді співробітники, які тільки-но працевлаштувалися, часто мають нові навички та досвід, стають джерелом нових оригінальних ідей, запроваджують нові методи роботи, що дають більшу віддачу, ніж традиційні методи, що вже впроваджені давно. У зв'язку з цим роботодавці все частіше розуміють, що навчання «зверху вниз» не завжди доцільно, особливо там, де при виконанні роботи використовують соціальні медіа та інформаційні технології. На практиці отримує все більшого поширення така інноваційна технологія, як «зворотне наставництво». При зворотному наставництві, молодший член команди входить у «професійну дружбу» з кимось старшим (хто працевлаштований набагато раніше), і вони обмінюються навичками, знаннями і розуміннями. Зворотне наставництво визнає, що є прогалини навичок з обох сторін, і що кожна людина може подолати свої слабкі сторони за допомогою сильних сторін іншого учасника.

Іншим ефективним інноваційним інструментом розвитку персоналу є використання корпоративних навчальних центрів або корпоративних університетів. Їх основна мета полягає у тому, щоб досягти високих стандартів ведення бізнесу і спрямувати діяльність на ключові бізнес-процеси і стандарти. Корпоративні університети, крім забезпечення власне розвитку персоналу, відіграють ролі центру розвитку лідерства, стратегічної платформи та навчальної мережі [11].

Центральною функцією управління персоналом підприємства залишається моніторинг та аналіз результативності праці персоналу. Так згідно інформації, представленої у щорічному звіті БКГ «Creating People Advantage: How to Set Up Great HR Functions» [12], пріоритетними концепціями у сфері HR-функцій у сучасних умовах виступають управління талантами; управління залученістю, поведінкою і культурою; HR-аналітика.

HR-аналітика є однією з прогресивних технологій здійснення аналізу ефективності використання трудових ресурсів на рівні підприємства. В основі HR-аналітики лежить аналіз даних для складання прогнозів, а також моніторингу та вдосконалення HR-процесів. Аналітичні технології у сфері управління персоналом розширюють спектр своєї дії. Вони об'єднують як дані про персонал, так і дані про сам бізнес, що дозволяє в режимі реального часу вирішувати широке коло кадрових проблем: аналіз та прогнозування кадрових ризиків, пошук кандидатів з високим трудовим потенціалом, визначення характеристик високопродуктивних робочих груп, аналіз залученості кадрів, виявлення найбільш ефективних способів розвитку кар'єри і лідерських якостей кандидатів і залученого персоналу.

Аналітичні кадрові технології стають все більш доступні для середньостатистичних підприємств. Вони вбудовані у більшість програм ERP (Enterprise Resource Planning – Управління ресурсами підприємства), систем з управління талантами, текстових і семантичних інструментів аналізу, а також рекрутингових і навчальних програм.

Дієвим інструментом здійснення HR-аналітики кадровими службами є впровадження сучасних автоматизованих систем управління кадрами. У їх складі виділяють: багатофункціональні експертні системи, які можуть проводити профорієнтацію, відбір, атестацію співробітників; експертні системи для групового аналізу персоналу; комплексні системи управління персоналом [2]. Серед найбільш відомих зарубіжних автоматизованих програм управління персоналом виділяють: SAP Human Resources Management System, Oracle Human Resources Analyzer, Renaissance Human Resources/ Payroll, Rodertson & Blums Payroll 3.1, Scala HR.

Найбільш відомими програмними продуктами з управління персо-налом в Україні є: «Inteam: Діловодство», програма «PersonPro 2.0» та «PersonPro 2.0 SQL»; «1С: Підприємство 7.7: конфігурація «Зарплата+кадри для України»; «Відділ кадрів» пакету X – DOOR.

Їх застосування зменшить трудомісткість та підвищить якість виконання функцій кадровими службами, дозволить накопичувати, систематизувати інформацію про персонал, а також здійснювати поглиблений аналіз ефективності використання різних професійних, вікових, статевих, кваліфікаційних та інших груп працівників.

Висновки з проведеного дослідження. Застосування інновацій є об'єктивною необхідністю підвищення якості та результативності здійснення функцій управління персоналом у сучасних умовах. Для підтримки власної конкурентоспроможності на ринку праці сучасні роботодавці повинні приділяти суттєву увагу реалізації кадрової стратегії, формувати систему управління талантами, інвестувати у розвиток персоналу, забезпечувати реалізацію кар'єрних планів, широко застосовувати інформаційні та аналітичні кадрові технології. Подальші дослідження мають бути зорієнтовані на вивчення впливу окремих кадрових інновацій на ефективність управління персоналом та організаційну ефективність загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Василик А.В. Сучасні виклики та інноваційні практики управління персоналом / А. В. Василик // Соціально-трудові відносини: теорія та практика . – 2014. – № 1. – С. 306-314.
2. Головань Д.В. Застосування сучасних автоматизованих систем управління персоналом / Д.В. Головань // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2013, № 1 (21). – С. 77-85.
3. Демичева М.Ю. Подходы к управлению талантами // Инновационные технологии управления человеческими ресурсами: коллективная монография / Под редакцией к.э.н. А.А. Корсаковой, д.е.н. Е.С. Яхонтовой. – М.: МЭСИ, 2012. – С. 52–63.
4. Кудрявцева Е.И. Инновационные технологии в кадровом менеджменте / Кудрявцева Е.И., Голянич В.М. // Управленческое консультирование. – 2013. – № 2. – С. 5–16. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sziu.ru/publication/650/rossijskij-nauchno-prakticheskij-zhurnal-upravlencheskoe-konsultirovanie
5. Статистика науки и инноваций: Краткий терминологический словарь / Под ред. Л.М. Гохберга. – М.: Центр исследований и статистики науки, 1996 – 230 с.
6. Указ президента України №133/2017. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850
7. Червінська Л.П. Управління інноваційною діяльністю персоналу: монографія / Л.П. Червінська.– К.: КНЕУ, 2014. – 194 с.
8. Яхонтова Е.С. Инновационные технологии управления культурой // Инновационные технологи управления человеческими ресурсами: коллективная монография / Под редакцией к.э.н. А.А. Корсаковой, д.с.н. Е.С. Яхонтовой. – М.: МЭСИ, 2012. – С. 87–99.
9. Collins Cobuild English Language dictionary – London, 1987. – P. 53. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english
10. Chris van Mossevelde 4 Best Practices to Take from Google, Facebook, Netflix and Zappos Buzz Insights Jan 28, 2014. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://universumglobal.com/articles/2014/01/4-best-practices-to-take-from-google-facebook-netflix-and-zappos/
11. Corporate Universities: An Engine for Human Capital / Philipp Kolo, Rainer Strack, Philippe Cavat, Roselinde Torres, Vikram Bhalla // July, 2013/ – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.bcgperspectives.com/Images/Corporate_Universities_Jul_2013tcm80-140415.pdf
12. Creating People Advantage 2014-2015: How to Set Up Great HR Functions/ Rainer Strack, Jean-Michel Caye, Carsten von der Linden and others // December 01, 2014. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.bcgperspectives.com/content/articles
13. Joe Walker, “Firms Invest Big in Career Sites,” The Wall Street Journal Online, June 8, 2010. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://online.wsj.com/article/

REFERENCES:

1. Vasylyk A.V. Suchasni vyklyky ta innovatsiini praktyky upravlinnia personalom / A. V. Vasylyk // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka . – 2014. – # 1. – S. 306-314.
2. Holovan D.V. Zastosuvannia suchasnykh avtomatyzovanykh system upravlinnia personalom / D.V.Holovan // Ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky, 2013, # 1 (21) – s. 77-85.
3. Demicheva M.Yu. Podkhody k upravleniyu talantami // Innovatsionnye tekhnologii upravleniya chelovecheskimi resursami: kollektivnaya monografiya / Pod redaktsiey k.e.n. A.A. Korsakovoy, d.e.n. E.S. Yakhontovoy. – M.: MESI, 2012. – S. 52–63.
4. Kudryavtseva E.I. Innovatsionnye tekhnologii v kadrovom menedzhmente / Kudryavtseva E.I., Golyanich V.M. // Upravlencheskoe konsul'tirovanie. – 2013. – № 2. – S. 5–16. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: www.sziu.ru/publication/650/rossijskij-nauchno-prakticheskij-zhurnal-upravlencheskoe-konsultirovanie
5. Statistika nauki i innovatsiy: Kratkiy terminologicheskiy slovar' / Pod red. L.M. Gokhberga. – M.: Tsentr issledovaniy i statistiki nauki, 1996 – 230s.
6. Ukaz prezydenta Ukrainy #133/2017. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu: http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850
7. Chervinska L.P. Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu personalu: monohrafiia / L.P. Chervinska. – K.: KNEU, 2014. – 194 s.
8. Yakhontova E.S. Innovatsionnye tekhnologii upravleniya kul'turoy // Innovatsionnye tekhnologi upravleniya chelovecheskimi resursami: kollektivnaya monografiya / Pod redaktsiey k.e.n. A.A. Korsakovoy, d.s.n. E.S. Yakhontovoy. – M.: MESI, 2012. – S. 87–99.
9. Collins Cobuild English Language dictionary – London, 1987. – P. 53. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english
10. Chris van Mossevelde 4 Best Practices to Take from Google, Facebook, Netflix and Zappos Buzz Insights Jan 28, 2014. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu: http://universumglobal.com/articles/2014/01/4-best-practices-to-take-from-google-facebook-netflix-and-zappos/
11. Corporate Universities: An Engine for Human Capital / Philipp Kolo, Rainer Strack, Philippe Cavat, Roselinde Torres, Vikram Bhalla // July, 2013/ – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu: https://www.bcgperspectives.com/Images/Corporate_Universities_Jul_2013tcm80-140415.pdf
12. Creating People Advantage 2014-2015: How to Set Up Great HR Functions/ Rainer Strack, Jean-Michel Caye, Carsten von der Linden and others // December 01, 2014. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu: https://www.bcgperspectives.com/content/articles
13. Joe Walker, “Firms Invest Big in Career Sites,” The Wall Street Journal Online, June 8, 2010. – Elektronnyi resurs. – Rezhym dostupu: http://online.wsj.com/article/

Lyzanets A.H.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management and Economic Process Management
Mukachevo State University
Puhachevska K.Y.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management and Economic Process Management
Mukachevo State University

INNOVATIVE APPROACHES OF PERSONNEL MANAGEMENT FUNCTIONS IMPLEMENTATION

In the article the necessity of HR innovations is substantiated. The factors causing the usage of innovations in HR practices are identified. The most important factors that affect the personnel management processes in today's business environment include: uncertainties in the domestic and regional markets; digital distribution; the rapid obsolescence of knowledge; increase of migration intensity; the constant need for functional and numerical adaptation of personnel to the requirements of the operating system etc.

Own understanding of the concept of “human resource innovation” based on the analysis and systematization of various scholars views is proposed. Like the technology or product innovation, HR innovation may be basic, improving or act as pseudo innovation. It can be directed at an individual, work group or staff. HR innovation may be directed towards HR system as a whole, or concern the technology implementation in one or more HR management functions.

The main functions of personnel management, the implementation of which require the usage of innovative approaches are: marketing personnel and establishment links with potential employees; personnel involvement; management training and development of staff; personnel consolidation; management of staff usage; monitoring and analysis of personnel efficiency; work productivity and quality improvement.

The article also analyses the priority innovative approaches to the implementation of certain functions of personnel management. These include, in particular, the usage of social media in recruiting purposes and for formation of corporate culture, creating a «portfolio career» reverse mentoring, talent management, HR-analytics, introduction of modern automated control systems etc. The practical value of these approaches is to improve the quality of HR functions performance at the enterprises. Prospects for further research in this direction are to study the influence of individual HR innovation on organizational performance.

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

STRUCTURAL AND FUNCTIONAL MODEL OF MANAGEMENT OF FINANCIAL SECURITY OF THE CONSTRUCTION COMPANY

УДК 658.1:005.915

Литовченко О.Ю.
к.е.н., доцент
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

У статті розглянуто підхід до управління фінансовою безпекою підприємства за допомогою структурно-функціонального моделювання програмному продукті BPwin за стандартом IDEF0. Обґрунтовано переваги використання інструментів структурно-функціонального моделювання в процесі управління підприємством.
Ключові слова: *моделювання, бізнес-процес, фінансова безпека, підприємство, управління.*

К статье рассмотрен подход к управлению финансовой безопасностью предприятия с помощью структурно-функционального моделирования в программном продукте BPwin по стандарту IDEF0. Обоснованы преимущества использования инструментов структурно-функционального моделирования в процессе управления предприятием.
Ключевые слова: *моделирование, бизнес-процесс, финансовая безопасность, предприятие, управление.*

To the article the approach to management of financial security of enterprise with the help of structural-functional modeling of the process of management of financial security of enterprise in the software product BPwin the IDEF0 standard. The advantages of using tools of structural and functional modeling in the process of enterprise management.
Key words: *modeling, business process, financial security, enterprise, management.*

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання вимагають від суб'єктів підприємницької діяльності виконання досить складних завдань захисту економічних інтересів підприємства та забезпечення його стабільного розвитку, як наслідок, наявність адекватної системи управління фінансовою безпекою підприємства зростає. Це потребує удосконалення існуючих підходів до управління фінансовою безпекою підприємства, визначення їх недоліків та можливостей використання. У зв'язку з цим постає завдання обрати відповідну методику, яка дозволить наочно спостерігати за процесом управління фінансовою безпекою та своєчасно вносити до нього корективи відповідно до існуючих недоліків, що формуються під впливом мінливого зовнішнього середовища.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження: Проблемам забезпечення фінансової безпеки на рівні підприємства присвячено багато наукових праць. Питання сутності фінансової безпеки розглядалися такими авторами, як: Абалкін Л., Барановський О., Богданов І. Бурцев В., Вершинін В., Єрмошенко М., Фокіна Н., Шніпко О. й інші.

Фінансову безпеку, як об'єкт управління та відповідний механізм такого управління, досліджували вчені - економісти: Ареф'єва О., Бланк І., Геєць В., Сєрик Н., Кузенко Т., Сабліна Н., Алєксандров І., Орлова О., Пойда-Носик Н., Пластун О., Горячева К. Проте, площина методичного забезпечення процесу управління фінансовою безпекою підприємства за рахунок використання сучасних засобів обробки економічної інформації залишається недостатньо розробленою як у теоретичному, так і практичному плані.

Постановка завдання. Відповідно до означеної потреби в удосконаленні методичного забезпечення процесу управління фінансовою безпекою підприємства виникає необхідність обґрунтування та побудови структурно-функціональної моделі управління фінансовою безпекою суб'єкта господарювання.

Виклад основного матеріалу. Для організації ефективного процесу управління фінансовою безпекою підприємства, пропонується використати структурно-функціональну модель управління даним процесом. Для цього застосуємо методологію IDEF, яка в останній час набула особливої популярності у сфері моделювання бізнес-процесів.

У загальну методологію IDEF входять такі методології моделювання, як: IDEF0 (використовується для створення функціональної моделі, що відображає структуру і функції системи, а також потоки інформації і матеріальних об'єктів, що зв'язують ці функції), IDEF1 (застосовується для побудови інформаційної моделі, що відображає структуру та зміст інформаційних потоків, необхідних для підтримки функцій системи), IDEF2 (дозволяє побудувати динамічну модель змінних у часі поведінки функцій, інформації і ресурсів системи).

Основу підходу і, як наслідок, методології IDEF0, складає графічна мова опису (моделювання) систем, що відрізняється здатністю наочно демонструвати широкий спектр ділових, виробничих та інших процесів і операцій підприємства на будь-якому рівні деталізації. За допомогою графічних образів, що використовуються у цій моделі, можна отримати точний та лаконічний опис модельованих об'єктів, забезпечити зручність використання і інтерпретації цього опису, не перевантажувати створювану модель зайвими даними [1].

Першим етапом моделювання є створення комплексного зображення існуючої моделі. Існуюча модель управління, тобто та, що безпосередньо застосовується на підприємстві, позначається,

як AS-IS. Дана модель дозволяє систематизувати процеси, що протікають у даний момент, а також інформаційні об'єкти, які використовуються. На основі цього виявляються «вузькі місця» в організації та взаємодії бізнес-процесів, визначається необхідність тих чи інших змін у існуючій структурі [2].

Отже, побудуємо комплексну схему для процесу управління фінансовою безпекою на підприємстві ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера» з точки зору фінансового аналітика та з метою виявити недоліки і запропонувати рекомендації по удосконаленню існуючої моделі.

Серед об'єктів, що мають вплив на процес управління фінансовою безпекою підприємства виділяються: вхідні дані – статистичні дані, фінансова звітність підприємства (баланс, звіт про фінансові результати), інформація про стан зовнішнього середовища; ресурси та персонал – фінансовий директор, фінансовий аналітик, АРМ; контрольні об'єкти – стратегія розвитку підприємства, методичне забезпечення з аналізу та оцінки фінансової безпеки підприємства, прогнози розвитку економічної та політичної ситуації у країні; та вихідні дані – рекомендації щодо удосконалення процесу. Комплексна схема процесу управління фінансовою безпекою на підприємстві ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера» представлена на рис. 1.

Згідно до рис. 1., управління фінансовою безпекою підприємства здійснюється шляхом обробки показників діяльності підприємства та оцінки стану зовнішнього середовища керівниками підприємства, аналітичним відділом на АРМ. Весь процес управління фінансовою безпекою визначається стратегією розвитку підприємства та прогнозними даними розвитку економічної та політичної ситуації у країні, виконується із застосуванням і згідно до методичних рекомендацій з аналізу та оцінки фінансової безпеки підприємства. Результатом процесу обробки вхідної інформації є вихідний об'єкт – пропозиції щодо вдосконалення процесу управління фінансовою безпекою підприємства. Для кращого розуміння процесу управління фінансовою безпекою, розглянемо його у розгорнутому варіанті. Більш детально процес управління фінансовою безпекою на ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера» представлений на рис. 2 [3].

Тобто модель управління фінансовою безпекою підприємства на даний момент складається із чотирьох основних процесів. Спершу вхідні дані надходять до аналітичного відділу компанії, який здійснює аналіз діяльності підприємств всієї будівельної галузі, застосовуючи при цьому методику кластерного аналізу, а також розраховує необхідні коефіцієнти, що характеризують фінансовий стан підприємств галузі в цілому. Також на основі даних фінансової звітності компанії відділ здійснює аналіз фінансового стану та рівня фінансової безпеки окремо для свого підприємства, використовуючи методику вертикального та горизонтального аналізу та методику коефіцієнтного аналізу. За результатами проведеної оцінки фінансового стану власного підприємства та інших підприємств галузі

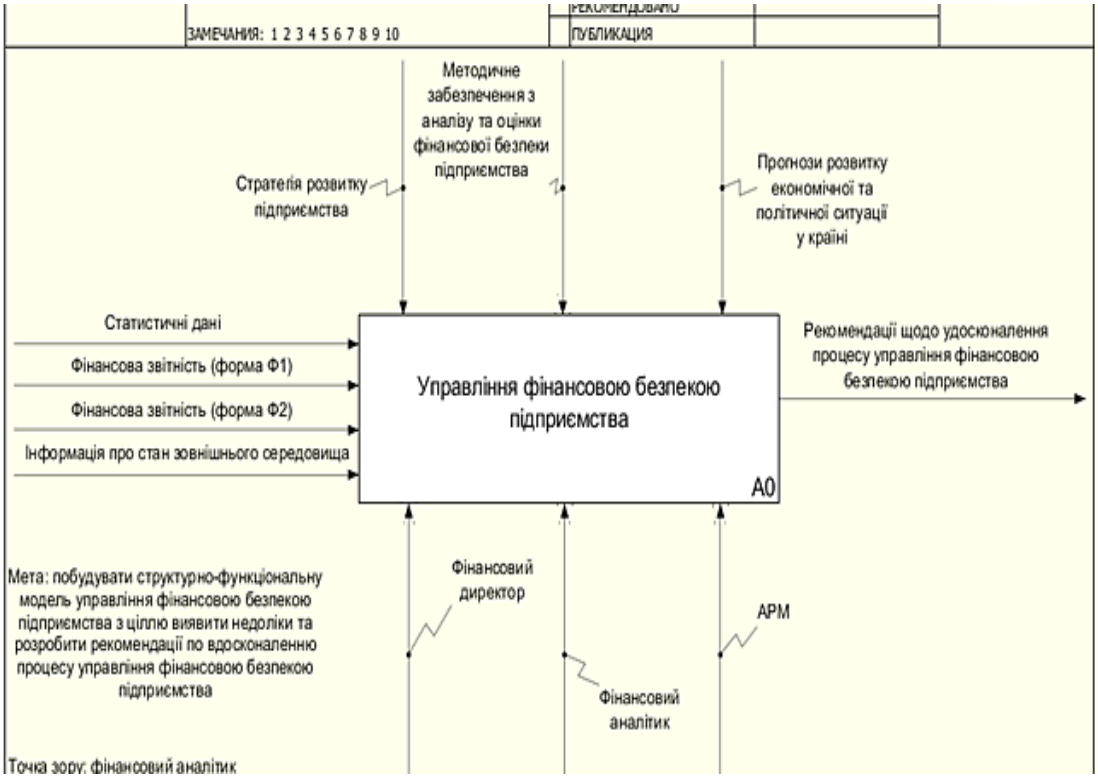


Рис. 1. Комплексна схема процесу управління фінансовою безпекою підприємства ТОВ «Будівельна компанія «Укртехносфера»

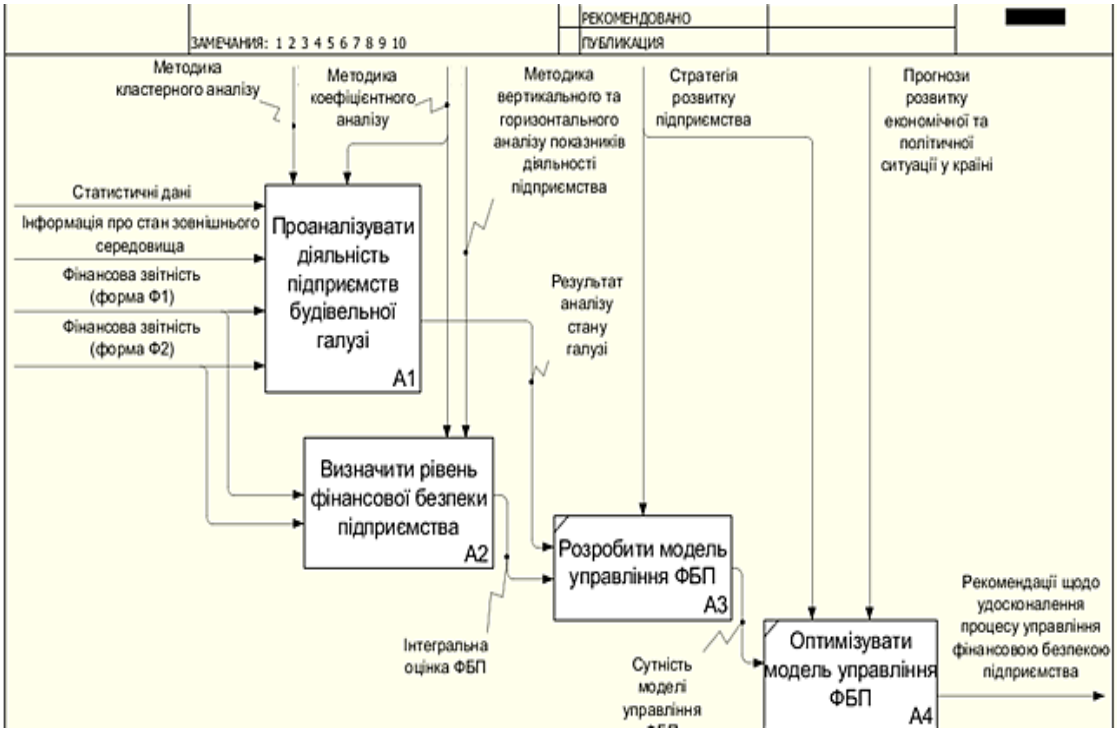


Рис. 2. Декомпозиція блоку моделі AS-IS «Управління фінансовою безпекою підприємства»

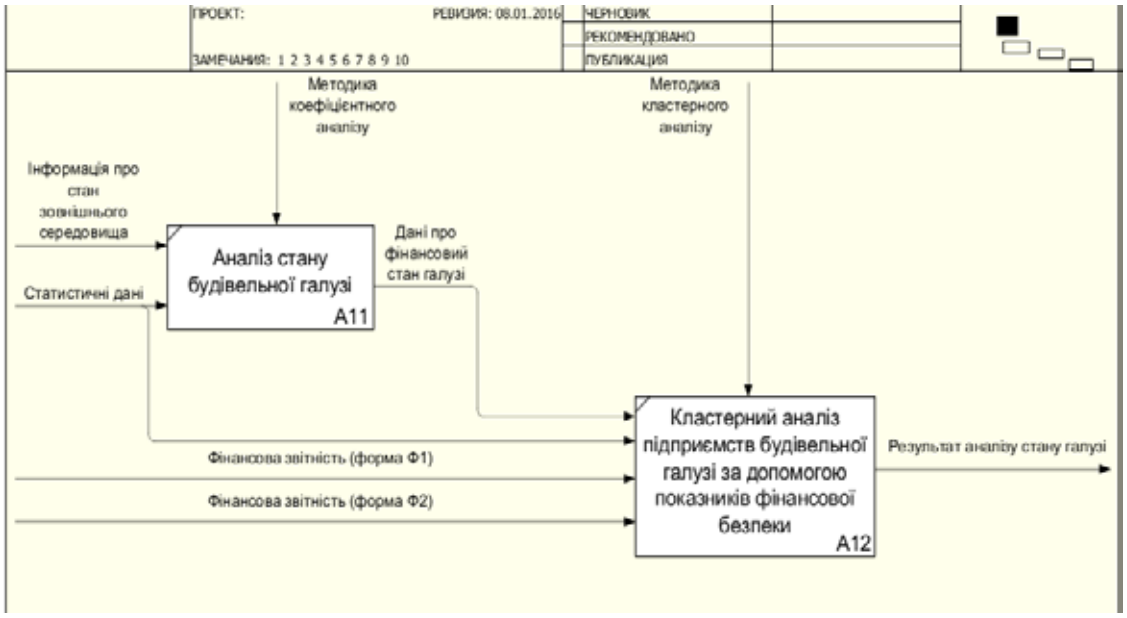


Рис. 3. Декомпозиція блоку моделі AS-IS «Проаналізувати діяльність підприємств будівельної галузі»

розробляється модель управління фінансовою безпекою, яка на наступному етапі оптимізується в залежності від обраної стратегії підприємства та прогнозів розвитку економічної та політичної ситуації у країні.

Прийняття рішень у сфері управління фінансовою безпекою підприємства базується в першу чергу на детальній оцінці стану галузі та аналізі діяльності підприємства. Розглянемо докладніше окремий блок моделі – процес аналізу підприємств будівельної галузі (рис. 3).

Аналіз стану галузі проходить у два етапи із застосуванням методів коефіцієнтного аналізу та кластерного аналізу. До фінансових показників, що розраховуються у процесі коефіцієнтного аналізу належать коефіцієнт автономії, коефіцієнт рентабельності оборотних активів, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт фінансового ризику, коефі-

цієнт рентабельності продаж тощо. Після розрахунку даних показників для підприємств будівельної галузі відбувається їх групування у кластери та проводиться порівняльна оцінка кластерів. За результатами проведеного аналізу отримуються дані про стан галузі, які є вхідними для процесу розробки моделі управління фінансовою безпекою.

Розглянемо процес оцінки та аналізу діяльності підприємства та рівня його фінансової безпеки (рис. 4).

Аналіз рівня фінансової безпеки підприємства починається із визначення підходу до його оцінки. На нашу думку, для ефективного забезпечення фінансової безпеки підприємства необхідний системний підхід, який припускає, що необхідно враховувати всі умови його діяльності, а сам механізм управління повинен мати чітко окреслені елементи, схему їх дії та взаємодії. На основі обраного підходу визначається набір показників, які необхідно проаналізувати для встановлення рівня фінансової безпеки підприємства. За результатами аналізу показників складається інтегральна оцінка рівня фінансової безпеки суб'єкта господарської діяльності [4].

Дана модель має певні недоліки, а тому не може повною мірою забезпечувати ефективне управління фінансовою безпекою підприємства. До таких недоліків належать:

присутній в моделі аналіз галузі передбачає лише дослідження повною мірою кількісних характеристик, не передбачає дослідження якісних;

присутній в моделі аналіз показників діяльності підприємства не передбачає дослідження якісних характеристик та не враховує ступінь впливу окремих факторів на стан його фінансової безпеки;

модель не передбачає можливість зміни стратегії підприємства і необхідність адаптації процесу управління фінансовою безпекою підприємства до нових стратегічних цілей [2].

Враховуючи існування даних недоліків, є доцільним розробити вдосконалену модель управління фінансовою безпекою підприємства, тобто таку, яка мала б застосовуватися для ефективного виконання процесу. Подібна модель має позначення TO-BE і складається на основі моделі AS-IS, шляхом виявлення «вузьких місць» із ліквідацією недоліків у існуючій організації бізнес-процесів, а також з їх удосконаленням та оптимізацією.

За час своєї довготривалої діяльності підприємство має змогу змінювати свою первісну стратегію задля досягнення своїх фінансових інтересів та здійснення місії свого існування. Обираючи стратегію розвитку (шляхом виходу на нові ринки, розширення асортименту продукції чи діапазону послуг, збільшення дилерської мережі тощо), підприємство стикається із певними загрозами власним фінансовим інтересам, а тому потребує впевненості у своїй фінансовій безпеці.

Навіть якщо підприємство обирає стратегію стабільності, зміна зовнішніх чинників може викликати необхідність захисту від загроз, перехід до стратегії виживання та адаптацію моделі управління фінансовою безпекою підприємства до нових умов. До таких зовнішніх чинників можна віднести економічну нестабільність, кризові явища, зростання та посилення конкуренції, посилення контролю з боку держави, зміну курсу валют, інфляцію тощо [5].

Удосконалена модель управління фінансовою безпекою підприємства у розгорнутому вигляді представлена наступним чином (рис. 5).

Отже, вдосконалена модель управління фінансовою безпекою підприємства складається із п'яти взаємопов'язаних процесів. У даній моделі,

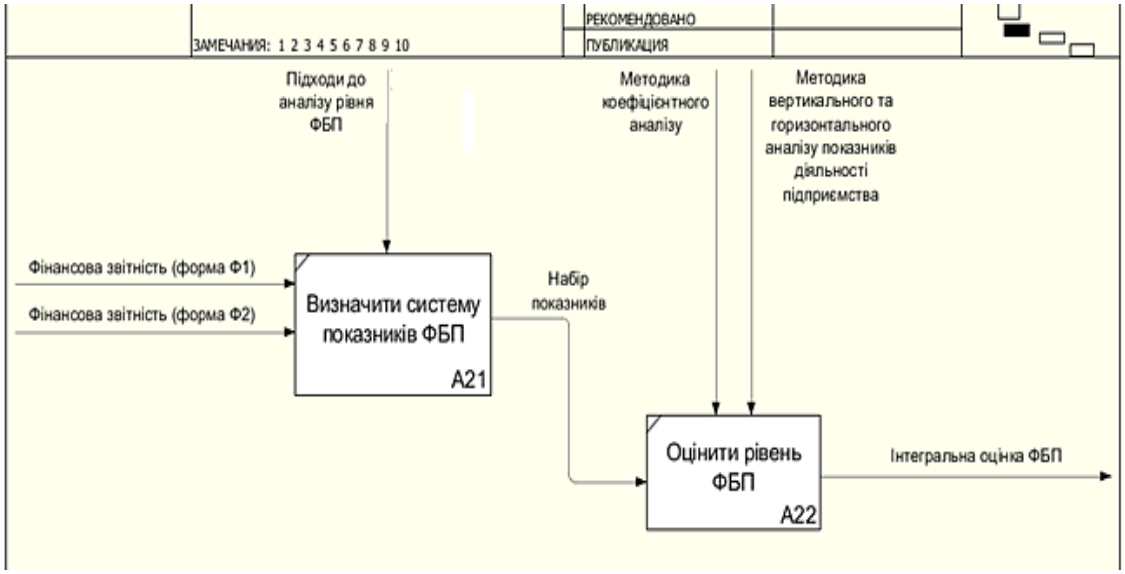


Рис. 4. Декомпозиція блоку моделі AS-IS «Визначити рівень фінансової безпеки підприємства»

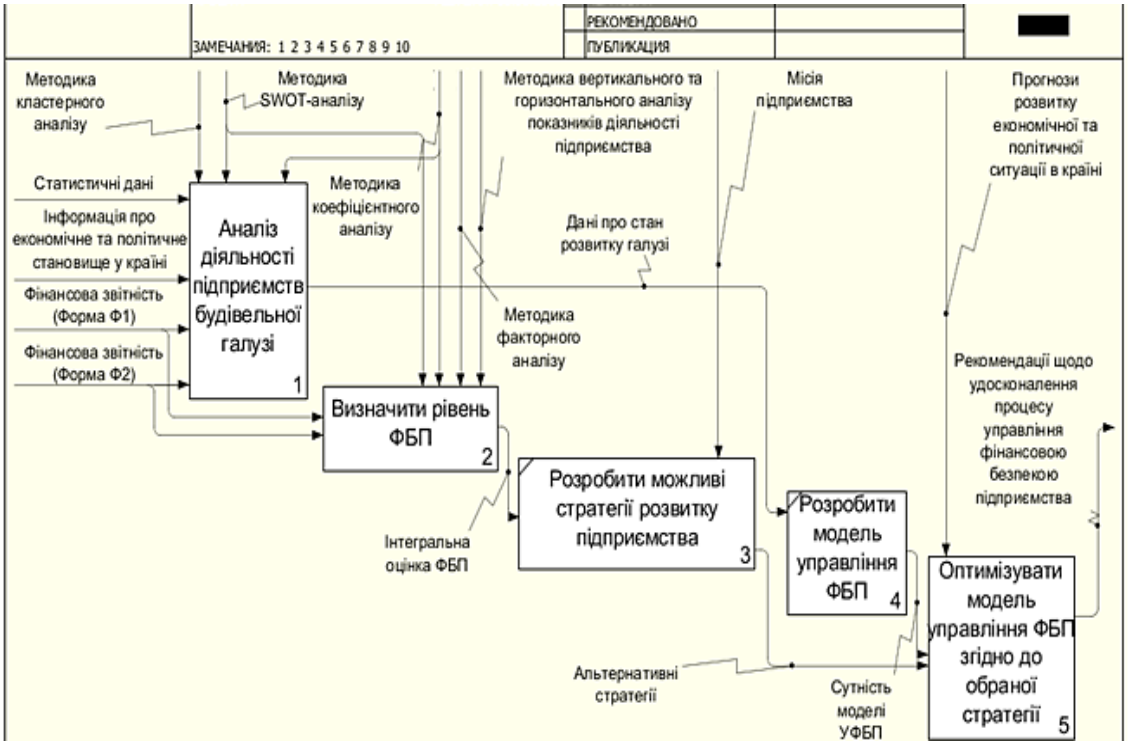


Рис. 5. Декомпозиція блоку моделі ТО-ВЕ «Управління фінансовою безпекою підприємства»

у порівнянні із попередньою версією, присутній блок розробки та обрання стратегії розвитку підприємства, що здійснюється за результатами проведеного аналізу. У залежності від обраної стратегії підприємство розробляє модель управління фінансовою безпекою та оптимізує її з урахуванням прогнозів розвитку економічної та політичної ситуації у країні, наявності кризових явищ чи будь-яких інших загроз зовнішнього характеру. Будь-яка зі стратегій підприємства передбачатиме наявність серед стратегічних цілей підтримку рівня фінансової стійкості та оптимального рівня фінансової безпеки підприємства.

Для більш повної оцінки стану будівельної галузі пропонуємо додати до даного процесу SWOT-аналіз будівельної галузі та підприємств кластеру. Декомпозицію процесу аналізу діяльності підприємств будівельної галузі представлено на рис. 6.

Застосування методики SWOT-аналізу дасть змогу дослідити сильні та слабкі сторони галузі в цілому та підприємств кластеру, зокрема, знайти шляхи реалізації можливостей розвитку за допомогою сильних сторін та запобігти загрозам, усунувши слабкості. Також це дозволить скласти уявлення про зовнішнє середовище та умови, у яких функціонує підприємство. Це у свою чергу покращить механізм ідентифікації загроз та визначення місця їх локалізації, а також попередження виникнення аналогічних загроз під час подальшої діяльності підприємства.

Так само доцільним є застосування даної методики і у процесі аналізу фінансового стану самого підприємства. Декомпозиція процесу визначення рівня фінансової безпеки підприємства представлено на рис. 7.

Застосування методики SWOT-аналізу дасть змогу дослідити сильні та слабкі сторони в діяльності підприємства, знайти шляхи реалізації можливостей розвитку за допомогою сильних сторін та запобігти загрозам, усунувши слабкості [5].

Також необхідним у процесі визначення рівня фінансової безпеки підприємства є використання факторного аналізу. За допомогою даного аналізу визначаються фактори, які здійснюють вплив на діяльність компанії, на її фінансовий стан, та міра, з якою вони впливають. Це дозволяє визначити найбільш впливові фактори, зміна яких викликатиме вагому зміну у фінансових показниках діяльності підприємства, а отже, визначатиме рівень його фінансової стійкості та фінансової безпеки.

За результатами проведеного аналізу керівництво підприємства розробляє альтернативні стратегії майбутньої діяльності та створює згідно до отриманих альтернатив моделі управління фінансовою безпекою підприємства. Процес обрання стратегії та оптимізації моделі управління фінансовою безпекою представлено на рис. 8.

Після визначення стратегічних цілей підприємства, визначається пріоритетний напрям діяльності компанії у майбутньому. Досягнення стратегічних цілей можливе за допомогою альтернативних шляхів, кожен з яких важливо оцінити за допомогою SWOT-аналізу та обрати один, найефективніший. Після обрання стратегії визначаються фактори впливу на рівень фінансової без-

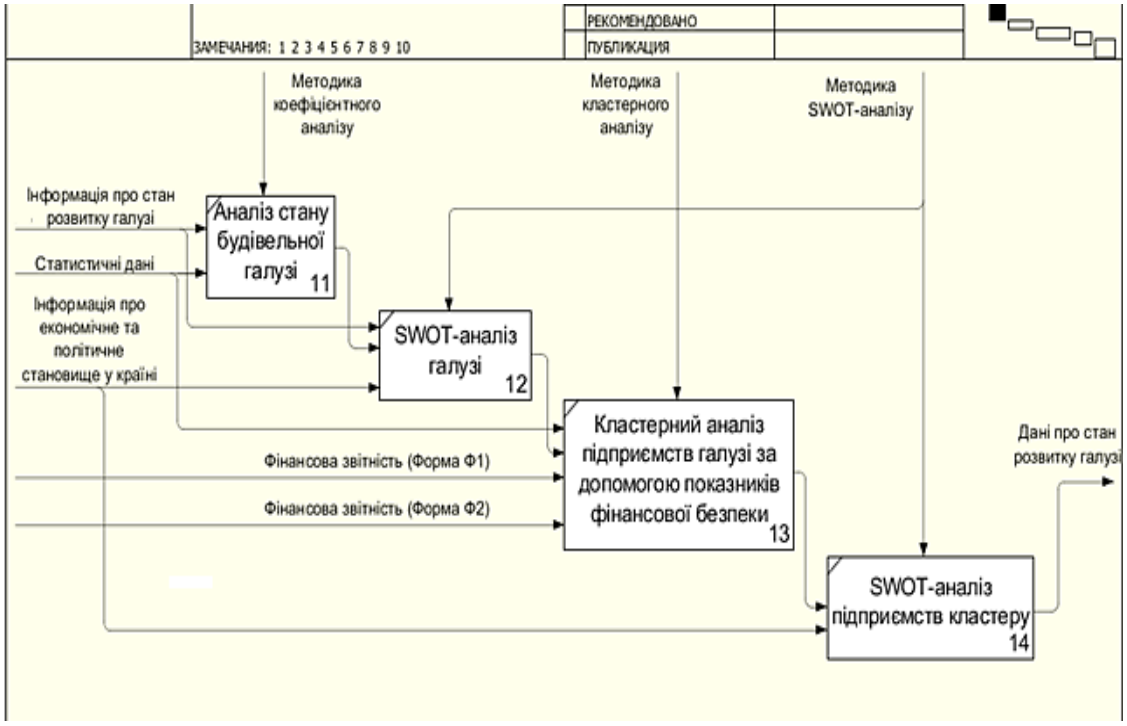


Рис. 6. Декомпозиція блоку моделі TO-BE «Проаналізувати діяльність підприємств будівельної галузі»

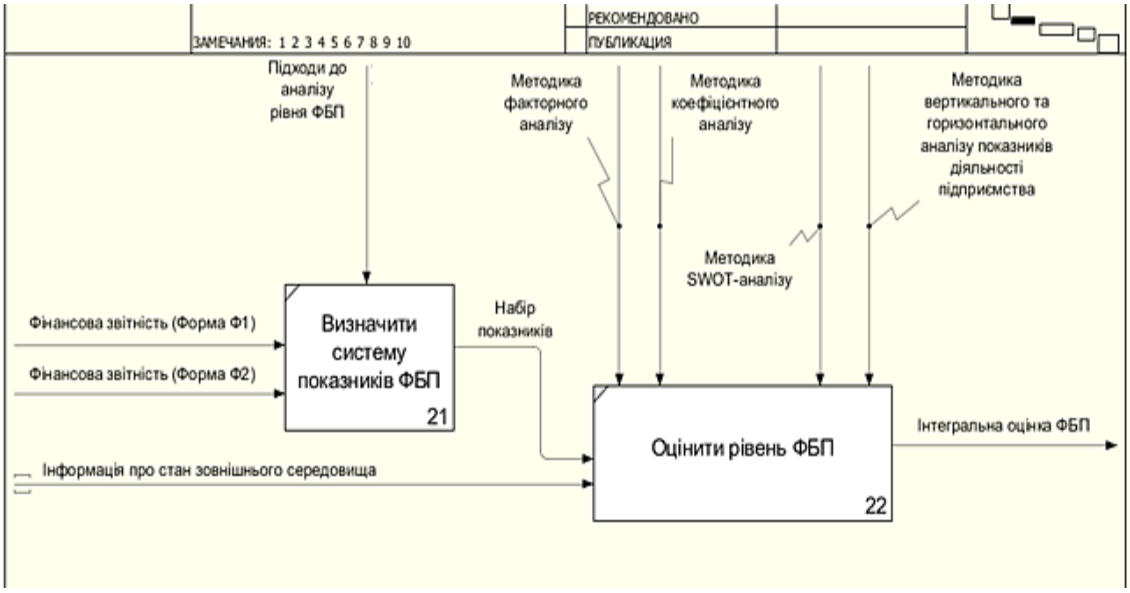


Рис. 7. Декомпозиція блоку моделі TO-BE «Визначити рівень фінансової безпеки підприємства»

пеки, під дією яких, він може змінитися. Адже вибір того чи іншого шляху розвитку тягне за собою зміну умов діяльності підприємства і потребує оптимізації моделі управління фінансовою безпекою з метою захисту інтересів компанії від виникаючих загроз. При цьому важливо враховувати допустимі порогові значення показників фінансової безпеки підприємства на прогнози розвитку економічної та політичної ситуації у країні.

Висновки з проведеного дослідження. Побудована DEFO-модель складається з ієрархічного ряду діаграм, які поступово відображають рівні все більш докладних описів функцій та їх інтерфейсів у межах системи. За рахунок цього користувачі інформації про стан управління фінансово-економічної безпеки можуть спостерігати за відповідним процесом та вносити корегування для оперативного усунення виявлених недоліків.

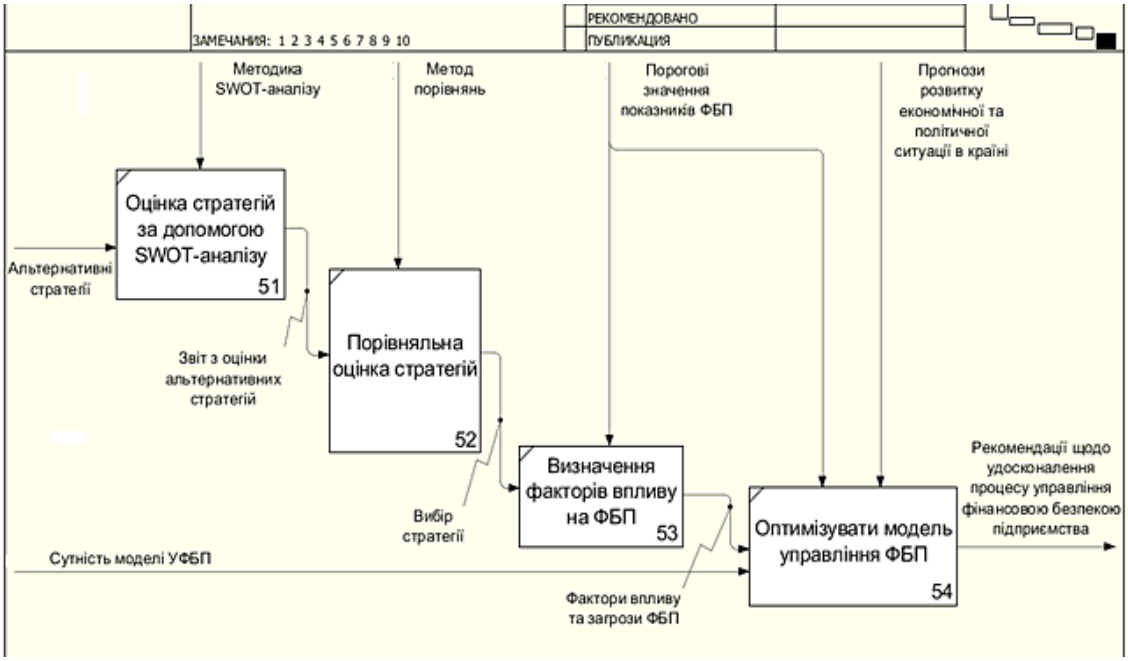


Рис. 8. Декомпозиція блоку моделі TO-BE «Оптимізувати модель управління фінансовою безпекою підприємства згідно до обраної стратегії»

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методология функционального моделирования IDEF0. – М.. ИПК Издательство стандартов, 2000. – 75 с.
2. Ареф'єва О. В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1 (91) – С. 101.
3. Ортинський В. Л. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Л. Ортинський, І. С. Керницький. – К. : Правова єдність, 2013. – 544 с.
4. Мойсеєнко І. П. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства : навч. посібник. / І. П. Мойсеєнко, О. М. Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.
5. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.

REFERENCES:

1. Metodolohyia funktsyonalnoho modelyrovanyia IDEF0. – M.. YPK Yzdatelstvo standartov, 2000. – 75 s.
2. Arefieva O. V. Ekonomichni osnovy formuvannia finansovoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky / O. V. Arefieva, T. B. Kuzenko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2009. – #1 (91) – S. 101.
3. Ortynskyi V. L. Ekonomichna bezpeka pidpryiemstv, orhanizatsii ta ustanov : navch. posibnyk [dlia stud. vyshch. navch. zakl.] / V. L. Ortynskyi, I. S. Kernytskyi. – K. : Pravova yednist, 2013. – 544 s.
4. Moiseienko I. P. Upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpryiemstva : navch. posibnyk. / I. P. Moiseienko, O. M. Marchenko. – Lviv, 2011. – 380 s.
5. Ivaniuta T. M. Ekonomichna bezpeka pidpryiemstva : navch. posib. / T. M. Ivaniuta, A. O. Zaichkovskyi. – K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2009. – 256 s.

Lytovchenko O.Yu.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

STRUCTURAL AND FUNCTIONAL MODEL OF MANAGEMENT OF FINANCIAL SECURITY OF THE CONSTRUCTION COMPANY

In the process of management of financial security of enterprises, complex information flows, which have multi-vector communications and communication characteristics, are constantly being formed. This situation significantly impedes the adoption of sound management decisions to increase the level of financial and economic security over the lack of clear and homogeneous perception of the current situation. This problem can be eliminated by applying structural and functional modelling of the financial security management process in the BPwin software product under the IDEF0 standard. The advantage of using tools of structural-functional modelling is the visibility of business processes that are subject to modelling. With the help of the obtained graphic images, one can clearly observe the process of managing financial security and make timely adjustments to it in accordance with existing defects that are formed under the influence of a changing environment.

Another advantage of such a methodology is the possibility of detailing the information obtained to the required level of concretization, which allows understanding more accurate the nature of the phenomena or processes under study. Obtained as a result of structural and functional modelling, the exact and concise description of simulated objects allows ensuring the convenience of using and interpreting this description, not to overload the created model with unnecessary data.

In the article, it is proposed to use tools of structural and functional modelling for a construction company. As a result of the construction of a context diagram, an existing model of financial security management of the enterprise is formed, which consists of four main processes, the initial result of which is the formation of recommendations for improving the financial security management process. The article substantiates disadvantages determined by using the structural and functional model that hinder the achievement of the highest financial security indexes. As a result, an improved model of financial security management of the enterprise, consisting of five interrelated processes, is formed. In this model, in comparison with the previous version, there is a block of development and selection of the strategy of enterprise development, which is carried out on the results of the conducted analysis. Depending on the strategy chosen, the company develops a model for managing financial security and optimizes it taking into account the forecasts for the development of the economic and political situation in the country, the presence of crisis phenomena or any other external threats. Any of the strategies of the company implies the presence among strategic objectives of support for the level of financial sustainability and optimal level of financial security of the enterprise.

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВА

ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR THE PROCESS OF INVESTMENT RISK MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

УДК 330.322

Ляхович Л.А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільського національного економічного університету

Управління ризиком є з одного боку важливою складовою системи фінансового (інвестиційного) управління, а з іншого боку функціональним напрямом системи ризик-менеджменту підприємства. Ефективність управління інвестиційним ризиком залежить від багатьох факторів, серед яких значне місце відведено організаційному забезпеченню цього процесу. У роботі досліджено проблему організації процесу управління інвестиційним ризиком підприємства. Зроблено спробу окреслити сутність і зміст організаційного забезпечення інвестиційного ризик-менеджменту. Запропоновано варіанти побудови організаційних структур управління інвестиційним ризиком підприємств.

Ключові слова: *інвестиційна діяльність, інвестиційний ризик, інвестиційний ризик-менеджмент, організаційне забезпечення, організаційна структура.*

Управление риском является, с одной стороны, важной составляющей системы финансового (инвестиционного) управления, а с другой стороны, функциональным направлением системы риск-менеджмента предприятия. Эффективность управления инвестиционным риском зависит от многих факторов, среди которых значительное место отведено организационному обеспечению этого процесса. В работе исследована проблема организации процесса управления инвестиционным риском предприятия. Сделана попытка очертить сущность и содержание организационного обеспечения инвестиционного риск-менеджмента. Предложены варианты построения организационных структур управления инвестиционным риском предприятий.

Ключевые слова: *инвестиционная деятельность, инвестиционный риск, инвестиционный риск-менеджмент, организационное обеспечение, организационная структура.*

Risk management is, on the one hand, an important element of a system of financial (investment) management and, on the other, a functional direction of a system of risk management of an enterprise. The efficiency of management of investment risk depends on many factors, among which a significant place belongs to the organizational support for this process. The paper studies a problem of the organization of investment risk management of the enterprise. There is made an attempt to describe the essence and content of organizational support for investment risk management. Variants of building organizational structures of management of investment risk of enterprises are proposed.

Key words: *investment activity, investment risk, investment risk management, organizational support, organizational structure.*

Постановка проблеми. Високий ступінь інвестиційного ризику сучасних підприємств обумовлений впливом значної кількості ризикоутворювальних факторів, кожен з яких, починаючи із зовнішніх факторів макросередовища і закінчуючи локальними факторами внутрішнього середовища, з певною ймовірністю може негативно впливати на кінцеві результати реалізації інвестиційного проекту. Розуміння менеджерами підприємств такої ситуації диктує необхідність комплексного системного підходу до управління інвестиційним ризиком.

Використання методології інвестиційного менеджменту і, зокрема, інвестиційного ризик-менеджменту сприяє знаходженню балансу між ризиком і прибутковістю інвестиційного проекту, а також між ресурсами й цілями інвестиційної діяльності в ракурсі оптимізації джерел інвестиційних ресурсів тощо та формуванню адекватної системи стимулів для діяльності окремих підрозділів підприємства і персоналу щодо ефективного використання його методів та інструментів.

Успіх в управлінні інвестиційним ризиком залежить від багатьох факторів, зокрема: від ефективності взаємодії між учасниками цього процесу та функціонування в системі управління відповідного органу (підрозділу), тобто від організаційного забезпечення. Організація управління інвестиційним ризиком включає систему розподілу прав, обов'язків, повноважень і відповідальності для забезпечення ефективного ризик-менеджменту та містить необхідне інформаційне й методичне забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над вирішенням проблеми управління інвестиційним ризиком підприємств працювало багато науковців. Зокрема, значний внесок у дослідження та розробку різних її аспектів зробили такі українські вчені, як: І.О. Бланк, М.П. Денисенко, Г.В. Козаченко, Т.В. Майорова, А.А. Пересада, Н.А. Хрущ та інші. Проте, залишається недостатньо дослідженим питання організаційного забезпечення цього процесу. Зокрема, на сьогодні в теорії і практиці інвестиційного ризик-менеджменту відсутній системний і комплексний підхід до організаційного забезпечення процесу управління інвестиційним ризиком підприємства. Натомість спостерігається вузькоспеціалізований підхід до вирішення цієї проблеми. Зокрема, при визначенні організаційних аспектів управління інвестиційним ризиком основна увага приділяється створенню відповідного органу (підрозділу), розробці організаційно-розпорядчої документації, страхуванню ризиків, розподілу ризиків між учасниками інвестиційного процесу тощо.

Формулювання цілей статті. Розвиток теоретичних основ організаційного забезпечення процесу управління інвестиційним ризиком підприємства. Практична значущість результатів дослідження обумовлена тим, що вони спрямовані на подальше теоретичне і практичне вирішення проблеми організації процесу інвестиційного ризик-менеджменту сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління ризиком є одним з найважливіших аспектів успішної інвестиційної діяльності сучасного підприємства. З огляду на те, що ризик конкретного інвестиційного проекту може призвести до значного погіршення техніко-економічних параметрів діяльності підприємства, ризик-менеджмент є вагомою складовою інвестиційного проектування. Відповідно до загальної мети інвестиційного управління (забезпечення оптимального рівня прибутку на капітал, що інвестується, при мінімальному рівні інвестиційного ризику), головне завдання ризик-менеджменту полягає у зменшенні несприятливого впливу, зменшенні втрат тощо.

Управління інвестиційним ризиком на підприємстві базується на знанні всіх можливих його видів, умінні зі значним ступенем ймовірності спрогнозувати виникнення певного ризику та правильно його ідентифікувати, організації на підприємстві ефективної системи інвестиційного ризик-менеджменту тощо.

Загалом функції сучасного інвестиційного ризик-менеджменту доцільно об'єднати у два блоки: по-перше, прогнозування та ідентифікація інвестиційного ризику, виявлення можливих чи наявних наслідків інвестиційної діяльності підприємства в ситуації ризику; по-друге, розробка заходів, що запобігають або зменшують негативні наслідки настання ризикової ситуації, формування такої системи управління інвестиційною діяльністю підприємства, за якої ймовірний чи наявний негативний вплив інвестиційних ризиків може бути не тільки нейтралізований або відшкодований, але і максимально використаний для отримання позитивного результату.

До принципів управління інвестиційним ризиком підприємства віднесемо такі:

1) максимально можливе досягнення балансу інтересів усіх зацікавлених сторін у процесі управління інвестиційним ризиком підприємства;

2) адаптація світового досвіду управління ризиком до особливостей інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств;

3) організаційний розвиток у царині підвищення ефективності організації процесу управління інвестиційним ризиком шляхом створення відповідного органу (підрозділу);

5) управління якістю інвестиційних рішень та підвищення рівня відповідальності керівників за результати їх реалізації;

6) формування комплексної системи страхування інвестиційних ризиків на основі поєднання можливостей диверсифікації ризиків, повної або часткової передачі ризиків страховим компаніям, укладання термінових контрактів і угод на ринку цінних паперів, створення спеціальних резервів тощо;

7) управління позитивною мотивацією персоналу підприємства в напрямі інтеграції зусиль з інвестиційного ризик-менеджменту.

Реалізація на підприємстві функції управління інвестиційним ризиком, окрім витрат часу та інших ресурсів, вимагає значних організаційних зусиль. Таким чином, щоб досягти успіху, цей процес необхідно правильно організувати, створивши сприятливі умови для реалізації інвестиційного проекту на основі дотримання часових і ресурсних параметрів виконання робіт, організації інформаційного та методичного забезпечення управління ризиком проекту, регламентації дій співробітників з управління проектними ризиками підприємства, розробки відповідної організаційно-розпорядчої документації і посадових інструкцій тощо.

На нашу думку, у науковій літературі спостерігається неоднозначне трактування терміну «організаційне забезпечення» процесу управління інвестиційним ризиком підприємства. З огляду на це, існує необхідність в уточненні сутності цього поняття з подальшим визначенням його змісту.

Різні науковці залежно від об'єкту дослідження поняття «організаційне забезпечення» трактують, як систему (підсистему) і як процес. Зокрема, Ю.С. Тисячна під організаційним забезпеченням розуміє комплекс управлінських заходів… [1], мета ж процесу організаційного забезпечення полягає у створенні організаційних умов [2].

Щодо організаційного забезпечення як системи (підсистеми), то І.А. Маркіна, Д.В. Дячков [3] під нею мають на увазі створення відділу з виділенням його функцій і структури, а І.А. Герасимович [4] розглядає її, як взаємопов'язану єдність внутрішніх структурних підрозділів підприємства.

Також під організаційним забезпеченням розуміють [5] комплекс структур і правил, які створюють умови для нормального протікання певних процесів, реалізації планів, підтримки функціонування системи на необхідному рівні за рахунок забезпечення необхідними ресурсами, організації взаємозв'язків між окремими елементами та ліквідації відхилень, що можуть виникати у системі.

Щодо системи організаційного забезпечення інвестиційного менеджменту, то І.О. Бланк трактує її як взаємозв'язану сукупність внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, що забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень з окремих аспектів його інвестиційної діяльності і несуть відповідальність за результати цих рішень [6, с. 66].

Як вважає М.О. Латкін, підсистема організаційного забезпечення, як й інші підсистеми (інформаційного, методичного, фінансового, програмного забезпечення), є складовою забезпечувальної системи, яка регламентує дії співробітників з управління проектними ризиками підприємства, містить відповідну організаційно-розпорядчу документацію і посадові інструкції [7].

Резюмуючи думки авторів та об'єднуючи існуючі підходи в рамках комплексного підходу до організаційного забезпечення процесу управління інвестиційним ризиком, пропонуємо таке визначення: організаційне забезпечення інвестиційного ризик-менеджменту - це процес створення відповідними структурними підрозділами підприємства необхідних організаційних умов та інструментів для розробки і прийняття раціональних управлінських рішень щодо зменшення (обмеження) несприятливого впливу ризикоутворювальних факторів, зменшення втрат тощо задля досягнення загальної мети інвестиційного управління.

Організаційними інструментами управління інвестиційним ризиком мають стати:

- розробка принципів і правил здійснення інвестиційного ризик-менеджменту, технологій прийняття та реалізації відповідних управлінських рішень;
- розподіл повноважень і відповідальності за прийняття управлінських рішень та досягнення результатів у процесі інвестиційного ризик-менеджменту;
- формування системи мотивації і стимулювання персоналу;
- вдосконалення організаційної структури підприємства;
- організація інформаційно-аналітичного забезпечення методичного апарату управління інвестиційним ризиком.

Для цього необхідним є виконання таких умов:

- здійснення інвестиційного ризик-менеджмент на всіх рівнях управління, за всіма функціональними і проектними напрямами;
- взаємодія структурних підрозділів підприємства і розумна регламентація функціональних обов'язків відповідальних виконавців;
- інтегрування системи управління інвестиційним ризиком у загальну систему управління підприємства та, зокрема, в систему управління ризиками;
- оптимізація системи управління інвестиційним ризиком;
- підвищення кваліфікації ризик-менеджерів підприємств.

Організаційне забезпечення інвестиційного ризик-менеджменту необхідно здійснювати з урахуванням розмірів підприємства, наявної організаційної структури управління, обсягів та форм інвестиційної діяльності тощо. Сьогодні управління інвестиційним ризиком на вітчизняних підприємствах розглядається, як один з напрямів загальної системи управління, зокрема, підсистем фінансового або інвестиційного управління.

Проте, існує й інший (функціональний) підхід, згідно якого – це функціональна підсистема системи ризик-менеджменту підприємства. Слід зазначити, що основним недоліком такого підходу є неврахування повноти та складності взаємозв'язків між окремими видами ризиків підприємства.

Організаційне забезпечення інвестиційного ризик-менеджменту здійснюється шляхом:

- виконання цих функцій ризик-менеджером;
- реалізації функцій управління інвестиційним ризиком центром інвестицій;
- виділення в роботі структурного елементу (організаційної одиниці) конкретного функціонального напряму.

Можливі варіанти побудови організаційної структури управління інвестиційним ризиком підприємства подано на рис. 1.

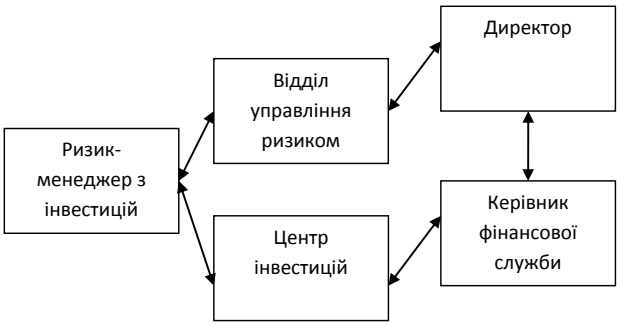


Рис. 1. Варіанти побудови організаційної структури управління інвестиційним ризиком підприємства

Джерело: побудовано автором

Розглянемо практичні аспекти побудови організаційної структури управління інвестиційним ризиком сучасного підприємства. На малих підприємствах з невеликими обсягами інвестиційної діяльності, лінійною організаційною структурою і відсутністю у її складі центру інвестицій функції інвестиційного ризик-менеджменту, як й усі інші функції управління у цій сфері, здійснюватиме власник підприємства чи його директор.

На середніх (великих) підприємствах з лінійно-функціональною організаційною структурою функції інвестиційного ризик-менеджменту, як й інші функціональні аспекти, доцільно покласти на центр інвестицій, який діє у складі фінансової служби і здійснює управління необоротним і оборотним капіталом, зокрема, пошук і розподіл інвестицій, аналіз рентабельності та окупності інвестицій, оцінку інвестиційного ризику.

Також одним із варіантів є виконання цих функцій ризик-менеджером широкого профілю чи

вузької спеціалізації (інвестиційним ризик-менеджером). Спеціаліст з управління інвестиційним ризиком повинен уміти:

- виявляти та ідентифікувати різні види інвестиційного ризику відповідно до внутрішнього і зовнішнього середовища організації та конкретного інвестиційного проекту;
- оцінювати ризик та ідентифікувати зміни його рівня;
- обирати оптимальні методи оцінки ризику й ефективно їх застосовувати;
- аналізувати результати оцінки ризику та прогнозувати можливі наслідки його настання;
- формувати заходи і програми зі зниження ризику з використанням сучасної практики;
- володіти сучасними технологіями та програмним забезпеченням для роботи з інформацією тощо.

Побудову системи організаційного забезпечення процесу управління інвестиційним ризиком в усіх розглянутих вище варіантах здійснюють виходячи з того, що вона є складовою системи інвестиційного (фінансового) управління, а отже загальної системи управління підприємством. З огляду на ситуацію, що склалася на більшості вітчизняних підприємств у сфері забезпечення їх діяльності необхідними фінансовими ресурсами, для них такий підхід є більш прийнятним, оскільки він менш витратний.

Управління інвестиційним ризиком тут починається з вищого керівництва підприємства, яке несе основну відповідальність за ефективність цього процесу, а також здійснює розподіл відповідальності та повноважень між співробітниками. Основна задача вищого керівництва у сфері управління інвестиційним ризиком полягає у прийнятті рішень, здатних попередити настання чи посилення інвестиційного ризику, знизити його вплив на результати інвестиційної діяльності підприємства та зменшити можливі негативні наслідки.

Інтегрованістю із загальною системою менеджменту характеризується організаційне забезпечення процесу управління інвестиційною діяльністю підприємств, що використовують матричну організаційну структуру управління. У цьому випадку керівник проекту відповідатиме за виконання планів-графіків робіт, дотримання кошторису витрат, якість робіт, вносить за необхідності в проект корективи тощо.

Прикладом частково дезінтегрованого підходу до побудови цієї системи буде виконання її функцій центрами інвестицій, які, згідно особливостей побудови дивізіональної організаційної структури, функціонують у кожному окремому дивізіоні великого диверсифікованого підприємства. Ключова роль у цьому випадку покладена не на менеджерів центрального апарату управління, а на керівників відповідних виробничих відділень.

Сьогодні однією з форм організації процесу управління інвестиційним ризиком підприємства (великого, середнього) повинне стати виділення у діяльності конкретного структурного елементу (організаційної одиниці) окремого функціонального напряму. Зазвичай спеціалізованим органом, який здійснює управління інтегральним ризиком підприємства, є відділ. Тому логічно саме йому адресувати функції з вирішенням завдань інвестиційного ризик-менеджменту, зокрема, з координації діяльності інших підрозділів підприємства з метою тактичного регулювання процесу управління інвестиційним ризиком.

У цьому ракурсі до завдань цього підрозділу віднесемо такі:

- постійне відслідковування наявної ризикової ситуації;
- виявлення, ідентифікування, аналізування та систематизування різних видів інвестиційного ризику;
- оцінювання ймовірних втрат від настання ризикової події;
- участь у розробці стратегії й розробка тактики управління інвестиційним ризиком підприємства;
- розроблення заходів щодо попередження інвестиційного ризику, зниження й усунення його негативних наслідків;
- оцінювання й аналізування ефективності результатів вже впроваджених заходів з оптимізації інвестиційного ризику;
- коригування заходів з поліпшення інвестиційного ризик-менеджменту на підприємстві.

Висновки з проведеного дослідження. Реалізація принципів інвестиційного ризик-менеджменту можлива за умови конструктивного аналізу видів та факторів інвестиційного ризику та особливостей ризикової ситуації, вибору на цій основі найбільш адекватних методів та інструментів управління й наявності ефективного організаційного забезпечення.

Організаційне забезпечення інвестиційного ризик-менеджменту є процесом створення відповідними структурними підрозділами підприємства необхідних організаційних умов та інструментів для розробки і прийняття раціональних управлінських рішень щодо зменшення (обмеження) несприятливого впливу ризикотвірних факторів, зменшення втрат тощо для досягнення загальної мети інвестиційного управління.

При побудові системи організаційного забезпечення процесу управління інвестиційним ризиком необхідно виходити з того, що ця система є складовою загальної системи менеджменту підприємства.

Організаційна структура управління інвестиційним ризиком формується на основі діючої на підприємстві організаційної структури управління, зокрема, у межах підсистем фінансового (інвестиційного) управління та управління інтегральним ризиком підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Тисячна Ю. С. Організаційне забезпечення підсистеми фінансового менеджменту промислового підприємства в контексті управління його відтворювальними процесами / Ю. С. Тисячна // Економічний простір. – 2012. – № 68. – С. 256-262. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2012_68_30.
2. Колодизєва Т. О. Моделювання організаційного забезпечення функціонування логістичних систем промислових підприємств / Т. О. Колодизєва, Г. С. Панасьянц // Бізнес Інформ. – 2012. – № 10. – С. 254–259. – Бібліогр.: с. 258–259. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.business-inform.net/pdf/2012/10_0/254_259.pdf
3. Маркіна І. А. Організаційне забезпечення управління інформаційним потенціалом підприємств ринку безалкогольних газованих напоїв в Україні / І. А. Маркіна, Д. В. Дячков // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2014. – Вип. 1(2). – С. 211-218. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2014_1(2)__36.
4. Герасимович І. А. Організаційне та інформаційне забезпечення інжинірингу в системі управління операційною діяльністю підприємства / І. А. Герасимович // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. – 2015. – № 2. – С. 21-25. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa_2015_2_6.
5. Попов О. Є. Формування організаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства в залежності від стратегії його розвитку / О. Є. Попов, Г. В. Островерхова // Режим доступу: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/33.pdf
6. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент : [учебный курс] / И.А. Бланк. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
7. Латкин М. А. Принципы создания и структура системы управления проектными рисками предприятия / М. А. Латкин // Режим доступу: http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/OIKIT/2010/OIKIT47/p156-161.pdf

REFERENCES:

1. Tysiachna Yu. S. Orhanizatsiine zabezpechennia pidsystemy finansovoho menedzhmentu promyslovoho pidpryiemstva v konteksti upravlinnia yoho vidtvoriuvalnymy protsesamy / Yu. S. Tysiachna // Ekonomichnyi prostir. – 2012. – # 68. – S. 256-262. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2012_68_30.
2. Kolodyzieva T. O. Modeliuvannia orhanizatsiinoho zabezpechennia funktsionuvannia lohistychnykh system promyslovykh pidpryiemstv / T. O. Kolodyzieva, H. S. Panasiants // Biznes Inform. – 2012. – # 10. – S. 254–259. – Bibliohr.: s. 258–259. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.business-inform.net/pdf/2012/10_0/254_259.pdf
3. Markina I. A. Orhanizatsiine zabezpechennia upravlinnia informatsiinym potentsialom pidpryiemstv rynku bezalkoholnykh hazovanykh napoiv v Ukraini / I. A. Markina, D. V. Diachkov // Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. – 2014. – Vyp. 1(2). – S. 211-218. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpaeiv_2014_1(2)__36.
4. Herasymovych I. A. Orhanizatsiine ta informatsiine zabezpechennia inzhynirynhu v systemi upravlinnia operatsiinoiu diialnistiu pidpryiemstva / I. A. Herasymovych // Bukhhalterskyi oblik, analiz ta audyt: problemy teorii, metodolohii, orhanizatsii. – 2015. – # 2. – S. 21-25. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa_2015_2_6.
5. Popov O. Ye. Formuvannia orhanizatsiinoho zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti pidpryiemstva v zalezhnosti vid stratehii yoho rozvytku / O. Ye. Popov, H. V. Ostroverkhova // Rezhym dostupu: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_125/33.pdf
6. Blank I.A. Investitsionnyy menedzhment : [uchebnyy kurs] / I.A. Blank. – K. : El'ga-N, Nika- Tsentr, 2001. – 448 s.
7. Latkin M. A. Printsipy sozdaniya i struktura sistemy upravleniya proektnymi riskami predpriyatiya / M. A. Latkin // Rezhim dostupu: http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/OIKIT/2010/OIKIT47/p156-161.pdf

Liakhovych L.A.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics of Enterprises and Corporations
Ternopil National Economic University

ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR THE PROCESS OF INVESTMENT RISK MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

The high degree of investment risk of modern enterprises is caused by the influence of a significant number of risk-generating factors, each of which with a certain probability can negatively affect the final results of an investment project. Using the investment risk management methodology helps to find the balance between the risk and profitability of the investment project, resources and objectives of investment activity in terms of optimizing the sources of investment resources, etc., and the formation of an adequate incentive system for the activities of individual units of the enterprise and personnel regarding the effective use of its methods and tools.

On the basis of a study of existing economic literature, the definition of “organizational support for investment risk management” is given as the process of creating the necessary organizational conditions and tools for the development and adoption of sound management decisions to reduce (limit) the adverse effect of risk-generating factors, reduce losses, etc., by the appropriate structural subdivisions of the enterprise in order to achieve the overall goal of investment management.

It is determined that the organizational support of investment risk management should be carried out taking into account the size of the enterprise, the existing organizational structure of management, volumes and forms of investment activity, etc. The organizational support of investment risk management is carried out by performing these functions by a risk manager, an investment centre, and the allocation of a structural element of a particular functional area in the work.

The variants of construction of an organizational structure of investment risk management of the modern enterprise are proposed. At small enterprises with a linear organizational structure, the function of investment risk management will be carried out by the owner of the enterprise or its director. At medium (large) enterprises with a linear functional organizational structure, it is advisable to put these functions to the investment centre, which operates in the financial service and manages non-negotiable and working capital, or a risk manager of a broad profile or a narrow specialization (investment risk manager).

Today, one of the forms of organization of the process of managing the investment risk of the enterprise (large, medium) should be the allocation in activities of a specialized body (unit), which manages integral risk, of a separate functional area, within which the main objectives of investment risk management will be solved.

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА В ПЕРІОД ТРАНСФОРМАЦІЇ: АКТУАЛЬНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ, НЕОБХІДНІСТЬ

SMALL BUSINESS IN TRANSITION: REVELANCE, PROSPECTS, NECESSITY

УДК 339.187.44

Михальчук Л.В.
старший викладач
кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університет митної справи та фінансів
Марченко А.О.
студентка
Університет митної справи та фінансів

У статті розглянута динаміка малого підприємництва в Україні, ефективність державної політики у сфері малого бізнесу. Визначено шляхи удосконалення розвитку на прикладі світового досвіду. Проаналізована динаміка за 2010-2016 рр.
Ключові слова: *мале підприємництво, малий бізнес, динаміка розвитку, світовий досвід, державна політика.*

В статье рассмотрена деятельность малого предпринимательства в Украине, эффективность государственной политики в сфере малого бизнеса. Определены пути усовершенствования развития на примере зарубежного опыта. Проанализирована динамика за 2010-2016 гг.
Ключевые слова: *малое предпринимательство, малый бизнес, динамика развития, зарубежный опыт, государственная политика.*

The article considers the activities of small business in Ukraine, the effectiveness of state policy in the sphere of small business. There was determined ways of improvement of the development on the example of foreign experience. We analyzed the dynamics for 2010-2016.
Key words: *small business, development dynamic, foreign experience, state policy.*

Постановка проблеми. Малий бізнес є важливою складовою господарської системи країни, оскільки без нього неможливий розвиток регіональної економіки. Він пов'язаний з вирішенням низки питань не тільки економічного, але й соціального характеру, а саме: забезпечення зайнятості населення, подолання бідності, підвищення рівня ділової активності населення, зміцнення економічного потенціалу регіонів, сприяння розвитку конкуренції у підприємницькому середовищі. Саме тому існує потреба у створенні ефективної системи функціонування та розвитку малого підприємництва, вдосконалення існуючої законодавчої бази, що регулює його діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі аспектам розвитку малого підприємництва, проблемам та шляхам їх вирішення присвячено праці вітчизняних фахівців: А. Безус, Ю. Кулиняка, І. Єпіфанцевої, О. Сороківської, Н. Турської, К. Шафранової та інших. Попри позитивний вклад науковців у досліджені питання подальшого розвитку малого підприємництва в Україні, ще залишається низка невирішених проблем.

Постановка завдання: проаналізувати сучасний стан малого підприємництва в Україні та визначити перспективи його подальшого розвитку з урахуванням світового досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Критеріями розвитку та успіху справ у малому підприємництві насамперед є рівень доходів та число бажаючих займатися малим бізнесом. В Україні у 2016 році налічувалося близько 343 тис. підприємств, з яких 326763 підприємства є малими. Тобто, частка малого бізнесу на сьогоднішній день складає 95,5% [6]. Крім того, у 2016 році налічувалосья 1 млн. 765 тис. фізичних осіб-підприємців [6] (рис. 1).

Аналіз динаміки кількості малих підприємств та кількості фізичних осіб-підприємців в період 2010-2016 рр. дозволяє зробити висновок, що сучасний стан малого бізнесу в Україні не можна назвати задовільним (табл. 1, рис. 2).

Найкращий показник, що характеризує кількість малих підприємств в Україні був у 2013 р, кількість малих підприємств становила 373 809. Різкий спад кількості малих підприємств спостерігається у 2014 р.

Показники 2014-2016 рр. коливаються в межах 325-327 тис. підприємств, що є меншим на

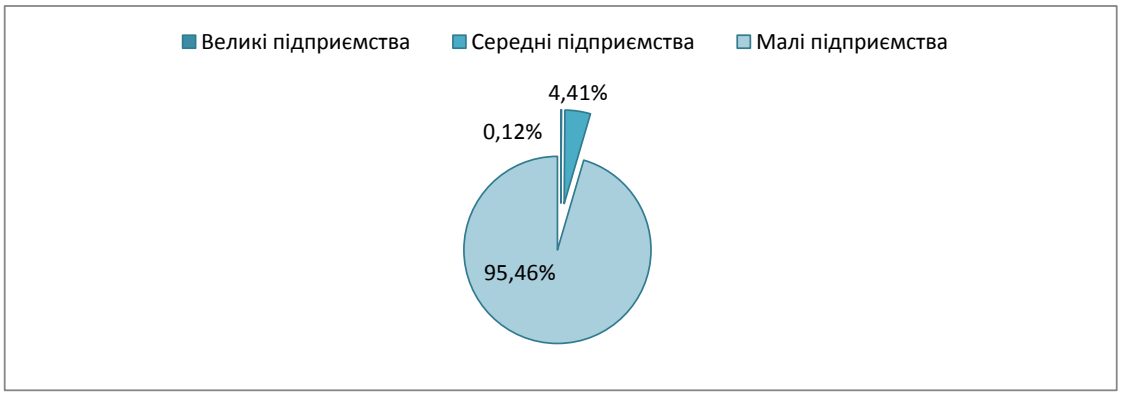


Рис. 1. Частка малих підприємств у загальній кількості у 2016 р.

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

50 000 від 2013 р, та близько 30 000 від 2010 р. Це зумовлено низкою політичних та соціально-економічних проблем, які в свою чергу спричинили несприятливий інвестиційний клімат та обмеженість державної підтримки.

Аналіз динаміки фізичних осіб-підприємців показує, що, починаючи з 2010 р., спостерігається тенденція спаду та значні коливання у динаміці (рис. 2). Категорія власників малого бізнесу завжди була найбільш вразливою до ряду зовнішніх подразників. Серед них можна виділити такі: податкове та митне законодавство, недостатній попит на його товари та послуги, коливання цін на виробничі ресурси та товари збуту, відсутність дієвої державної політики у сфері підтримки малого бізнесу, тощо [5] (рис. 3).

Тенденція зменшення кількості фізичних осіб-підприємців зберігається з 2010 р. до 2012 р, показник якого є мінімальним і становить 1 234 831 осіб. Пожвавлення починається у 2013 р. У 2016 р. кількість зросла до 1 765 234 осіб, тобто, починаючи з 2013 р., динаміка є позитивною, але максимальний показник залишається у 2010р. (1 804 763 осіб) [6].

Дорожня карта розвитку підприємництва в Україні, що була розроблена у 2014 р. на перспективу, визначила низку проблем у сфері малого бізнесу, серед них можна виділити найбільш впливові (рис. 4):

У сучасних умовах державна політика України більш спрямована на розвиток великих підприємств, ніж малих, тому що великі підприємства характеризуються дисциплінованістю у виплаті значного обсягу податків, що є вигідним для державного бюджету. Що стосується державної політики, спрямованої на вирішення проблем у сфері малого підприємництва, то вона наразі має такі напрями [1]:

– лібералізація системи державного регулювання господарської діяльності та відносин малого бізнесу з органами публічної влади;

– забезпечення реального захисту прав та інтересів суб'єктів господарювання при взаємодії з органами публічної влади;

– підвищення прозорості здійснення адміністративних процедур та надання послуг органами публічної влади.

Впровадження дієвих підходів до формування державної політики потребує спільних зусиль органів публічної влади, суб'єктів малого підприємництва та інститутів громадянського суспільства. Дорожня карта розвитку підприємництва в Україні сформулювала пропозиції щодо удосконалення

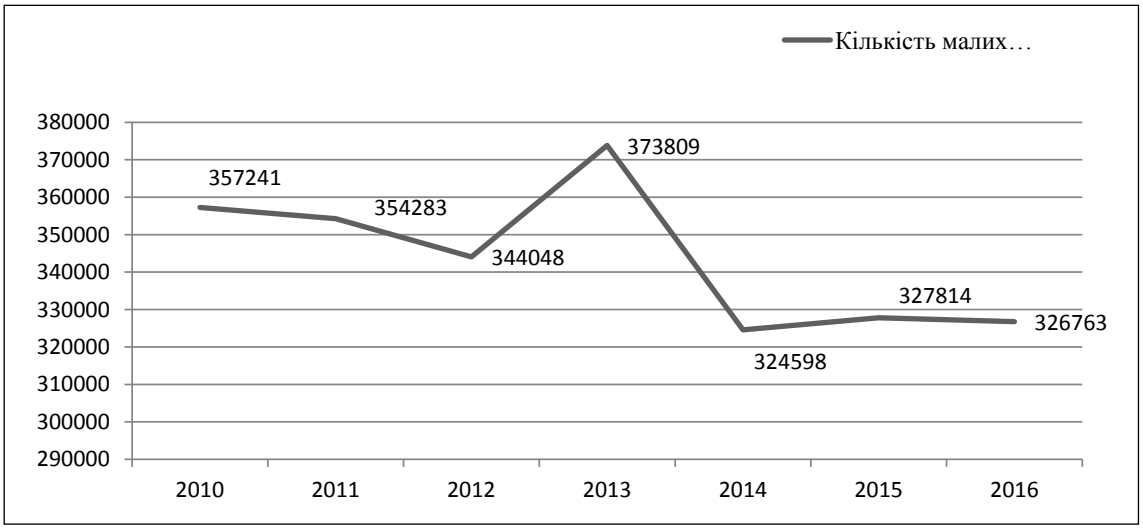


Рис. 2. Кількість малих підприємств в Україні, 2010–2016 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

Таблиця 1

Динаміка кількості малих підприємств в період 2010-2016 рр.

Назва	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кількість малих підприємств	357 241	354 283	344 048	373 809	324 598	327 814	326 763
Темп приросту Базисний, %	-	-0,83	-3,69	4,64	-9,14	-8,24	-8,53
Ланцюговий, %	-	-0,83	-2,89	8,65	-13,16	0,99	-0,32
Фізичні особо-підприємці	1 804 763	1 325 619	1 234 831	1 328 392	1 590 448	1 630 571	1 765 234
Темп приросту Базисний, %	-	-26,55	-31,6	-26,4	-11,87	-9,67	-2,19
Ланцюговий, %	-	-26,55	-6,85	7,58	19,73	2,52	8,26

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

Рис. 3. Динаміка кількості фізичних осіб-підприємців у 2010–2016 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [6]

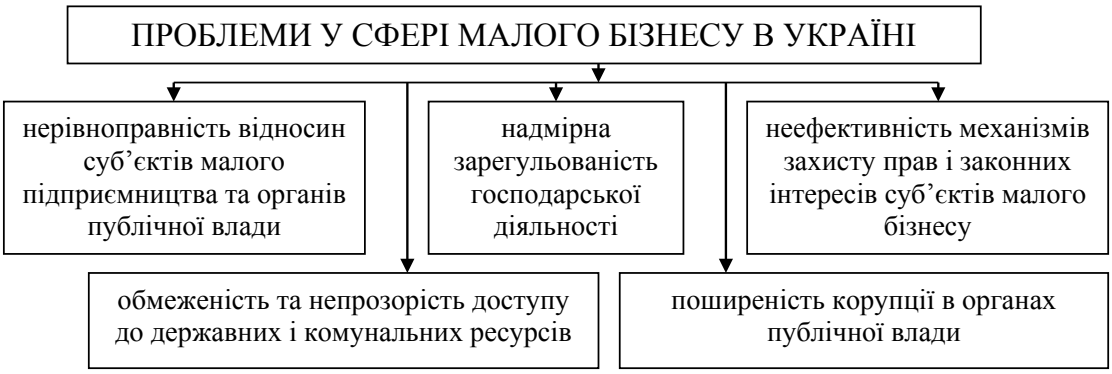


Рис. 4. Наявні проблеми у сфері малого бізнесу в Україні

Джерело: побудовано авторами на основі [1]

Рис. 5. Пропозиції щодо удосконалення державної політики у сфері підтримки малого бізнесу

Джерело: побудовано авторами на основі [1]

державної політики у сфері підтримки малого бізнесу, які можна побачити на рисунку 5 [1].

Пропоновані зміни спрямовані на вирішення проблем та досягнення результатів, які потребують саме нормативно-правового втручання, сформовані відповідно до основних пріоритетів розвитку малого підприємництва. Звернемося до світового досвіду підтримки.

Світовий досвід показує, що навіть у період глибокої кризи малий бізнес завдяки своїй гнучкості і мобільності позитивно впливав на розвиток економіки, завдяки своїй здатності створювати

нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки (табл. 2).

За побудованою таблицею можна простежити значну роль малого підприємництва у соціально-економічному, політичному житті кожної з країн, оскільки у секторі малого бізнесу знаходиться більша частина підприємств, зосереджена більша частина економічно активного населення та виробляється близько половини частки ВВП. Найбільша доля ВВП спостерігається у Німеччині, а саме: 57%, Італії -55%, США та Великій Британії -52% [4]. В Україні цей показник становить лише 7% при 95,5% малих підприємств у загальному секторі, на це необхідно звернути увагу. Помітно, що Україна значно відстає від зарубіжних країн, саме тому слід звернутися до світового досвіду.

У розвинених країнах фінансова підтримка здійснюється встановленням для підприємств малого бізнесу знижених ставок оподаткування, а також наданням податкових пільг, що дає змогу підприємцям резервувати частину одержаних ними прибутків та спрямувати її на інвестування у власне виробництво [4].

Японський досвід підтримки і розвитку МСП відрізняється високим рівнем впливу держави на основні процеси реформування економіки країни. У рамках національної промислової політики, починаючи з 1946 р., Японським Урядом було ухвалено понад 40 найважливіших законів і організаційних рішень, направлених на створення цілісної системи правового і системного забезпечення, принципів регулювання, механізмів виконання і контролю, забезпечуючи розвиток і підтримку малого бізнесу [2].

Найбільш показовий досвід розвитку МСП на основі розукрупнення приватизованих підприємств Східної Німеччини. У середньому зі 100 підприємств у ході розукрупнення утворювалося 125 акціонерних товариств і товариств з обмеженою відповідальністю [2].

Специфіка розвитку малого бізнесу, наприклад, у Швеції полягає в тому, що у цій країні досить розвиненими є сімейний бізнес, споживча кооперація та різні підприємницькі угруповання на базі кооперативних зв'язків [4].

Аналіз досвіду провідних країн світу у сфері підтримки та розвитку малого підприємництва дає змогу виділити основні риси [2]:

– регуляція питань державної підтримки підприємницької діяльності;

– розвинена система спеціалізованих урядових закладів та організацій із державним або змішаним капіталом, які забезпечують скоординоване виконання комплексу завдань щодо підтримки підприємництва, зокрема, малого;

– регіональне розмежування функцій між центральними, регіональними та місцевими органами місцевої влади;

– розробка і реалізація системи державних програм фінансового, технологічного, інформаційного, зовнішньоекономічного, консультаційного кадрового сприяння малому підприємництву;

– асигнування програм підтримки малого підприємництва з бюджетів різних рівнів;

– створення стимулюючих податкових інструментів;

– використання різноманітних форм і методів фінансування;

– створення спеціалізованих фінансових, кредитних, страхових та інвестиційних інститутів;

– заохочення приватних кредитів та інвестицій у сферу малого підприємництва шляхом державних гарантій, страхування;

– взаємодія органів державної влади різних рівнів зі спілками та об'єднаннями підприємців з метою врахування їхніх пропозицій при розробці та прийнятті відповідних рішень, нормативно-правових актів тощо [2].

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз динаміки малого підприємництва в Україні показав, що з кожним роком ситуація погіршується. Кількість малих підприємств та фізичних осіб-підприємців значно зменшилася. Дана тенденція свідчить про наявність проблем. Для покращення ситуації необхідно розпочати пошук актуальних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств.

Таблиця 2

Світовий досвід ролі малого бізнесу в економіку країн 2016р.

Показник	Країна							
	США	Канада	Японія	Німеччина	Франція	Італія	Велика Британія	Україна
Доля малого бізнесу у кількості підприємств,%	97,6	99,8	99,2	99,3	97,6	99,1	97,6	95,5
Їх доля в ВВП,%	52	43	51,6	57	49,8	55	52	7
Чисельність працівників МП	25-99	До 49	5-20	до 9	до 200	10-50	10-49	10-50
Обсяг виручки для малого підприємства	До 5 млн. дол.	До 5 млн. дол.	До 10 млн. дол.	До 700 тис. євро	До 20 млн. євро	До 10 млн. євро	До 10 млн. євро	До 10 млн. євро

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

Світовий досвід свідчить про те, що насамперед необхідно удосконалити державну політику у сфері розвитку та підтримки малого бізнесу. Досвід зарубіжних країн становить певний інтерес для України і загальні риси, властиві багатьом країнам, мають враховуватися при формуванні державної політики підтримки малого підприємництва в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дорожня карта розвитку підприємництва в Україні: 2015 – 2016 роки. – К.: Центр громадської експертизи, Центр міжнародного приватного підприємництва, 2014. – 20 с.
2. Думенко О.В. Зарубіжний досвід підтримки малого і середнього підприємництва / О.В. Думенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29224/1/Dumenko.pdf
3. Єпіфанцева І.М. Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / І.М. Єпіфанцева, О.А. Маковецька // Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – Вип. 1(31). – С. 211-215.
4. Зарубіжний досвід підтримки малого і середнього підприємництва [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://kfpp.ru/analytics/material/foreignsupportexp.php.
5. Кулиняк Ю.І. Багаторівневі порівняння стану та розвитку малих підприємств України / Ю.І.Кулиняк // Економічний простір. – 2016. – № 105. – С. 78-88.
6. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом їх за розмірами [Електронник ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
7. Поліщук Н. Динаміка малого підприємництва у 2005-2013 роках / Н.Поліщук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://infolight.org.ua/content/dinamika-malogo-pidpriiemnictva-u-2005-2013-rokah
8. Хаустова К.М. Стратегічні аспекти розвитку підприємств малого бізнесу в регіоні / К.М. Хаустова, М.М. Антощук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/6/33.pdf

REFERENCES:

1. Dorozhnia karta rozvytku pidpryiemnytstva v Ukraini: 2015-2016 roky. – K.: Tsentr hromadskoi ekspertyzy, Tsentr mizhnarodnoho pryvatnoho pidpryiemnytstva, 2014. – 20 s.
2. Dumenko O.V. Zarubizhnyi dosvid pidtrymky maloho i serednoho pidpryiemnytstva / O.V. Dumenko [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/29224/1/Dumenko.pdf
3. Yepifantseva I.M. Osnovni aspekty rozvytku maloho biznesu v Ukraini / I.M.Yepifantseva, O.A.Makovetska // Trudы Odesskoho polytekhnycheskoho unyversyteta. – 2009. – Vyp. 1(31). – S. 211-215.
4. Zarubizhnyi dosvid pidtrymky maloho i serednoho pidpryiemnytstva [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://kfpp.ru/analytics/material/foreignsupportexp.php
5. Kulyniak Yu.I. Bahatorivnevi porivniannia stanu ta rozvytku malykh pidpryiemstv Ukrainy / Yu.I.Kulyniak // Ekonomichnyi prostir. – 2016. – # 105. – S. 78-88.
6. Pokaznyky strukturnoi statystyky po subiektakh hospodariuvannia z rozpodilom yikh za rozmiramy [Elektronnyk resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua
7. Polishchuk N. Dynamika maloho pidpryiemnytstva u 2005-2013 rokakh / N. Polishchuk [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://infolight.org.ua/content/dinamika-malogo-pidpriiemnictva-u-2005-2013-rokah
8. Khaustova K.M. Stratehichni aspekty rozvytku pidpryiemstv maloho biznesu v rehioni / K.M. Khaustova, M.M. Antoshchuk [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/6/33.pdf

Mykhalchuk L.V.
Senior Instructor at Department of Entrepreneurship and Business Economics
University of Customs and Finance
Marchenko A.O.
Student
University of Customs and Finance

SMALL BUSINESS IN TRANSITION: REVELANCE, PROSPECTS, NECESSITY

Small businesses are an important part of the economic system of the country, because it is impossible without the development of regional economy. It is associated with addressing a number of issues, not only economic but also social, namely employment, poverty reduction, increased business activity of the population, the strengthening of the economic potential of the regions, promote competition in the business environment. That is why there is a need to create an effective system of functioning and development of small businesses, improve the existing legislative framework governing its activities.

In a paper presented at the review, analysis of the current state of small business in Ukraine and by the prospects of its further development, taking into account international experience. The analysis of the dynamics of small enterprises, the number of private entrepreneurs in Ukraine and the world and their contribution to GDP.

Publication of the article is appropriate because the analysis of the dynamics of small business in Ukraine showed that every year the situation worsens. Due to the fact that in Ukraine the number of small businesses and individual entrepreneurs has decreased, this trend indicates a problem.

The article suggests ways to improve state policy in sphere of small business. Was analysed comparative the indicators of Ukraine with other countries. The experience of leading countries in the field of small business support.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ФОРМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

EFFICIENCY OF FRANCHISING BUSINESS FORMS IN UKRAINIAN MARKET

УДК 339.187.44

Михальчук Л.В.
старший викладач
кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університет митної справи та фінансів
Сіліна І.С.
студентка
Університет митної справи та фінансів

У даній статті визначено основні поняття щодо франчайзингу як особливої форми ведення бізнесу, проведено порівняння трактувань поняття «договір комерційної концесії» в українському законодавстві. На основі статистичних даних проаналізовано стан, структура та місткість українського ринку франчайзингу за сучасних умов, показано вітчизняні та закордонні компанії, які працюють на умовах франчайзингу. Проведено аналіз динаміки зростання кількості франчайзерів в Україні за 2001-2015 роки та їх ролі у розвитку економіки країни. Визначено ефективність застосування франчайзингу в сучасних умовах економіки.

Ключові слова: *франчайзинг; договір комерційної концесії; правоволоділець; франчайзі; ринок франчайзингу; бізнес.*

В данной статье определены основные понятия по франчайзингу как особой формы ведения бизнеса, проведено сравнение трактовок понятия «договор коммерческой концессии» в украинском законодательстве. На основе статистических данных проанализировано состояние, структура и емкость украинского рынка франчайзинга в современных условиях, показаны отечественные и зарубежные компании, работающие на условиях франчайзинга. Проведен анализ динамики, роста, количества франчайзеров в Украине за 2001-2015 года, их роли в развитии экономики страны. Определена эффективность применения франчайзинга в современных условиях экономики.

Ключевые слова: *франчайзинг; договор коммерческой концессии; правообладатель; франчайзи; рынок франчайзинга бизнес.*

The article researches basic concepts of franchising as a particular form of conducting business; compares interpretations of the term «commercial concession agreement» in Ukrainian legislation. Based on the statistics, was analyzed state, structure and content of Ukrainian market of franchising in modern conditions. There are shown native and foreign franchising companies that are working under conditions of franchising. Was analyzed the dynamics of the growing number of franchises in Ukraine in 2001-2015 and their role in economic development of the country. Was defined efficiency of using franchising in contemporary conditions of economy.

Key words: *franchising; commercial concession agreement; holder; franchisees; franchising market; business.*

Постановка проблеми. Економіка України характеризується застосуванням й розвитком різних методів та способів ведення підприємницької діяльності, які успішно використовуються за кордоном і забезпечують задоволення потреб суспільства у різноманітних товарах та послугах. На даний момент Україна зберігає деякий відрив від світових тенденцій ведення бізнесу, тому що понад 20 років тому перейшла до ринкової економіки, у той час, як в Європі та США франчайзинг як один із способів організації бізнесу в ринковій системі існує понад століття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням франчайзингової форми ведення бізнесу займалися такі вітчизняні науковці, як: К. В Романчук., А. В. Махота, В. С. Хвостенко, Н.С. Косар та ін. Їх публікації висвітлюють теоретичні аспекти поняття «франчайзинг», особливості, переваги та недоліки ведення бізнесу в умовах франчайзингу, проводять аналіз сучасного стану українського ринку франчайзингу. Проте, доцільно розглянути ефективність ведення бізнесу за допомогою франчайзингової форми на українському просторі у майбутньому.

Постановка завдання: дослідження ефективності ведення бізнесу за допомогою франчайзингової форми, огляд стану франчайзингу на українському та світовому ринках та можливість їх розвитку у майбутньому.

Викладення основного матеріалу. Франчайзинг – це спосіб організації бізнесу, згідно з яким на договірній основі одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) за винагороду право використання: знаку для товарів та послуг; фірмового найменування; послуг і виробництва товарів; технологічного процесу; спеціалізованого обладнання. Проте, дотепер практично відсутня законодавча база для здійснення франчайзингової форми ведення бізнесу. На врегулювання законодавчої бази франчайзингу як способу організації бізнесу у 2001 р. була спроба розробити закон «Про франчайзинг» [10]. Але після першого читання цей законопроект залишився у стані проекту, бо він містив ряд недоліків: відсутність повного глосарію (ноу-хау, франшиза, територіальна франшиза, генеральна франшиза, субфранчайзинг, комерційна інформація, об'єкти виключних прав, тощо); невдала процедура реєстрації договору; не було визначено заходи по стимулюванню суб'єктів господарської діяльності, які виступають сторонами відповідних відносин; не врегульовано переддоговірні франчайзингові відносини, тощо [6].

Сьогодні регулювання правовідносин даного способу організації бізнесу обмежується положеннями Цивільного кодексу України (глава 76) та Господарського кодексу України (глава 36). При цьому українське законодавство не передбачає поняття «франчайзинг», для забезпечення такого способу організації бізнесу використовується термін «договір комерційної концесії» відповідно до 1115 статті (глава 76) Цивільного кодексу України.

Порівняння понять договору комерційної концесії наведено у табл. 1 на основі Цивільного та Господарського кодексів України.

Договір комерційної концесії – це договір згідно якого: одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг [12].

Обов'язковим є укладання договору в письмовій формі та реєстрація державою франчайзера. Однак, через відсутність законодавчої бази щодо франчайзингу, органи реєстрації відмовляють у реєстрації. Тому, залишається єдиний спосіб – провести таку дію в судовому порядку.

Тоді правовласник надає франчайзі всю необхідну документацію та інформацію для ведення бізнесу, залишаючи за собою право контролювати діяльність франчайзі.

В Україні франчайзинг добре закріпився та динамічно розвивається на ринку. Побудова франчайзингової системи має ряд переваг як для франчайзера, так і для франчайзі (табл. 2).

В Україні працюють вітчизняні та іноземні власники бізнесу, які надають франшизу. Під час укладання франчайзингової угоди та розподілу зобов'язань і франчайзі і франчайзер не позбавленні виникнення чималої кількості ризиків та проблем, які загрожують їхній діяльності.

У світі франчайзинг уважається найбільш прогресивною формою ведення бізнесу. Тому для вивчення українського ринку франчайзингу необхідно розглянути світові показники діяльності бізнесу на умовах франчайзингового договору.

За даними консалтингової компанії FranchiseGroup франчайзинг поширився у таких сферах економіки, як: фаст-фуд, кількість франчайзі якого становить 20% загальносвітової кількості, роздрібна торгівля – 15%, сферу інших послуг (у тому числі спортивних і туристичних) – близько 12%, автомобільні перевезення та обслуговування – 8%, будівництво – 7% (рис. 1). Дані цього ж джерела свідчать, що США – країна, де франчайзинг здобув найбільшу популярність і розповсюдження: частка малого бізнесу, який працює на умовах франчайзингу, становить майже 80%, у той час, як в Європі – 67%, в Україні – лише 23% [4].

В Європі франчайзинг вже давно став ефективною формою ведення бізнесу. На початку 2016 року в Європі здійснюють свою діяльність більше 4500 франчайзингових мереж і майже 180 000 франчайзі, загальний обсяг продажу яких становив 150 млрд. дол. США. Але ці показники

Таблиця 1

Порівняння понять договору комерційної концесії Цивільного та Господарського кодексів України

Джерело	Поняття
Цивільний кодекс України [12]	Стаття 1115. Договір комерційної концесії За договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.
Господарський кодекс України [1]	Стаття 366. Договір комерційної концесії 1. За договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правовласнику, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правовласнику обумовлену договором винагороду. 2. Договір комерційної концесії передбачає використання комплексу наданих користувачеві прав, ділової репутації і комерційного досвіду правовласника в певному обсязі, із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної сфери підприємницької діяльності.
Проект Закону України «Про франчайзинг». – зареєстровано у Секретаріаті Верховної Ради України 8 листопада 2001 року за № 8241. [10]	Стаття 1. Франчайзинг - підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правовласник) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знаку для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав; правовласник (франчайзер) - суб'єкт підприємницької діяльності (юридична або фізична особа), власник комплексу виключних прав, передбачених абзацом другим цієї статті; користувач (франчайзі) - суб'єкт підприємницької діяльності (юридична або фізична особа), який одержує у правовласника на визначених умовах комплекс виключних прав, передбачених абзацом другим цієї статті, для провадження підприємницької діяльності.

значно нижчі від показників розвитку франчайзингу в США, де його обсяг становить близько 1 трлн. дол. США на рік [7].

За даними Міжнародної Асоціації з франчайзингу у 2015 році лідерами на європейському ринку франчайзингу стали: Франція, в якій зосереджено 1389 одиниць франчайзингових систем, Німеччина – 1075 одиниць, Італія – 939, Іспанія – 955 і Великобританія – 936 одиниць [9].

На українському ринку франчайзингу домінують вітчизняні франшизи, які контролюють 66% ринку. Зарубіжні франшизи, контролюють решту 34% ринку, за своїм походженням вони розподіляються наступним чином: 191 компанію представляють такі країни, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Німеччина, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія та Угорщина [4].

У 2015 році в Україні загальна кількість торгових точок становить – 20134 од., при цьому функціонують 565 франчайзерів, з яких 431 – це відомі компанії, а 134 – нові учасники серед ринкових гравців, які перебувають у процесі відкриття своїх перших торгових точок. У той же час серед них активні 77% франчайзерів України, тобто вони працюють з власниками франшиз, у яких є діючі торгові точки; 23% неактивні, бо вони зареєстровані, як франшизи, але функціонують тільки їх власні торгові точки [4].

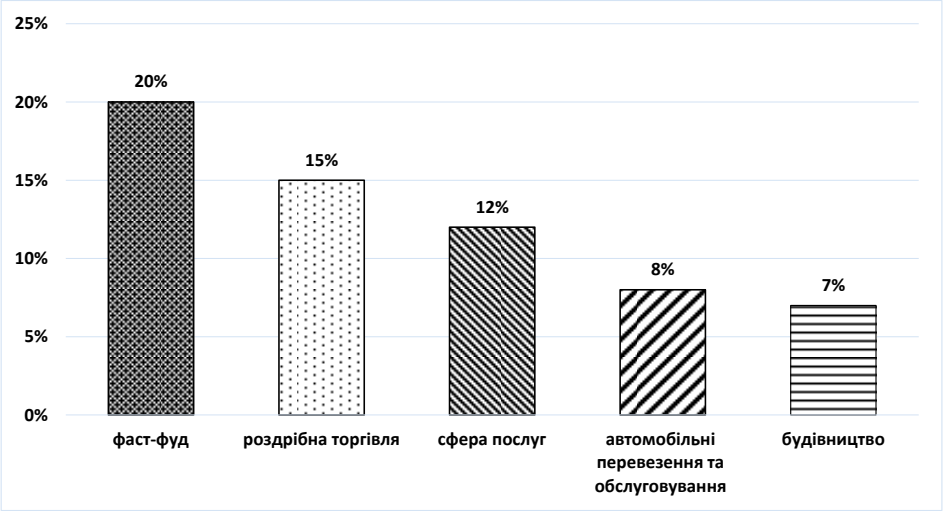


Рис. 1. Сфери економіки, в яких найбільше поширений франчайзинг

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Таблиця 2

Переваги використання франчайзингу для франчайзера та франчайзі

Переваги франчайзингової діяльності	
для франчайзі	**для франчайзера**
– можливість працювати під відомою торговою маркою (ТМ), яка вже зайняла своє місце на ринку та завоювала довіру; – готовий рецепт успіху бізнесу і репутацію бренду; – вдалий досвід ведення бізнесу свого франчайзера; – посібник із запуску та ведення бізнесу з детальним описом кожного процесу, а також підтримку франчайзера на всіх етапах. Мінімізація ризиків франчайзі дає можливість знизити ризики нового підприємства, зменшити оподаткування та початкові інвестиції – придбавши франшизу, залишається самостійним власником бізнесу, який зацікавлений в прибутковості його функціонування. Франчайзі сам займається управлінням і контролем роботи об’єкта	– продаж франшизи - додаткове джерело доходу для франчайзера – франчайзі, придбавши франчайзинговий пакет, робить початковий внесок, а також виплачує додаткові кошти на підтримку послуг, які надає франчайзер; – франчайзинг дає можливість побудови та розвитку мережі без вкладень власних капіталу, швидкого розвитку на новому ринку і зміцнення своїх позицій на існуючому ринку; – франчайзинг допомагає споживачам більше дізнатися про продукт і послуги; – франчайзер розвиває свою концепцію бізнесу і доводить її прибутковість на прикладі своїх власних підприємств. Він розділяє свій досвід з усіма франчайзі системи, надаючи їм можливість вести свій бізнес успішно.

Як показано на рис. 2, починаючи з 2001 року кількість франчайзерів з кожним роком збільшується. Тільки у 2009 та 2014 роках спостерігається скорочення цього показника у зв'язку з кризовим станом в економіці. Незважаючи на це, кількість франчайзерів продовжує зростати.

Виходячи з даної інформації, можна стверджувати, що франчайзинговий бізнес кожного року розвивається все більше.

На рис. 3 видно, що 83,8% усіх точок працюють на ринку франчайзингу у сфері роздрібної торгівлі, 72,7% – у сфері послуг та 70,4% – у ресторанному бізнесі [4].

У роздрібній торгівлі більше 60 % торгових точок працюють під брендом п'яти найбільших франчайзерів: «Наша Ряба» (2600 франчайзингових точок), «Гаврилівські курчата» (1300 франчайзингових точок), «Цифротех» (801 франчайзингова точка), «Том Фарр» (247 франчайзингових точок) і «Наш Край» (161 франчайзингова точка) [4].

У сфері послуг майже 60 % франчайзингових точок працюють під брендам трійки провідних франчайзерів: «Нова Пошта» (2060 франчайзингових точок), «Універсальна» (1800 франчайзингових точок) та «Експрес-клінінг» (400 франчайзингових точок) [4].

У секторі харчування та ресторанного бізнесу найбільшим гравцем є «Фаст ФудСистемз», який контролює майже 10 % торгових точок через три франшизи «ПіццаЧелентано» (163 франчайзингові точки), «Картопляна Хата» (21 франчайзингова точка) і «Яппі» (4 франчайзингові точки) [4].

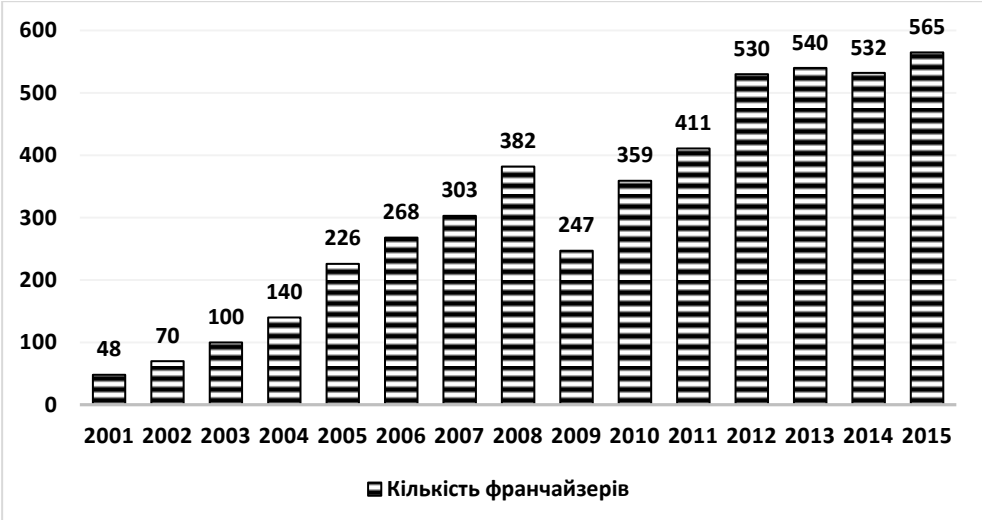


Рис. 2. Кількість франчайзерів в Україні 2001-2015 рр.

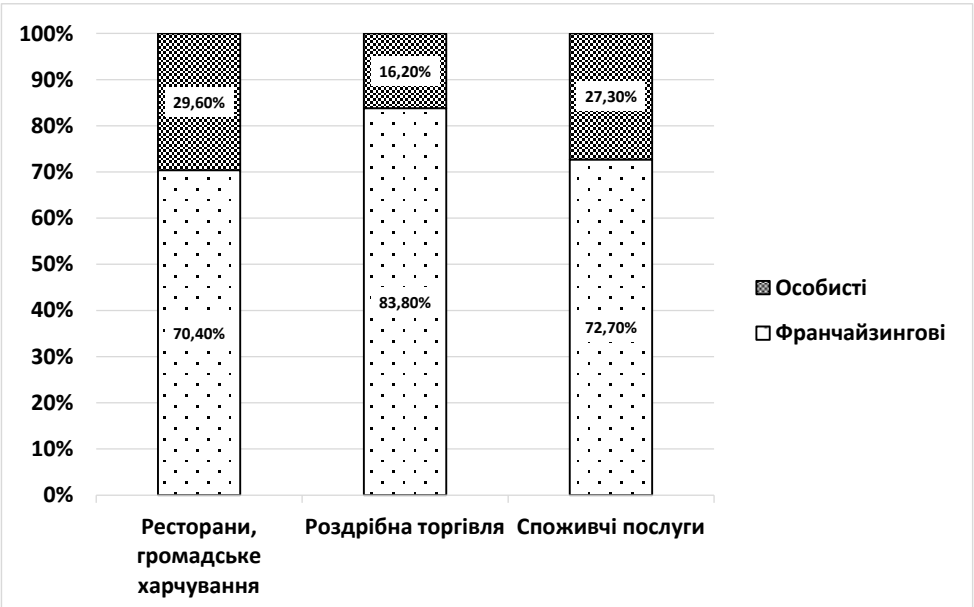


Рис. 3. Структура франчайзингових та власних точок за галузями 2015 р.

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Таблиця 3

Популярні франшизи в Україні 2015 р.

Назва ТМ франчайзингової мережі	Інвестиції	Вступний внесок	Роялті	Термін окупності
«Наш Край» [8]	€10 000 – €25 000	Відсутній	3,5 EUR / кв.м (зараз зафіксовано на рівні 1 EUR=17,50 грн)	Від 5 міс.
«Львівські пляцки» [8]	від 50 000 USD	від 10 000 USD	10%	до 2,5 років
Крила [5]	450 000 грн. – 550 000 грн.	35 000 грн. – 85 000 грн.	2.5% (від обороту) в міс.	6-18 міс.
Еко-Лавка [8]	від 300 000 UAH	від 50 000 UAH	3%	6 -18 міс.
«Франс. уа» [8]	від 22 000 USD	6 000 USD	Відсутнє	18 міс.
«Булочна № 1» [8]	від 20 000 USD	від 4 000 USD	Відсутнє	від 8 до 18 місяців
Львівська Майстерня Шоколаду [8]	від 40 000 USD до 100 000 USD	від 15 000 USD	обговорюється	від 24 до 36 місяців
Компанія Crocs [5]	від 15 000 USD до 25 000 USD	відсутній	відсутнє	від 12 до 18 місяців
Join UP! [8]	від 2 000 USD до 3 000 USD	від 22 000 UAH	1 000 – 2 500 UAH, в залежності від міста	6 – 12 місяців
Сендвіч-бар FreshLine [5]	від 25 000 USD до 45 000 USD	від 3 000 USD	4%	12 – 24 місяці

Найбільш поширеними стають франшизи для малого бізнесу з вкладенням інвестицій у розмірі не більшому за 2 млн. гривень. У таблиці 3 представлено десять популярних франшиз в Україні у 2015 році.

Ефективність цієї форми ведення бізнесу полягає в тому, що франчайзинг – надійний спосіб зменшення операційних ризиків, а також збільшення шансів тривалого виживання компаній.

За даними Держкомстату, через сім років закриваються 77% приватних підприємств, через десять на плаву залишаються 18%. Серед франчайзі через п'ять років йдуть з ринку тільки 8%, а через десять – 10% [2].

На українському ринку найбільш прибутковими залишаються іноземні франшизи, які мають добре впізнавану товарну марку, бренд тощо. Аналіз літературних джерел свідчить, що середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для незалежних підприємств становить близько 300%, а для підприємств – одержувачів франшиз – більше 600% [3]. За різними оцінками в Україні, налічується 80-120 франчайзингових мереж, а їх річний валовий дохід перевищує 1,3 трлн. дол. [11].

Отже, франшиза – неврегульована частина українського законодавства, при укладанні договору необхідно достатньо точно зазначати всі питання і зважувати ризики ведення такого бізнесу.

З кожним роком кількість як українських, так і закордонних франчайзерів збільшується, що свідчить про ефективність використання франчайзингу.

Висновки з проведеного дослідження. У порівнянні з іншими країнами поняття франчайзингу є новим для України. Не зважаючи на це, за останні роки спостерігається значне зростання кількості вітчизняних франчайзерів та зарубіжних компаній на українському ринку. Така форма ведення бізнесу, як франчайзинг, зацікавила багатьох представників підприємницької діяльності, що говорить про переваги франчайзингової діяльності та її розвиток в Україні.

Франчайзинг має великі перспективи розвитку в майбутньому. Для цього необхідно:

– удосконалити нормативно-законодавчу базу, яка на сьогодні не здатна врегулювати низку питань пов'язаних з франчайзинговою діяльністю;

– створити консультаційні центри, які займатимуться інформуванням щодо особливостей використання франчайзингу в бізнесі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada. gov.ua/laws/show/436-15.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
3. Добрянська Ю.О., П'ясечна А.В., Косар Н.С. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі / Ю.О. Добрянська, А.В. П'ясечна, Н.С. Косар // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – Вип. 7. – С. 122-126.
4. Звіт «Франшизи в Україні стійкі до кризи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf
5. Каталог популярних франшиз [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://franch.biz/populjarnye-franshizy/
6. Михальчук Л.В., Гарькава Т.Л. Розвиток франчайзингу в Україні / Л.В. Михальчук, Т.Л. Гарькава // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 231. – С. 68-70.

7. Офіційний сайт European Franchise Federation [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.efffranchise.com

8. Офіційний сайт консалтингової компанії FranchiseGroup [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua

9. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.franchise.org

10. Проект закону України «Про франчайзинг». Його було зареєстровано у секретаріаті Верховної Ради України 8 листопада 2001 року за № 8241

11. Ринок франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajjzinga_v_ukraine_i_za_rubezhom

12. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.2

REFERENCES:

1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. # 436-IV [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15

2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/

3. Dobrianska Yu.O., Piasechna A.V., Kosar N.S. Doslidzhennia suchasnoho stanu franchaizynhu v Ukraini ta sviti / Yu.O. Dobrianska, A.V. Piasechna, N.S. Kosar // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – 2015. – Vyp. 7. – S. 122-126.

4. Zvit «Franshyzy v Ukraini stiiki do kryzy» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf

5. Kataloh populiarnykh franshyz [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: https://franch.biz/populjarnye-franshizy/

6. Mykhalchuk L.V., Harkava T.L. Rozvytok franchaizynhu v Ukraini / L.V. Mykhalchuk, T.L. Harkava // Kultura narodov Prychernomoria. – 2012. – # 231. – S. 68-70.

7. Ofitsiinyi sait EuropeanFranchiseFederation [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.efffranchise.com

8. Ofitsiinyi sait konsaltynhovoi kompanii FranchiseGroup [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://franchisegroup.com.ua

9. Ofitsiinyi sait Mizhnarodnoi Asotsiatsii z franchaizynhu [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.franchise.org

10. Proekt zakonu Ukrainy «Pro franchaizynh». Yoho bulo zareiestrovano u sekretariati Verkhovnoi Rady Ukrainy 8 lystopada 2001 roku za # 8241

11. Rynok franchaizynhu v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajjzinga_v_ukraine_i_za_rubezhom

12. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. # 435-IV [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.2

Mykhalchuk L.V.
Senior Instructor at Department of Entrepreneurship and Economics of Enterprises
University of Customs and Finance
Silina I.S.
Student
University of Customs and Finance

EFFICIENCY OF FRANCHISING BUSINESS FORMS IN UKRAINIAN MARKET

In the context of globalization franchising is getting more popular and profitable year after year. Most part of businessmen and investors are using franchising in different areas and countries. Domination of franchising among other ways of conducting business is connected with rivalry on markets and limited financial resources and opportunities. Franchising is attractive because it offers possibility to attract foreign investment, introduce innovative technologies, increase employment and develop networks for delivery of goods, both on the national market and on the foreign markets.

In Ukraine franchising is developed over 20 years, therefore the definition of “franchising” is relatively new to domestic enterprises. Despite this, a large number of companies conduct business under the trade mark of known foreign and Ukrainian companies.

For today Ukrainian legal system does not have a definition for “franchising”, “franchise" and it gives reason to examine in more detail advantages and disadvantages of conducting business on the terms of franchising contract.

The article researches basic concepts of franchising as a particular form of conducting business; compares interpretations of the term “commercial concession agreement” in Ukrainian legislation. Based on the statistics, was analysed state, structure and content of Ukrainian market of franchising in modern condition. There are shown native and foreign franchising companies that are working under conditions of franchising. Was analysed the dynamics of the growing number of franchises in Ukraine in 2001-2015 and their role in economic development of the country. Was defined efficiency of using franchising in contemporary conditions of the economy.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ЕКОНОМІЧНІ ОБ'ЄКТИ АПК: МЕТОДИ І МОДЕЛІ

EXPLORATION OF THE INFLUENCE OF COMPETITIVE ADVANTAGES ON THE ECONOMIC OBJECTS OF THE AIC: METHODS AND MODELS

УДК: 332.1.009.12

Нечипоренко В.В.
к.с.-г.н., доцент,
Сумський національний аграрний університет

У статті представлені методи і моделі дослідження впливу конкурентних переваг на економічні об'єкти АПК на основі аналізу наукових джерел. У результаті дослідження визначено, що найбільш пристосована група апріорних методів із використанням показників ефективності системи управління і складанням матричної моделі оцінки рівня конкурентоспроможності

Ключові слова: *конкурентні переваги, інтегральний рівень конкурентоспроможності, регіон, індекс конкурентоспроможності стратегії, матрична модель*

В статье представлены методы и модели исследования влияния конкурентных преимуществ на экономические объекты АПК на основе анализа научных источников. В результате исследования установлено, что наиболее приспособлена группа априорных методов с использованием показателей эффективности системы управления и составлением матричной модели оценки уровня конкурентоспособности

Ключевые слова: *конкурентные преимущества, интегральный уровень конкурентоспособности, регион, индекс конкурентоспособности стратегии, матричная модель*

The article presents methods and models for studying the influence of competitive advantages on the economic objects of the AIC on the basis of analysis of scientific sources. As a result of the research, it was found that the most appropriate group of a priori methods using the performance indicators of the management system and compiling a matrix model for assessing the level of competitiveness

Key words: *competitive advantages, integral level of competitiveness, region, competitiveness index of strategy, matrix model*

Постановка проблеми. В умовах конкуренції ринкову позицію економічних об'єктів АПК визначають наявні в них конкурентні переваги, вони і стають визначальним чинником комерційного успіху. Саме дія конкурентних переваг повинна бути спрямована на забезпечення стійких конкурентних позицій на ринку, пристосування до умов зовнішнього середовища, пошуку способів протидії конкурентам, що обумовлює необхідність вирішення проблем, пов'язаних із підвищенням конкурентоспроможності економічних об'єктів АПК.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження конкурентних переваг знайшли відображення в роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Л. Антонюк, В. Базилевич, П. Бєленький, П. Бубенко, В. Василенко, В. Геєць, М. Долішній, С. Дорогунцов, Т. Заяць, Б. Кваснюк, Л. Ковальська, О. Комеліна, Н. Мікула, В. Мунтіян, В. Н. Онищенко, Огнівцев С.Б, Пархоменко, В. Підвисоцький, В. Пила, Л. Птащенко, Л. Семів, Сптиць С.О., Ф. Фатхутдінов, Л. Яковенко й інші. Разом з тим окремі теоретичні та прикладні питання з дослідження впливу конкурентних переваг на економічні об'єкти АПК через їх багатогранність і складність потребують нових підходів до дослідження і науково-методичного обґрунтування.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та аналіз наукових надбань з даної тематики, а також адаптація існуючих методів і моделей дослідження впливу конкурентних переваг на економічні об'єкти АПК.

Виклад основного матеріалу. Серед науковців існує тенденція щодо формування проблематики конкурентних переваг та введення їх у поняття конкурентоспроможності. Так М. Гельвановський та інші вважають, що конкурентоспроможність – це «володіння властивостями, що створюють конкурентні переваги для господарюючого суб'єкта задля отримання перемоги в економічному змаганні. Ці властивості можуть відноситися до різних за своєю природою об'єктів: видів продукції, підприємств, організацій, що здійснюють комерційну діяльність (мікрорівень), їх груп, що утворюють галузеві або конгломератні об'єднання (мезорівень), нарешті, до окремих країн (макрорівень)» [3, с. 71].

Іванов Ю.Б. уважає, що конкурентні переваги – це ті чинники, які забезпечують переваги аналізованого об'єкта (суб'єкта) перед конкурентами або будуть забезпечувати в майбутньому при реалізації запланованих заходів [4, с. 10].

Конкурентні переваги можуть мати різний рівень ієрархії й належати до товару, підприємства, галузі, економіки в цілому, ґрунтуватися на цінових і нецінових факторах, бути довгостроковими, середньостроковими й короткостроковими, стійкими й нестабільними, унікальними й імітованими і т.д.

Методи дослідження передбачають використання дієвих форм математично-статистичного аналізу для якісної оцінки конкурентоспроможності регіональних систем. Результативними, на наш погляд, є такі методи: метод інтегральних показників, метод порівняння, методи побудови та аналізу рядів динаміки та трендів, методи групування, методи стандартизації показників, графічні методи тощо.

Для дослідження впливу конкурентних переваг на економічні об'єкти АПК можна запропонувати методи, що класифікував К.Г. Бородін.

Перша класифікація – зарубіжна (Бакли П., Кристофер Л. та Прескотт К.): засоби результатів діяльності (прибутковість, рентабельність, частка ринку, показник порівняльної переваги RCA (Revealed Comparative Advantage)), конкурентного потенціалу (доступність до дешевих сировинних ресурсів, технологій, відносно низькі ціни і висока продуктивність), конкурентного процесу (якісні показники оцінки процесу управління, переведення конкурентного потенціалу в конкурентні досягнення у сфері міжнародного бізнесу та маркетингу).

Друга класифікація методів – загальноекономічна. Вона складається з апріорного (кількісного) методу (оцінка майбутнього потенціалу) і апостеріорного (статистичного) методу (оцінка поточного (минулого) стану) за фактичними даним (галузевий експорт та імпорт (обсяги, темпи росту)).

Апріорний метод сприяє отриманню прогнозованої інформації про конкурентні переваги. У його рамках здійснюється поділ на методи теорії економічної ефективності (витрати, терміни, сервіс) і методи кваліметрії (якість, реклама, сукупність властивостей).

Галузеві показники конкурентних переваг регіону, формалізуються в економічні показники і поділяються на внутрішні і зовнішні.

Апостеріорний метод уважається більш точним, але має недоліки у прогнозуванні, оцінює «потребу на зовнішньому ринку конкретного виду національної продукції».

Методи дослідження конкурентоспроможності (зарубіжні і загальноекономічні) можна застосовувати при вивченні впливу конкурентних переваг на економічні об’єкти АПК.

Так І.Є. Журба вважає, що найбільш об'єктивним комплексним показником, що поєднує конкурентоспроможність товару, товаровиробника, галузеву конкурентоспроможність, є показник регіональної конкурентоспроможності, який дає змогу характеризувати становище регіону на національному, а країни – на світовому ринку [5, с.].

Аналізуючи методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності регіонів, І.Є. Журба зазначає, що:

– формування системи різнопланових показників, що всебічно відображає конкурентні переваги регіону, поєднані у загальний підсумковий індекс конкурентоспроможності шляхом ранжирування й експертних оцінок;

– виділення ключових показників конкурентоспроможності (якості і ціни продукції, інвестиційної привабливості і рівня життя населення) і розрахунок комплексного індексу на основі логічного їх об'єднання за характером впливу на конкурентоспроможність;

– виявлення характерних позицій регіонів залежно від їхнього становища в матрицях оцінки за характерними для конкурентоспроможності показниками [5].

Інтегральний рівень конкурентоспроможності регіону є відносним показником (коефіцієнтом), а отже, не повинен залежати від розмірів території або чисельності населення регіону.

Усі характерні ознаки конкурентоспроможності включаються в розрахунок інтегральних (зведених) значень з одиницями виміру, вираженими відносними величинами (на одну особу, темпом, часткою), а в деяких випадках, як виняток, бальними оцінками.

Індикатор темпу мало залежить від міжрегіональних розходжень у спеціалізації економіки регіонів. Адже відомо, що регіони з незначними рівнями обсягів капіталовкладень на одну особу, валового регіонального продукту або рівня життя можуть навіть швидше нарощувати їхні обсяги. Тому індикатори об'єму на одну особу й темпи органічно доповнюють один одного, дозволяють шляхом їх інтеграції отримати дійсно комплексну оцінку стану конкурентоспроможності регіону.

Розглядати галузеві показники екстенсивних і інтенсивних конкурентних переваг окремого регіону у порівнянні з іншими регіонами України, доцільно використовувати метод групувань, застосовуючи у розрахунках показник середньої простої для оцінки середнього показника конкурентної переваги за ряд років (формула 1):

$$\overline{a_j} = \frac{\sum_{i=1}^{n} a_{ij}}{n}, \qquad (1)$$

де: a_j – середнє арифметичне значення показника конкурентної переваги по j-ому регіону

a_{ij} – значення показника конкурентної переваги іого року по j-ому регіону;

i – порядковий номер року;

j – порядковий номер регіону;

n – число років.

Галузеві показники конкурентних переваг отримують взаємопов’язану оцінку та інтерпретацію у моделях. За думкою Огнівцева С.Б та Сптица С.О., під моделлю розуміють уявний образ об’єкту. «Моделювання – невід'ємна властивість людського мозку і людина моделювала з того моменту, як стала людиною …» [146, с. 19].

Інше визначення моделі, яке пропонують автори, «модель – це формально логічний опис причинно-наслідкових взаємозв’язків в системі, при чітких і однозначно сформульованих аксіомах та гіпотезах про структуру та функціонування моделюючого об’єкту і його взаємозв’язках з навколишнім середовищем». Однією з функцій моделей по Огнівцеву С.Б. і Сиптицу С.О.: «… систематизація і структуризація даних, навчання практиків і вчених фахівців, інструмент доказів теорій і гіпотез …» [1, с. 84].

У сільському господарстві України в теперішній час спостерігається зниження конкурентоспроможності виробництва та низький рівень використання конкурентних переваг. Це дозволяє визначити проблему необхідності розробки стратегії конкуренто-

спроможного галузевого розвитку як на рівні теоретичної, так і на рівні прикладної моделі [1, с. 92].

Стратегію регіонального галузевого розвитку важливо розробляти з урахуванням регіональної галузевої спеціалізації, в тому числі районів у регіоні, сформувавши при цьому основні державні галузеві програми. Регіональна галузева спеціалізація – фактор розміщення пріоритетних національних і регіональних галузевих інвестиційних проектів.

Цільовими показниками конкурентних переваг в оцінці регіональної стратегії АПК може бути посівна площа за видами рослинницьких культур, поголів'я за видами тварин, урожайність і продуктивність (тварин), на які впливає рівень культури землеробства та технології, інтенсифікація виробництва, інновації і модернізація засобів виробництва.

Пропонуємо застосовувати формулу середньозваженої для розрахунку рівня конкурентоспроможності галузевої стратегії регіону (формула 2)

$$CS_b = \sum_{i=1}^{n} p_i \, x \, b_i \, , \qquad (2)$$

де: p_i – місце регіону в рейтингу за конкретним показником конкурентної переваги серед регіонів України;

b_i – ваговий коефіцієнт, що враховує міру ризику за показником конкурентної переваги регіону України;

i – порядковий номер галузевої конкурентної переваги;

n – кількість галузевих конкурентних переваг.

Відповідно ваговий коефіцієнт розраховується за формулою ймовірності виникнення події (формула 3):

$$b_i = \frac{P_i}{P} \, , \qquad (3)$$

де: P – сума чисел місць.

При інтерпретації вагового коефіцієнту можна слідувати положенню, що вищий ранг, то менший ризик по конкурентній перевазі і, що менший ранг, то більший ризик по конкурентній перевазі.

Рівень конкурентоспроможності регіональної галузевої стратегії України можливо оцінити за показниками використання конкурентних переваг у вигляді матричної моделі. «Матрична модель» – мережа структурно-логічних взаємозв'язків конкретних цільових показників і об'єктів моделювання по елементам матриці в рамках предмета моделювання, що відображає поточний або перспективний «образ» ситуації.

Відповідно, агрегована матрична модель рівня конкурентоспроможності галузевої стратегії регіону в суб'єкті України порівняно з регіонами-конкурентами представлена у вигляді матриці (рис. 1).

Підбір показників конкурентних переваг регіону та їх кількість у суб'єкті України можуть змінюватись. У розрахунках можливо використовувати як показники природніх, так і штучно створених конкурентних переваг.

Матричні моделі у своїх дослідженнях розглядали Апишев А.А., Гапоненко А.В., які вони доповнювали «радарами конкурентоспроможності» за групами економічних показників при комбінації матричних і графічних методів «з розрахунками при проведенні оптимізаційних процедур на різних рівнях управління» [1, с. 58].

Апишев А.А. та Гапоненко А.В. застосовували три види матриць у дослідженнях конкурентоспроможності: трьохмірну матрицю факторного впливу, матрицю впливу факторів на переведення системи у новий стан, матрицю частоти переходів системи у новий стан під впливом різних факторів. Вони проводили свої дослідження відповідно до конкурентоспроможності підприємства, що зорієнтовані на лінійне програмування. Найбільш цікавою з трьох видів матриць є трьохмірна матриця

Регіони суб'єкта України	CS_a						
	ij	…	…	…	…	IJ	CS_b
R_1	CS_{b1ij}	…	…	…	…	…	CS_{b1}
…		…	…	…	…	…	…
R_n						CS_{bn1j}	CS_{bn}
Стратегія суб'єкта	CS_{bij}	…	…	…	…	CS_{bIJ}	CS_b

Рис. 1. Агрегована матрична модель конкурентоспроможності галузевої стратегії суб'єкта України,

де: CS_b – рівень конкурентоспроможності стратегії суб'єкта;

CS_{bn} – рівень конкурентоспроможності стратегії n регіону;

R – регіон у суб'єкті України;

n – порядковий номер регіону у суб'єкті України;

i – порядковий номер виду галузевого виробництва у регіоні;

I – кількість галузевих виробництв у регіоні;

j – порядковий номер галузевої конкурентної переваги виробництва у регіоні;

J – кількість галузевих конкурентних переваг виробництва у регіоні.

факторного виміру, що представляє собою систему підприємства по конкретному підприємству у відповідності до показника конкурентоспроможності (формула 4, 5).

$$\begin{gathered} x_{11}+x_{12}+\ldots+x_{1m}\le C_1 \\ x_{21}+x_{22}+\ldots+x_{2m}\le C_2 \\ X_{n1}+x_{n2}+\ldots+x_{nm}\le C_n \\ x_{ij}>0 \end{gathered} \qquad (4)$$

Цільова функція:

$$Z_{min(max)}=\sum_{c_{.j}} x_{ij}\,, \qquad (5)$$

де: $x_{ij}(t)$ – елементи матриці, які необхідно оптимізувати

(привести до цільового значення), наприклад, у відношенні конкурентоспроможності підприємства витрати і-ої підсистеми з урахуванням впливу j-ого фактору у конкретний момент часу (може бути прибуток, ціна реалізації);

C_j^I - оптимальні (цільові) значення показників за підсистемами [1, с. 76].

Подібні моделі – частина як системного аналізу, так і системного планування (прогнозування). У рамках системного аналізу матричні моделі набувають ознаки аналітичних. Матричні аналітичні і прогнозні моделі з властивостями адитивних і мультиплікативних типів кінцевих факторних систем доцільно розглядати у рамках системного і комплексного підходів до дослідження економічних об'єктів в АПК з використанням, яке застосовується до класу детермінованих факторних систем, методів розширення і скорочення факторної системи.

Існує два типи матриць: внутрішні або національні (відносно місцевих регіонів-лідерів) і зовнішні або міжнародні (відносно розвинених країн-лідерів). Низькі значення показників можуть бути охарактеризовані, як «провали конкурентоспроможності» у матриці. У досліджуваній групі практично завжди існує регіон-лідер.

Він може бути замкнений у власних межах конкурентоспроможності і є «інноватором» у розвитку АПК. Інші регіони можуть копіювати його стратегію розвитку і бути «консерваторами», що переймають існуючі тенденції розвитку. Наявність значних розривів в оцінках між ними знижує конкуренцію в АПК. Закордонні виробники на вітчизняному ринку – технологічні лідери, які ініціюють конкурентні процеси на ринку.

Процес прийняття рішень за матрицями конкурентоспроможності стратегії (МКС) АПК може бути наступним:

1. Побудова галузевих МКС АПК (ідентифікація лідерів та аутсайдерів).

2. Розробка МКС АПК (інноваційних програм для лідерів і програм розвитку для регіонів-аутсайдерів).

3. Відбір напрямів розвитку та розрахунок обсягів фінансування.

4. Реалізація інноваційних програм для лідерів, інвестиційних програм – для аутсайдерів.

5. Щорічне планування МКС АПК і порівняння у часі, прийнятті рішень.

Таким чином, МКС АПК – елемент індикативного планування рівня конкурентоспроможності стратегії АПК регіонів, визначення перспективних (пріоритетних) напрямів розвитку АПК і створення «платформи для інновацій» – конкурентоспроможній галузі [3, с. 27].

Оцінити рівень конкурентоспроможності регіональної стратегії АПК можливо за допомогою індексу конкурентоспроможності стратегії, що розраховується, як частка від ділення індивідуальної оцінки стратегії конкретного регіону на показник оцінки стратегії АПК регіону-лідера (метод «Паттерн»).

Отже, можна використати шкалу градацію при оцінці індексів конкурентоспроможності стратегії АПК регіонів, що запропонована Є. Балацьким та А. Раптовським: $I_{comp} \le 33\%$ (низький), $33\% < I_{comp} \le 66\%$ (середній), $I_{comp} > 66\%$ (високий).

Розрив рівня конкурентоспроможності стратегії АПК регіонів обумовлює необхідність коригування національних і регіональних програм розвитку АПК.

Регіон – це господарююча система, для якої характерні природно-економічні конкурентні переваги. Кожен регіон України має свої конкурентні переваги. До того ж у нинішніх умовах господарювання кожен регіон – це галузевий виробник, тому доцільно проводити їх сегментацію в межах конкурентних переваг, конкурентну сегментацію [5, с. 47].

Актуальність оцінки рівня конкурентоспроможності регіональної галузевої стратегії обґрунтовується розвитком серед суб'єктів України нового типу кластера – територіально-галузевого. Він являє собою структуру, що об'єднує підприємства однієї галузі за всіма етапами виробничого ланцюга. При їх створенні використовується галузева (технологічна) ознака інвестиційної привабливості, витратно-орієнтована (стратегічні інвестиції).

Галузеві кластери здатні швидко реалізовувати нововведення, об'єднуючи державну владу, бізнес, технології, сировинні ресурси, інтелектуальний та людський потенціал.

Особливість економіки України – наявність великих диверсифікованих галузей, що дозволяють використовувати всі переваги кластерних структур для нарощування конкурентних переваг галузей.

Метод розрахунку рівня галузевої диверсифікації, що передбачає отримання максимального значення коефіцієнту у разі рівних обсягів виробництва у кожному виді економічної діяльності, відповідає економічній суті показника, але не є раціональним. Адже при використанні такого підходу регіон з однаково низьким обсягом виробництва у всіх видах економічної діяльності буде мати максимальне значення коефіцієнту. Для уникнення

вищезазначеної ситуації коефіцієнт галузевої диверсифікації повинен враховувати також обсяги виробництва продукції кожного виду економічної діяльності.

Коефіцієнт галузевої диверсифікації пропонуємо розраховувати, як середнє арифметичне часток обсягу виробництва регіону за кожним видом економічної діяльності :

$$K_d = \frac{\sum_{n=1} Чn}{n}, \qquad (6)$$

де: $К_d$ − коефіцієнт галузевої диверсифікації регіону;

$Ч_n$ – частка регіону у виробництві продукції n-го виду економічної діяльності;

n − кількість видів економічної діяльності.

На відміну від соціальної та інвестиційної, результати товарної конкурентоспроможності проявляються у короткостроковому періоді, тому їх варто враховувати у процесі оцінки.

Але зростання тенденцій регіоналізації (регіональної інтеграції) обґрунтовує необхідність визначення рівня конкурентоспроможності регіональної галузевої стратегії [4, с. 141].

В умовах сьогодення «рівень конкурентоспроможності регіональної галузевої стратегії» є недостатньо вивченим поняттям, що призводить до відсутності єдиної методики оцінки, комплексу показників та критеріїв, відсутності єдиних підходів у розробці типових управлінських рішень та заходів з підвищення поточного рівня регіональної продовольчої безпеки.

Рівень конкурентоспроможності регіональної галузевої стратегії розглядається, як створення умов на внутрішніх і зовнішніх ринках, рівень використання ресурсів. До конкурентних переваг, що впливають на рівень конкурентоспроможності регіональної галузевої стратегії в умовах гіперконкуренції, належать природні ресурси, інноваційні, інтелектуальні і інвестиційні ресурси, нарощування виробничого потенціалу на основі виробництв з високою доданою вартістю.

Висновки з проведеного дослідження. Для дослідження впливу конкурентних переваг на економічні об’єкти АПК найбільш пристосована група загальноекономічних методів, апріорних – з використанням показників ефективності системи управління і складанням матричної моделі оцінки рівня конкурентоспроможності стратегії суб’єкту України, регіонів усередині нього.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апишев А.А., Гапоненко А.В. Основы обеспечения конкурентоспособности предприятий: [монографія] / А.А. Апишев, А.В. Гапоненко. – Краснодар: Издательство КубГТУ, 2003. – 128 с.

2. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка/ З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2

3. Гельвановский М. Конкурентоспособность в миро-, мезо- и макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. 1998. – № 3. – С. 67-78.

4. Герасимчук З.В. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика: [монографія] / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська. – Луцьк: Надстрир’я, 2008. – 248 с.

5. Журба І.Є. Конкурентоспроможність регіону: суть, методи оцінки, сучасний стан // Економіка підприємства.– 2005.– №3. – С. 45–49.

6. Іванов Ю.Б., Орлов П.А., Іванова О.Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : [монографія] / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.

REFERENCES:

1. Apishev A.A., Gaponenko A.V. Osnovy obespecheniya konkurentosposobnosti predpriyatiy: [monografiya] / A.A. Apishev, A.V. Gaponenko. – Krasnodar: Izdatel'stvo KubGTU, 2003. – 128 s.

2. Vasil'eva Z.A. Ierarkhiya ponyatiy konkurentosposobnosti sub"ektov rynka/ Z.A. Vasil'eva // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2006. – № 2

3. Gel'vanovskiy M. Konkurentosposobnost' v miro-, mezo- i makrourovnevom izmerenii /M. Gel'vanovskiy, V. Zhukovskaya, I. Trofimova// Rossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal. 1998. – № 3. – S. 67-78.

4. Herasymchuk Z.V. Konkurentospromozhnist rehionu: teoriia, metodolohiia, praktyka: [monohrafiia] / Z. V. Herasymchuk, L. L. Kovalska. – Lutsk: Nadstryr ya, 2008. – 248 s.

5. Zhurba I.Ye. Konkurentospromozhnist rehionu: sut, metody otsinky, suchasnyi stan // Ekonomika pidpryiemstva.– 2005.– #3. – S. 45–49.

6. Ivanov Yu.B., Orlov P.A., Ivanova O.Yu. Konkurentni perevahy pidpryiemstva: otsinka, formuvannia ta rozvytok : [monohrafiia] / Yu.B. Ivanov, P.A. Orlov, O.Yu. Ivanova. – Kh. : INZhEK, 2008. – 352 s.

Nechyporenko V.V.
Candidate of Agricultural Sciences,
Associate Professor
Sumy National Agrarian University

EXPLORATION OF THE INFLUENCE OF COMPETITIVE ADVANTAGES ON THE ECONOMIC OBJECTS OF THE AIC: METHODS AND MODELS

In the article some approaches of the authors to the notion of "competitive advantages" are noted. It is determined that competitive advantages can have different levels of hierarchy and belong to the product, enterprise, industry, the economy as a whole, be based on price and non-price factors, be long-term, medium-term and short-term, stable and unstable, unique and simulated.

The purpose of the article, which is to consider methods and models of research of the influence of competitive advantages on the economic objects of the AIC, is substantiated.

There are various research methods that involve the use of effective forms of mathematical-statistical analysis for a qualitative assessment of the competitiveness of regional systems.

Methods for studying competitiveness (foreign and general economic) are considered, which are applicable to studying the influence of competitive advantages on the economic objects of the agroindustrial complex.

Sectoral indicators of competitive advantages receive an interrelated assessment in the models.

The level of competitiveness of the regional industrial strategy of Ukraine can be estimated from the indicators of the use of competitive advantages in the form of a matrix model

It should also be noted that it is possible to assess the level of competitiveness of the regional strategy of the agroindustrial complex with the help of the competitiveness index of the strategy (the "Pattern" method).

Thus, to study the effect of competitive advantages on the economic objects of the agro-industrial complex, the group of general economic methods that are predicted – using indicators of the effectiveness of the management system and compiling a matrix model for assessing the level of competitiveness of the strategy of the subject of Ukraine, the regions within it, is most appropriate.

ВПЛИВ КРИЗИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ
IMPACT OF CRISIS ON CONSTRUCTION ENTERPRISES

УДК 332.146.2

Петрищенко Н.А.
к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємства
Одеська державна академія будівництва та архітектури

Проведене дослідження виявило негативний вплив сучасних економічних умов на діяльність будівельних підприємств. Досліджено класифікацію криз та причини їх виникнення. Розглянуто джерела виникнення факторів кризи для будівельних підприємств. Виявлено вплив кризи на кожному етапі життєвого циклу підприємства. Наведено основні напрями, що можуть використовуватися при кризовому стані з метою запобігання банкрутства.
Ключові слова: *криза, економічна діагностика, фінансовий стан підприємства, будівельне підприємство, банкрутство, бізнес-план.*

Проведенное исследование выявило негативное влияние современных экономических условий на деятельность строительных предприятий. Исследована классификация кризисов и причины их возникновения. Рассмотрены источники возникновения факторов кризиса для строительных предприятий. Выявлено влияние кризиса на каждом этапе жизненного цикла предприятия. Приведены основные направления, которые могут использоваться при кризисном состоянии с целью предотвращения банкротства.
Ключевые слова: *кризис, экономическая диагностика, финансовое состояние предприятия, строительное предприятие, банкротство, бизнес-план.*

The conducted research has revealed negative influence of modern economic conditions on activity of the building enterprises. The classification of crises and the causes of their occurrence are investigated. The sources of the origin of the crisis factors for construction enterprises are considered. The impact of the crisis at every stage of the enterprise's life cycle is revealed. The basic directions which can be used at a crisis condition with the purpose of prevention of bankruptcy are resulted.
Key words: *crisis, economic diagnostics, financial condition of the enterprise, construction company, bankruptcy, business plan.*

Постановка проблеми. Сучасні умови функціонування підприємств будівельної галузі в Україні є несприятливими. Значний вплив на формування такої ситуації здійснили нестабільність загальної економічної системи, мінливість політичних, економічних та соціальних факторів. Тому актуальності набуває дослідження факторів, що призводять до кризових ситуацій на підприємствах, та санаційних заходів, що можуть використовуватися.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження походження фінансових криз та варіанти їх діагностування на підприємстві проводилося в роботах О.О. Терещенко, І.В. Кривов'язюк, А.А.Касьяненко [1], Л.О. Лігоненко, О.М. Скібіцького. Вагомий внесок у дослідження факторів кризи внесли Е. Альтман, У. Бівер, Я. Вишнякова, Т. Мараховська, А.Слободянюк [2]. Дослідження фаз та етапів кризи проводили Судакова О.І. [3], Проноза П.В., Хаустова В.Є., Білошурський М.В.[4] та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз впливу негативних факторів, які супроводжують кризовий стан на будівельних підприємствах в різних фазах існування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Промислові підприємства України знаходяться у скрутному становищі. Причини цього полягають у трансформаційних процесах, які відбуваються в економіці країни. Економічна нестабільність та зміни в законодавстві, загальний курс держави на євроінтеграцію сприяють перебудові стратегічних планів підприємств, переорієнтуванню виробництва до нових критеріїв якості. Такі зміни потребують значних капітальних вкладень, інноваційного підходу в стратегіях подальшого розвитку. Однак, нестабільність зовнішнього оточення призводить до скорочення інвестиційної активності, браку фінансових ресурсів для впровадження реформаційних заходів. Як наслідок, гальмуються процеси оновлення основних засобів виробництва, диверсифікація виробничих процесів. Стратегічні орієнтири підприємств будівельної галузі зміщуються з напряму інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності до стратегій виживання, запобігання банкрутства.

Так за даними Держкомстату, за січень-вересень 2016 року 33,6% підприємств, що працюють у сфері будівництва, отримали збитки. У 2015 році частка підприємств, що отримали збитки, складала 28,9% [5].

Таким чином, найбільш актуальними для підприємств будівельного комплексу є підтримка фінансової стабільності і ліквідності, запобігання кризових ситуацій, банкрутства.

Кризовий стан на будівельних підприємствах ідентичний кризі на будь-якому виробничому підприємстві. Криза для господарюючого суб'єкта означає дисбаланс між різними видами діяльності та грошовими потоками, відсутністю фінансових ресурсів не тільки для інвестиційної діяльності, а й для реалізації поточних проектів, оновлення виробничих потужностей або підтримки їх в належному стані.

Дослідження основних ознак кризи виявило, що криза на рівні підприємства може бути наступних видів:

– стратегічна криза, що характеризується поступовим зруйнуванням виробничого потенціалу, орієнтацією підприємства на короткострокові перспективи отримання прибутку без довгострокових стратегій;

– криза росту – господарюючий суб'єкт не досягає поставлених цілей щодо отримання прибутку, подолання вступних бар'єрів ринку, рівня реалізації товарів чи послуг та інше;

– криза прибутковості – на підприємстві витрати перевищують доходи, спостерігається втрата капіталу;

– криза ліквідності – підприємство не здатне за допомогою своїх активів погасити свої заборгованості, що призводить до високої фінансової залежності, втрати платоспроможності;

– криза ліквідації – відсутність можливостей щодо проведення санаційних заходів, банкрутство, можлива ліквідація підприємства.

Класифікацію фаз кризи досліджували як іноземні науковці, так і вітчизняні. Так Тюріна Н.М. характеризує кризові фази наступним чином [6]:

– фаза, що безпосередньо не загрожує функціонуванню підприємства (за умови впровадження антикризових стратегій);

– фаза, що загрожує подальшому існуванню підприємства та потребує негайного проведення фінансової санації;

– кризовий стан, що не сумісний з існуванням підприємства та призводить до його ліквідації.

З огляду на аспекти визначення стадій кризових явищ [7], кризи можна класифікувати так:

1) криза, що насувається повільно. Ситуація на підприємстві поступово погіршується, виявляються ознаки кризи, однак, управлінський персонал їх ігнорує або не реагує належним чином;

2) поступово зростаюча криза. Ознаки кризи виявляються в зовнішньому оточені підприємства, однак, негативні наслідки поки не відбиваються на діяльності;

3) раптова криза. Найчастіше не пов'язана з безпосередньою діяльністю підприємства, викликана форс-мажорними обставинами, світовими кризами чи кризою на рівні держави, тобто, різким погіршенням економічної ситуації.

Для будівельних організації більшість тверджень є справедливими, але слід відзначити наступні розбіжності. Більшість криз на вказаних підприємствах з одного боку можна передбачити, оскільки будівельна галузь тісно пов'язана з іншими галузями та залежна від їх розвитку та платоспроможності. Також є пряма залежність від соціальних стандартів країни, розвитку державно-приватних партнерств та рівня добробуту громадян. Тобто, якщо загальний економічний стан у країні погіршується, то першими мають очікувати негативний вплив і перші ознаки кризи організації, що виробляють будівельну продукцію.

Джерела виникнення факторів кризи для будівельних підприємств відображено на рис. 1.

Своєчасне реагування на перші ознаки кризи та прийняття економічно доцільних заходів сприятимуть полегшенню виходу з кризи. Однак, відсутність комплексної діагностики діяльності підприємства не дозволяє звернути увагу керівництва на первинні ознаки кризової ситуації, що у свою чергу призводить до поступового погіршення ситуації.

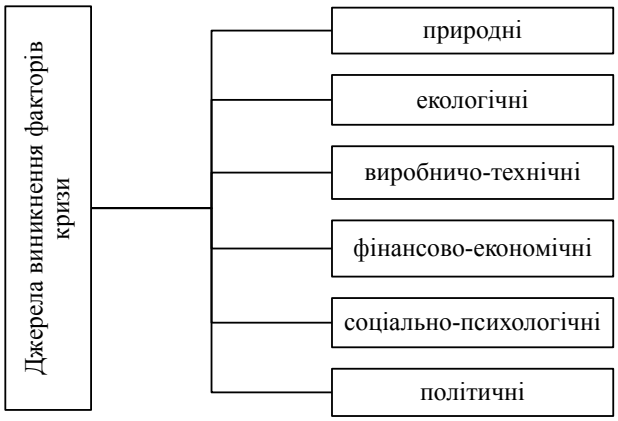


Рис. 1. Джерела виникнення факторів кризи на будівельних підприємств

До того ж важливим чинником у досягненні позитивних результатів і виходу з кризової ситуації слід визначити виявлення причин її настання.

За думкою Манжос Н.Б., причини кризи – явища, події у діяльності банку, внаслідок яких з'являються симптоми, а далі і фактори кризи. Відомо, що будь-яка кризова ситуація у банку може бути спричинена різкою зміною зовнішніх і внутрішніх умов діяльності установи, внаслідок чого вона стає неспроможною стабільно функціонувати та виконувати свої основні функції. Причини кризи визначають її властивості, характер перетікання і наслідки для банку та банківської системи і економіки в цілому [8].

Причини кризи стимулюють посилення впливу одних факторів і ослаблення інших. Основним завданням антикризового регулювання є стимулювання посилення позитивних факторів і ослаблення негативних факторів.

Значну роль при плануванні санаційних заходів та в антикризовому менеджменті має розробка бізнес-планів, які повинні враховувати особливості ризиків, які притаманні саме будівельної галузі.

Успіх і невдачі діяльності підприємств необхідно розглядати, як взаємодію цілого ряду факторів: зовнішніх (на них підприємство не може впливати або вплив дуже слабкий), внутрішніх (залежать від організації роботи самого підприємства). Можливість підприємства пристосуватися до змін технічних, економічних та соціальних факторів – гарантія його виживання і процвітання.

Стосовно будівельних підприємств, перелік факторів слід доповнити. У таблиці 1 представлені основні фактори виникнення кризових ситуацій і банкрутства, які адаптовані до особливостей будівельних підприємств.

Перелічені фактори можуть впливати поодинці, але для більшості підприємств, що працю-

Таблиця 1

Основні фактори, що впливають на виникнення кризових ситуацій та банкрутства на будівельних підприємствах

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
Демографічна ситуація	Стратегія, цілі та принципи підприємства
Стан розвитку культури	Організація маркетингу та збуту
Стан розвитку науки та техніки	Рівень витрат
Політична нестабільність	Виробничий потенціал
Фінансова, кредитна та податкова політика держави	Потенціал керівництва
Інфляція	Стимулювання та мотивування праці
Рівень доходів населення	Диспропорції розвитку
Фінансовий стан підприємства-боржника	Рівень розвитку енерго- та ресурсозбереження

ють у будівельному бізнесі, більш характерним є комплекс із зовнішніх та внутрішніх факторів, взаємозв’язок яких призводить до виникнення кризи на підприємстві.

Дослідники, які вивчали виникнення та розвиток кризи, виявили, що загроза кризи супроводжує будь-яке підприємство, що функціонує на певному ринку, на кожному етапі його життєвого циклу.

На етапі створення підприємства визначається політика і місія, розроблюються концепція функціонування та шляхи досягнення цілей, формуються стратегії. Цей етап найбільш сприятливий для настання кризи. Дослідження науковців стверджують, що до другого етапу не доходять 20-30% підприємств. Виникнення криз на цьому етапі може бути викликано такими причинами, як: обмеженість ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових); велика залежність від ринкової кон'юнктури; низькі кредитні можливості; некомпетентність керівництва.

На етапі становлення товар чи послуги виводяться на ринок, що супроводжується значними витратами та низьким рівнем прибутку. Входження на ринок теж пов’язано зі значними ризиками, які спираються як на зовнішні фактори: внутрішні цикли розвитку економіки, політичні та соціальні фактори, так і на внутрішні: недостатнє технічне забезпечення, брак виробничих потужностей, недоліки стратегій входження на ринок. За дослідженнями науковців, на даному етапі відсоток невдач складає від 40 до 80%.

Етап розвитку (підйому) характеризується сприйняттям товару і зростанням прибутку. На цьому етапі підприємство можна вважати зрілим, у нього створюється стійке становище на ринку. Конкурентоспроможність його продукції та послуг висока, технологія виробництва повністю освоєна. Кризовими точками тут можуть стати технологічні та організаційні переваги конкурентів. Зростання закінчується вищою точкою (пік). Можливі два варіанти – реорганізація підприємства та виробництво нової продукції, що призведе до опинення на першій чи другій стадії або скорочення виробництва та занепаду.

Після досягнення вищої точки найбільш часто відбувається скорочення обсягів реалізації, а прибуток поступово знижується у зв'язку зі збільшенням витрат на захист товару від конкурентів. Причинами, що сприяють кризі, є: звуження частини ринку; великі недовантаження потужностей; стабільний асортимент продукції; відсутність якісних маркетингових досліджень; неможливість вдосконалення продукції.

П'ятий етап називається леталентним. Він характеризується припиненням існування підприємства, що пов'язано з неможливістю його ефективного функціонування. Саме на цьому етапі керівники підприємства починають звертати увагу на антикризові програми, але обмеженість часу та швидка втрата конкурентних позиці на ринку призводять до припинення діяльності організації.

Загальна антикризова програма будівельного підприємства має складатися з наступних заходів:

1. На стадії виникнення підприємства та його становлення:

- моніторинг загальної економічної ситуації в країні, тенденцій подальшої динаміки;
- детальний огляд ринку товарів, які готуються до випуску;
- дослідження існуючих конкурентів;
- ретельне маркетингове дослідження ринку, на якій планується впровадження товару, розробка маркетингової стратегії відповідно до отриманих результатів;
- розробка стратегії просування товару на ринку, концепції ціноутворення;
- аналітичний огляд та обрання постачальників, конкурентів та клієнтів;
- розробка якісного бізнес-плану щодо реалізації проекту.

2. На стадії розвитку та у найвищій точці рекомендовано наступні дії:

- підтримка конкурентоздатності продукції, її якості; освоєння нових сегментів ринку;
- використання нових каналів збуту, налагодження логістичних схем;
- залучення нових користувачів продукції;
- розробка бізнес-плану щодо створення і

впровадження нового товару на ринок для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Стосовно внутрішніх чинників, слід відзначити необхідність ефективного використання оборотних активів: відстежувати розмір запасів та грошових ресурсів, дебіторської заборгованості з метою уникнення заморожування коштів; оптимізувати обсяги продажу, дослідити розмір необхідних витрат на рекламу.

3. На стадії занепаду підприємству необхідно:

• розробити санаційний бізнес-план щодо раціонального використання наявних ресурсів, у тому числі продажу невикористаного обладнання і матеріалів;

• провести реорганізацію або перепрофілювання виробництва;

• впроваджувати новітні форми і методи в організації праці на виробництві та інше.

Також необхідно мінімізувати кредиторську заборгованість, забезпечити фінансову стабільність та ліквідність.

Висновки з проведеного дослідження. Загальний стан економіки країни слід визнати незадовільним. Високий рівень нестабільності, мінливість зовнішнього оточення негативно впливає на діяльність та фінансову стабільність підприємств будівельного комплексу. Тому актуальності набуває постійний моніторинг економічного стану підприємства, комплексної діагностики його діяльності з метою виявлення перших ознак кризи та прийняття доцільних заходів, які економічно обґрунтовані. Тобто, необхідно застосування антикризових стратегій та заходів на кожному етапі розвитку підприємства. За допомогою своєчасних та вірних управлінських рішень господарюючий суб'єкт може уникнути кризи, не допустити занепаду виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. А.О. Касьянова. Огляд стадій життєвого циклу кризи на підприємстві у вітчизняній та зарубіжній літературі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sworld. com.ua/simpoz4/19.pdf

2. Мараховська Т.М., Слободянюк А.В. Фінансова криза на підприємстві: симптоми та фактори, що її спричиняють [Електронний ресурс] / Мараховська Т.М., Слободянюк А.В.. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64239.doc.htm

3. Судакова О.І. Експрес-діагностика фінансової кризи підприємства // Материали за 5-а международна научна практична конференция, «Настоящи изследвания», – 2009, – Том 3. – Икономики. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД – С. 81-82.

4. Білошурський М.В. Деякі особливості діагностики кризового стану підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 3. – С. 85–89.

5. Фінансові результати підприємств до оподаткування за видами економічної діяльності [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ukrstat.gov.ua/

6. Тюріна Н.М. Антикризове управління. – Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка, І.В. Грабовська – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 430 с.

7. Bernstein J.L. Manager's Guide to Crisis Management. – J. Bernstein, B. Bonafede. – McGraw Hill. – NY, 2012. – 172 p.

8. Манжос С. Б. Дослідження основних елементів розвитку кризи у банку / С. Б. Манжос // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2013. – Вип. 10. – С. 393-398.

REFERENCES:

1. A.O. Kasianova. Ohliad stadii zhyttievoho tsyklu kryzy na pidpryiemstvi u vitchyznianii ta zarubizhnii literaturi. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://sworld. com.ua/simpoz4/19.pdf

2. Marakhovska T.M., Slobodianiuk A.V. Finansova kryza na pidpryiemstvi: symptomy ta faktory, shcho yii sprychyniaiut [Elektronnyi resurs] / Marakhovska T.M., Slobodianiuk A.V.. – 2010. – Rezhym dostupu do resursu: http://www.rusnauka.com/11_EISN_2010/Economics/64239.doc.htm

3. Sudakova O.I. Ekspres-diahnostyka finansovoi kryzy pidpryiemstva // Materyaly za 5-a mezhdunarodna nauchna praktychna konferentsyia, «Nastoiashchy yzsledvanyia», – 2009, – Tom 3. – Ykonomyky. Sofyia. «Bial HRAD-BH» OOD – S. 81-82.

4. Biloshurskyi M.V. Deiaki osoblyvosti diahnostyky kryzovoho stanu pidpryiemstva // Aktualni problemy ekonomiky. – 2005. – # 3. – S. 85–89.

5. Finansovi rezultaty pidpryiemstv do opodatkuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti [Elektronnyi resurs] // Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. – 2016. – Rezhym dostupu do resursu: http://www.ukrstat.gov.ua/

6. Tiurina N.M. Antykryzove upravlinnia. – N.M. Tiurina, N.S. Karvatska, I.V. Hrabovska – Kyiv : Tsentr uchbovoi literatury, 2012. – 430 s.

7. Bernstein J.L. Managers Guide to Crisis Management. – J. Bernstein, B. Bonafede. – McGraw Hill. – NY, 2012. – 172 p

8. Manzhos S. B. Doslidzhennia osnovnykh elementiv rozvytku kryzy u banku / S. B. Manzhos // Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. – 2013. – Vyp. 10. – S. 393-398.

Petryshchenko N.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Economics of Enterprise,
Odessa State Academy of Construction and Architecture

IMPACT OF CRISIS ON CONSTRUCTION ENTERPRISES

The conducted research has revealed negative influence of modern economic conditions on activity of the building enterprises. Industrial enterprises of Ukraine are in a difficult situation. The reasons for this lie in the transformation processes that take place in the country's economy.

Economic instability and changes in legislation, the general course of the state for European integration contribute to the restructuring of strategic plans of enterprises. The processes of renewal of the basic means of production, diversification of production processes are inhibited. The strategic orientations of the construction industry enterprises are shifting in direction from innovative development and increasing competitiveness to the survival strategy, prevention of bankruptcy.

The analysis of statistical data of construction enterprises is conducted, almost 30% of them have a loss in the current year. The crisis in the construction industry is largely identical to the crisis situation in other enterprises. However, there are features of functioning that are associated with specific risks.

The article analyses gives examples of the classification of the crisis. An analysis of the reasons that can cause a crisis in construction companies which analysed. The main factors are listed.

The impact of the crisis at every stage of the enterprise's life cycle is analysed. The basic directions which can be used at a crisis condition with the purpose of prevention of bankruptcy are resulted.

There is a direct dependence of the development of construction companies and the development of public-private partnership. It is necessary to apply anti-crisis strategies and measures at every stage of the enterprise development. With the help of timely and correct management decisions, an economic entity can avoid a crisis, prevent the production from decaying.

СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ
BRENED POSITIONING STRATEGIES

УДК 658

Петропавловська С.Є.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет
Радченко О.А.
доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет

Бренд займає стійку позицію у свідомості відносно того, які проблеми споживача психологічного, соціального чи культурного характеру він вирішує. У статті проаналізовано підходи до позиціонування бренду. Проаналізовано етапи позиціонування бренду та вибір відповідної стратегії. Визначені особливості побудови карти позиціонування.
Ключові слова: *позиціонування , управління, брендинг, споживач.*

Бренд занимает устойчивую позицию в сознании относительно того, какие проблемы потребителя психологического, социального и культурного характера он решает. В статье проанализированы подходы к позиционированию бренда.
Ключевые слова: *ценообразование, управление, брендинг, потребитель.*

The brand possesses a strong position in the mind depending on which psychological, social or cultural issues it addresses in case of a specific consumer. The article analyzes diverse approaches to brand positioning. It covers the analysis of stages of brand positioning and the choice of appropriate strategies. Features of a positioning map are also identified within the scope of the paper.
Key words: *positioning, management, branding, consumer.*

Постановка проблеми. Успіх чи невдача продукту на вільному ринку дуже багато в чому залежить від того, чи вдалося зайняти позицію у свідомості споживача, чи ні.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питаннями управління позиціонування бренду займалися Домнин В.Н., Лепла Ф.Д., Дэвис С.В., Паркер Л.М., Мороз О.В., Пашенко О.В. та ін.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз основних стратегій позиціонування бренду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розширення масштабів конкуренції, прагнення виробників і продавців залучити до товарів, що виробляються та продаються, потенційних споживачів і необхідність утримання існуючих покупців і клієнтів значно активізували використання в підприємницькій діяльності торгових знаків, торгових марок і так званих брендів. З погляду піднесення аудиторії і те, й інше, і третє поняття є свого роду символами, здатними привернути первісну увагу існуючих і потенційних споживачів. Вибір споживачем товарів не завжди є раціональним, тобто заснованим на характеристиках самого товару, а визначається його асоціативним сприйняттям саме, як символу, через який будуються уявлення про товар. Проведені дослідження показують, що близько 85% прийнятих рішень про купівлю ґрунтуються на візуальній інформації. У зв'язку з чим основною функцією символу є індивідуалізація товару і можливість його виділення (відмінності) серед інших аналогічних товарів, повідомлення до споживачів інформації, що саме цей товар краще своїх аналогів. Саме це є спільним у використанні трьох приведених термінів. На жаль, визначена спільність цих термінів і застосування їх у всіх випадках нерідко призводить до плутанини, у чому активно бере участь преса, даючи свої визначення, а в ряді випадків називаючи все це нематеріальним активом. Це хвилює фахівців, особливо юристів, оскільки не тільки ускладнює їхню роботу, але і впливає на рівень спілкування як усередині самих колективів організацій, так і з клієнтами.

Далеко не кожну торгову марку можна по праву назвати брендом. Це відбувається тільки в тому випадку, якщо вона вміє виявити щось важливе й цінне для своїх споживачів, виразити це в атрибутах і комунікаціях, домогтися правильного розпізнавання й довгострокової купівельної переваги. Інакше кажучи, дійсний бренд відрізняє від торгової марки виконанням трьох умов:

1. Споживачі швидко й точно розпізнають бренд серед аналогічних марок за окремими атрибутами і/або комунікаціями. Атрибути, характеристики й комунікації бренду в довільному наборі повинні викликати безпомилкову ідентифікацію марки, що виражається в програмованих асоціаціях, почуттях, думках і діях при контакті споживача з маркою.

2. Асоціації, почуття і думки покупців про бренд виходять за межі призначення, якості і споживання товарів даної категорії. Наявність такого конотативного втримування у марки можна зустріти в рекламних повідомленнях.

3. Наявність групи споживачів, прихильних до бренду, причому ступінь їхньої купівельної лояльності може варіюватися від легкої переваги до глибокої відданості.

Коротко можна сформулювати ці умови так: «правильно розпізнається; більше, ніж товар; є лояльні до марки споживачі». Якщо марка відповідає всім трьом умовам і назва марки – «не порожній звук» для споживачів, то це – повноцінний бренд.

Найбільш всеохоплююче визначення бренду формулюється так: бренд – це система, що пов'язує товар з його характеристиками, торгову марку, її образ у свідомості споживачів, а також концепцію виробника щодо свого товару, торгової марки та споживачів.

Таким чином, ознайомлення з визначеннями експертів дозволяє зробити висновок про те, що

бренд в сучасному розумінні є образом в уявленні споживача, набором вражень та асоціацій, і цей образ дозволяє споживачу розрізняти та обирати той чи інший товар.

Бренд займає стійку позицію у свідомості споживача відносно того, проблеми якого характеру (психологічного, соціального або культурного) він вирішує. Відповідно, позиціонування бренду має створюватися, виходячи з картини світу споживача, особливостей його мотивації.

Початок роботи над будь-яким брендом – його позиціювання на ринку. Позиціювання – це керування думкою споживача щодо місця (позиції) бренду серед безлічі різних марок даної або суміжної товарної групи. Позиціонуючи свою марку, виробник пропонує споживачу, на якій «поличці» і поруч із чим у його свідомості буде перебувати образ даного товару. Метою позиціювання є створення у споживачів такого враження, що перед ним унікальний, єдиний у своєму роді товар, що для даної марки не існує рівноцінної заміни. У процесі вибору важливі унікальність і якісні відмінності – така позиція формується через об'єднані маркетингові комунікації, кожне повідомлення яких доповнює й уточнює цю унікальну позицію товару серед всіх інших.

На думку Раджива Барта (Rajeev Barta), Джона Г. Майєрса (John G. Myers) і Дэвида А. Аакера: «Позиція торговельної марки – це набір асоціацій, які споживач зв'язує з торговельною маркою. Вони можуть охоплювати фізичні атрибути, стиль життя, ситуації використання, імідж торговельної марки, магазини, де вона продається. Позиція торговельної марки розвивається роками за допомогою реклами, чуток і досвіду використання. Позиція торговельної марки у свідомості споживача – відносна концепція, що ґрунтується на порівняльній оцінці споживачем даної торговельної марки з конкуруючими торговельними марками» [5, с. 193].

Завдання позиціювання – не полегшити продаж товару виробнику, а полегшити споживачу процес купівлі тієї або іншої марки і в цьому сенсі позиціювання служить «коротким керівництвом для покупців, визначаючи не тільки їхній кінцевий вибір, але навіть те, як вони оцінюють альтернативи, що ведуть до цього вибору» [1]. Позиціювання марки є невід'ємною частиною цілісного образу, що формується у споживчій свідомості й іменується брендом. Позиціювання базується на тому, як споживачі сприймають і оцінюють призначення, користь і вигоду, якість і надійність, переваги й інші характеристики товару. Основна мета позиціювання – домогтися стійкого уявлення у свідомості покупців про бренд, як про кращий товар для конкретних умов. Інакше кажучи, позиціювання – це створення для марки такого контексту, у якому пов'язаний з нею вибір буде сприйматися, як найкращий.

Першим етапом позиціонування бренду є вибір відповідної стратегії. Від цього залежить конкурентоспроможність бренду і наявність лояльних споживачів. Існує 8 основних стратегій позиціонування бренду:

1. Конкурентне позиціонування. В основі такої стратегії позиціонування – протиставлення бренду конкуренту, у якого планується відвоювати частку ринку. Бренд може презентуватися, як антипод конкурентам або перевершує за якістю. Така стратегія позиціонування бренду використовується проти лідерів ринку тими компаніями, які займають 2-3 місця. Конкурентне позиціонування враховує слабкі сторони лідируючої компанії і будується на незадоволених бажаннях споживачів.

При виборі цієї стратегії варто бути чесними зі споживачами. Бренд повинен відповідати заявленим перевагам перед лідером ринку, інакше споживачі не оберуть його.

2. Позиціонування категорії. При розробці позиціонування бренду в певній категорії маркетингова кампанія акцентується на просуванні бренду як лідера у конкретній товарній категорії. Ця стратегія особливо вигідно використовується при створенні нового ринку. Таке позиціонування матиме успіх лише в тому випадку, якщо у компанії є:

- інноваційне рішення для ринку;
- товар має унікальні властивості;
- є попит на новий підхід до вирішення проблеми.

3. Позиціонування за споживачем. Створення позиціонування бренду рекомендовано в тому випадку, якщо рекламна кампанія бренду акцентує увагу на конкретній цільовій аудиторії. Ця стратегія також підходить для невеликих компаній, які випускають товар зі специфічними властивостями.

4. Позиціонування за вигодою. Цей вид позиціонування бренду може будуватися як на емоційних, так і на раціональних вигодах. Позиціонування має давати однозначну відповідь на питання покупця «Що я отримаю, обираючи цей бренд?».

Дана стратегія має низьку ефективність на висококонкурентних ринках, де запропоновані вигоди швидко втрачають свою актуальність, тому всі компанії починають копіювати один одного.

5. Цінове позиціонування бренду. Є кілька підходів при такому позиціонуванні. Те ж саме за меншу вартість. Цінове позиціонування бренду як дешевого, підходить для компаній, товари яких не можуть похвалитися високим ступенем залучення споживачів і які обираються раціонально. Стратегія має успіх, якщо на ринку є лідери, які продають товари невиправдано дорого.

Більша за велику вартість. Споживачі вважають, що якісні товари повинні коштувати дорого. При цьому вони купують не тільки сам товар, а й престиж, можливість належати до категорії людей, «які можуть собі це дозволити».

Менше за меншу вартість. Підходить для людей, які не хочуть переплачувати за те, без чого вони можуть обійтися.

6. Позиціонування застосування. Товар прив'язується до певної ситуації споживання. Таким чином, споживач буде купувати саме цей товар в необхідній ситуації. Чим більше унікальна ситуація, тим більш вузький ринок, що дозволяє швидко зайняти лідируючі позиції. При цьому необхідно постійно відстежувати захоплення і поведінки споживачів, адже їх звички можуть змінитися, і стратегія позиціонування швидко застаріє.

7. Позиціонування за атрибутом. Така стратегія використовує відмінні характеристики бренду і є найбільш поширеною. Позиціонування акцентується не так на відмінностях від конкурентів, а на унікальних властивостях товару, які роблять його особливим.

8. Позиціонування престижу. На відміну від щастя, престиж легко можна купити – завжди є люди, готові заплатити за особливе ставлення до себе, можливість побути VIP. Таке позиціонування підходить для компаній, які випускають по-справжньому люксові або преміальні товари.

Приведемо основні якості, необхідні для успішного позиціювання бренду:

1. *Актуальність*. Позиція бренду повинна відповідати потребам, бажанням і намірам споживачів. Що важливіше та нагальніше те, що пропонує марка, то успішніше її позиціювання.

2. *Простота*. Позиція бренду повинна бути лаконічної, простою, зрозумілою й легко запам'ятовуватися.

3. *Відмінність*. Позиція марки повинна містити основні відмінності від аналогічних товарів.

4. *Послідовність*. Для створення сильної позиції марки необхідно, щоб всі маркетингові комунікації містили незмінне змістове ядро, а повідомлення взаємно підсилювали й доповнювали один одного. Позиція бренду повинна бути чітко сфокусована в назві, упакуванні, рекламних і PR-матеріалах, заходах прямого маркетингу й стимулювання збуту, в POS-матеріалах, викладці товару й особистих продажах.

5. *Сталість*. Позиція не повинна зазнавати істотних змін протягом тривалого часу. Щоб позиціювання стало приносити плоди, потрібен час для того, щоб споживачі сприйняли, зрозуміли й почали реагувати на ту позицію, вигоду й переваги, які пропонує дана марка товару [5].

Позиціювання бренду особливо важливо в наступних двох випадках. По-перше, коли в товарній групі представлена безліч товарів, близьких за призначенням, якості й ціні. Або ж, коли компанія-виробник випускає на ринок кілька марок, що перебувають в одній товарній категорії. У цьому випадку грамотне позиціювання дозволяє уникнути внутрішньої конкуренції між дружніми марками.

Основні параметри позиціювання марки ущільнюють до стислої *концепції позиціювання (positioning statement)*, що характеризує «місце» бренду у свідомості цільових споживачів. Концепція позиціювання повинна стати змістовим стрижнем, що задає спрямованість всіх маркетингових комунікацій, що виходять від марки. При розробці концепції позиціювання бренду необхідно враховувати три фактори:

− цільова група споживачів, для яких розробляється бренд;

− призначення, користь і вигода для споживача, які він одержить при використанні саме цього бренду;

− основні переваги бренду, чим даний бренд краще існуючих аналогів.

Правильно складена позиціонуюча концепція бренду може бути сформульована у вигляді наступної формули позиціювання: «[Товарна категорія] [назва бренду], призначений для [функціональне призначення], найкраще підходить для [цільова група споживачів], тому що він [основна перевага] у порівнянні з [конкурентний товар / товарна категорія / усереднений товар / товар-замінник / штучне порівняння]».

Потужна ідея, проста і актуальна, заряджає аудиторію своєю енергією, тому багато концепцій позиціювання бренду схожі на девіз, написаний на прапорі, і на пропозицію споживачам об'єднатися під цим прапором.

Карта позиціонування (сприйняття) – графічна схема, яка показує, як споживачі сприймають торгові марки певної групи товарів або послуг.

Приклади карт позиціонування для зубних паст та автомобілів представлені на рис. 1 та 2.

Основні етапи позиціонування бренду наведені на рис. 3 та підходять для будь-якої стратегії позиціонування.

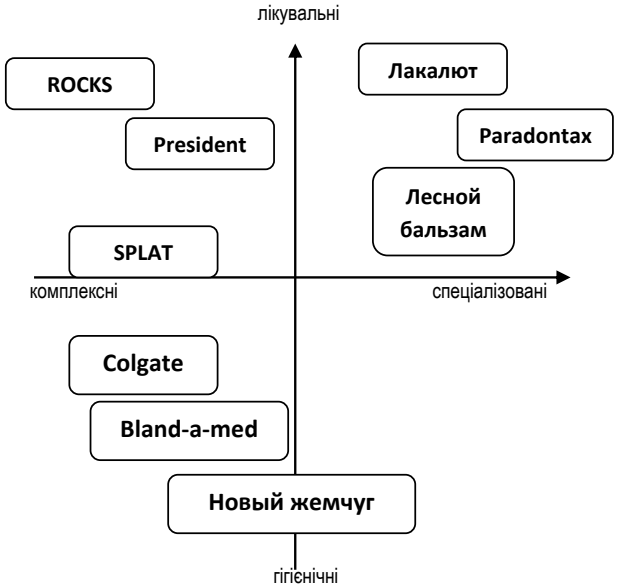


Рис. 1. Карта позиціонування для зубних паст

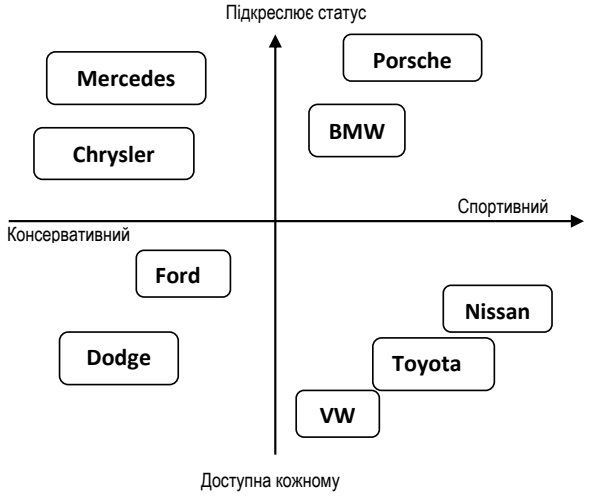


Рис. 2. Карта позиціонування для автомобілів

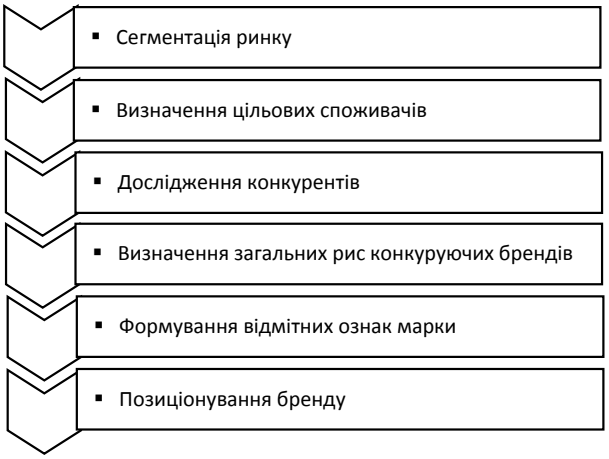


Рис. 3. Етапи процесу позиціонування

Висновки з проведеного дослідження. Бренд у сучасному розумінні є образом в уявленні споживача, набором вражень та асоціацій, і цей образ дозволяє споживачу розрізняти та обирати той чи інший товар.

Бренд займає стійку позицію у свідомості споживача відносно того, проблеми якого характеру (психологічного, соціального або культурного) він вирішує. Відповідно позиціонування бренду має створюватися, виходячи з картини світу споживача, особливостей його мотивації.

Вдале позиціонування дозволяє не тільки визначити місце свого товару на ринку, але й надати йому додаткову конкурентну перевагу. Надмірна робота над позиціонуванням з іншого боку може призвести до негативних наслідків – дрібне дроблення ринку на сегменти (макросегментація, мікросегментація) звужує ємність кожного з них, занадто широкий модельний ряд ускладнює вибір покупця (тобто фірма повертається до проблеми, від якої вона намагалася піти за допомогою бренду).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии / В. Н. Домнин. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 380 с.

2. ЛеПла Ф. Д. Интегрированный брендинг / Ф. Дж. ЛеПла, Л. М. Паркер; пер. с англ. – СПб.: Нева, 2013. – 318 с.

3. ЛеПла Д.Ф. Стратегии развития бренда. Оригинальный практический инструментарий для лидерства вашего бренда / Ф. Дж. ЛеПла, С.В.Дэвис, Л.М. Паркер; пер. с англ. под ред. О.Б. Максимовой. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2014. – 368 с.

4. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2013. – 103 с.

5. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. – М.; СПб.; К.: Вільямс, 2013. – С. 193.

REFERENCES:

1. Domnin V. N. Brending: novye tekhnologii / V. N. Domnin. – 2-e izd. – SPb.: Piter, 2014. – 380 s.

2. LePla F. D. Integrirovannyy brending / F. Dzh. LePla, L. M. Parker; per. s angl. – SPb.: Neva, 2013. – 318 s.

3. LePla D.F. Strategii razvitiya brenda. Original'nyy prakticheskiy instrumentariy dlya liderstva vashego brenda / F. Dzh. LePla, S.V. Devis, L.M. Parker; per. s angl. pod red. O.B. Maksimovoy. – Dnepropetrovsk: Balans-Klub, 2014. – 368 s.

4. Moroz O. V. Teoriia suchasnoho brendynhu / O. V. Moroz, O. V. Pashenko. – Vinnytsia : UNIVERSUM-Vinnytsia, 2013. – 103 s.

5. Batra R., Mayers Dzh., Aaker D. Reklamnyy menedzhment. – M.; SPb.; K.: Vil'yams, 2013. – S. 193.

Petropavlovska S.Ye.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University
Radchenko O.A.
Senior Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University

BRENED POSITIONING STRATEGIES

Branding is the science and art of creating and promoting brands in order to form long-term attention to them. Branding, on the one hand, is closely associated with the process of segmentation and positioning, and on the other with the creation of ideas (creativity) related to advertising. Now an on-growing attention is being paid to the creation and management of brands, namely branding. Among different sectors branding is considered to be the best tool to maintain the market position of an enterprise and foster the future growth and increasing profits.

Using the brand an important and necessary aspect for a company that is eager to gain a sustainable market position or enter new markets. Development of brands and their maintenance, as well as promotion is a reliable and promising direction for investing efforts and resources that can provide significant benefits for the company in a long run.

Branding as a science and art of creating long-term loyalty to a particular brand on the Ukrainian consumer market is only beginning to develop. In recent years, marketers have been paying serious attention to this problem, as foreign manufacturers are actively using the concept of branding and skilfully create sustainable competitive advantages of its trademarks in the minds of local consumers. In fact, modern consumer market a fight between trademarks and advertising images for their place in the minds of buyers. This forces domestic producers to understand the urgency of adapting Western concept of branding to Ukrainian conditions.

The initial point with any brand refers to its positioning on the market. Positioning is a control over consumers' opinion about the place (position) the brand occupies among others related to the same commodity group. The aim of positioning is to create the unique impression about the brand and product that has equivalent replacement options.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МЕХАНІЗМУ КОНЦЕСІЇ ЯК ФОРМИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

PROBLEMS OF DEVELOPMENT MECHANISM CONCESSIONS AS A FORM OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

УДК 658.421.3

Підгаєць С.В.
к.е.н., старший викладач кафедри фінансів і кредиту
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету

У статті визначено сутність механізму концесії. Розглянуто переваги і недоліки застосування концесії як механізму реалізації державно-приватного партнерства органами публічної влади. Визначено проблеми укладання концесійних договорів у вітчизняній практиці. Діагностовано причини розірвання концесійних проектів, які мали місце в українській практиці. Вироблено пропозиції щодо удосконалення механізму концесії з врахуванням зарубіжної практики.

Ключові слова: *концесія, державно-приватне партнерство, концесійний договір, механізм концесії.*

В статье определена сущность механизма концессии. Рассмотрены преимущества и недостатки применения концессии как механизма реализации государственно-частного партнерства органами публичной власти. Определены проблемы заключения концессионных договоров в отечественной практике. Диагностированы причины расторжения концессионных проектов, которые имели место в украинской практике. Выработаны предложения по совершенствованию механизма концессии с учетом зарубежной практики.

Ключевые слова: *концессия, государственно-частное партнерство, концессионный договор, механизм концессии.*

In the article defines the essence of the mechanism concession. Considered advantages and disadvantages of a concession mechanism for implementing public-private partnership public authorities. Determined problems concession contracts in domestic practice. Diagnosed the reasons for termination of concession projects that took place in the Ukrainian practice. Produced proposals to improve the mechanism of concessions with regard to foreign practices.

Key words: *concession, public private partnership, concession agreement, concession mechanism.*

Постановка проблеми. Забезпечення високих і стійких темпів розвитку країни, досягнення стратегічних цілей державної влади є неможливим без партнерства державних органів влади з представниками приватного бізнесу. Стратегії і програми, що орієнтуються тільки на використання бюджетних коштів, не дозволяють державі здійснювати масштабні, стратегічні проекти, що лежать в основі високої конкурентоспроможності країни. Дефіцит бюджету, скорочення видатків бюджетів, що спрямовуються на реалізацію інвестиційних проектів, необхідність модернізації застарілих об'єктів інфраструктури призводять до пошуку позабюджетного фінансування, яке у світовій практиці здійснюється на основі механізму концесії, які є найперспективнішою формою державно-приватного партнерства (ДПП). Відтак дослідження проблем розвитку механізму концесії, переваг та недоліків має важливе теоретичне та практичне значення. Дослідження набуває особливої актуальності в умовах запровадження структурних реформацій у ключових секторах економіки нашої держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних аспектів розвитку державно-приватного партнерства, зокрема, механізму концесії, присвячені праці таких вчених-економістів: І. Богдан, М. Бутко, Ю. Вдовенко, В. Геєць, Л. Гриценко, І. Запатріна, А. Мельник, К. Павлюк, О. Степанова, Н. Філіпова, Є. Черевиков, П. Шилепницький, та ін. Попри напрацьованість теоретичних і практичних положень щодо сутнісних характеристик концесії, її еволюції, переваг та недоліків застосування, в економічній літературі недостатньо уваги приділено дослідженню факторам, які стримують розвиток механізму концесії в Україні.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз проблем, що стримують розвиток концесійного механізму в Україні та вироблення пропозицій щодо його удосконалення.

Виклад основного матеріалу. Одним з найпоширеніших механізмів реалізації ДПП в Україні можна вважати концесію. Концесія – універсальний спосіб вирішення проблем соціально-економічного значення, що є незалежним від великої кількості базових характеристик і суспільних чинників. Цей механізм здійснення ДПП є найбільш поширеним за кордоном при здійсненні великих проектів та успішно застосовується більш, ніж у 120 країнах світу. Найбільш перспективним для використання є механізм концесії в проектах транспортної інфраструктури. Прикладом цьому є такі великі об'єкти, як тунель під протокою Ла-Манш, транспортна розв'язка через р. Темзу в Дартфорді, 50 автострад в Мексиці, швидкісні автостради в Китаї тощо. Згідно чинної в Україні нормативної бази концесійним договором визначається договір, відповідно до якого уповноважений орган виконавчої влади чи орган місцевого самоврядування (концесієдавець) надає на платній та строковій основі суб'єкту підприємницької діяльності (концесіонеру) право створити (побудувати) об'єкт концесії чи суттєво його поліпшити та (або) здійснювати його управління (експлуатацію) відповідно до законодавства з метою задоволення громадських потреб [1].

Механізм концесії в Україні передбачає: здійснення концесійної діяльності на підставі концесійного договору, контроль за її здійсненням та державне регулювання; вибір концесіонерів переважно на конкурсній основі; комплексне і платне використання об'єкта концесії; дотримання взаємовигоди сторін; державні гарантії капіталовкладень концесіонерів; врахування особливостей надання об'єкта у концесію окремих сферах господарської діяльності; стабільність умов і розподіл ризиків між сторонами договору; забезпечення законних прав та інтересів споживачів товарів (робіт, послуг), що надаються концесіонером; участь держави, органів місцевого самоврядування у частковому фінансуванні об'єктів концесії, які мають соціальне значення.

Так, зокрема, концесійний договір відповідно до чинного законодавства визначає порядок ведення бухгалтерського обліку та фінансової звітності концесіонера, порядок сплати мита, податку на додану вартість та акцизного збору при ввезенні матеріальних цінностей у зв'язку із виконанням концесійних зобов'язань концесіонером. Однією його основною умовою є визначення плати концесійних платежів, які вносяться незалежно від результату господарської діяльності концесіонера (прибутку чи збитку). Зарахування платежів від концесійної діяльності справляється відповідно до Державного бюджету України або місцевих бюджетів та розраховується відповідно методики затвердженої Постановою КМ України, за якою визначаються розмір річного концесійного платежу, який не може перевищувати 10% ринкової вартості об'єктів, які передаються в концесію, визначеної шляхом незалежної оцінки (без врахування ПДВ) [2].

Відносини щодо надання в концесію об'єктів права державної чи комунальної власності регулюються концесійним договором, Законом «Про концесії» [1], іншими нормативно-правовими актами України та в окремих випадках правилами міжнародного договору. Ними визначаються умови та порядок проведення концесійного конкурсу, умови концесійної діяльності (умови надання земельної ділянки, обсяг робіт, які повинні бути профінансовані (виконані) концесіонерами, основні обов'язки концесіонера, фінансові та інші гарантії концесієдавця тощо).

У механізмі концесії відображаються такі найбільш суттєві його елементи, як: технічні та фінансові умови створення об'єкта концесії; умови подання земельної ділянки; умови встановлення, зміни цін (тарифів) на виготовлені або надані концесіонером товари (роботи, послуги); умови використання вітчизняних сировини, матеріалів; умови, розмір, порядок внесення концесійних платежів; порядок використання амортизаційних відрахувань; страхування об'єктів концесії, ліцензування та ін. Так, зокрема, згідно чинної нормативно-правової бази концесійний платіж вноситься концесіонером відповідно до умов концесійного договору незалежно від наслідків господарської діяльності і збільшується в разі надання концієдавцем протягом строку дії договору в управління (експлуатацію) концесіонерів нових об'єктів, створених за рахунок коштів місцевого і державного бюджетів. Концесіонерам збиткових об'єктів концесії, що мають важливе соціальне значення, концесієдавець може надавати пільги щодо концесійних платежів. Концесійні платежі зараховуються відповідно до Державного та місцевих бюджетів, згідно методики розрахунку та граничних розмірів, визначених Кабінетом Міністрів України. У разі визнання концесіонера банкрутом, він відповідає за своїми борговими зобов'язаннями майном, яке належить йому на праві власності.

Чинний механізм передбачає, що концесіонер здійснює свою діяльність у будь-якій організаційно-правовій формі, йому належить право власності на прибуток, отриманий від управління (експлуатації) об'єкта концесії, а також на продукцію, отриману в результаті виконання умов концесійного договору. Водночас майно, створене на виконання умов концесійного договору, є об'єктом права державної чи комунальної власності, а майно, яке придбав концесіонер на виконання умов концесійного договору, належить йому на праві власності і може переходити у власність держави чи територіальної громади після закінчення строку дії концесійного договору. Враховуючи, що механізм партнерства передбачає відповідну систему оподаткування і сплати мита, зазначимо, що мито, податок на додану вартість та акцизний збір при ввезенні матеріальних цінностей у зв'язку з виконанням умов концесійного договору сплачуються відповідно до законодавства України.

За даними Міністерства економічного розвитку та торгівлі України станом на початок 2015 року в Україні реалізовується 210 концесійних договорів щодо державного (9 договорів) та комунального (201договір) майна [4]. Дев'ять концесійних договорів щодо державного майна зареєстровано строком 49-50 років, з них дію двох було припинено, три договори – розірвано, один договір – перепідписано (табл. 1).

За даними Міністерства економічного розвитку та торгівлі України станом на початок 2015 року в Україні реалізовується 201 концесійний договір щодо комунального майна строком від 10 до 50 років [4]. Із загальної кількості, а це 138 договорів з 201 договору (які є в загальному доступі на офіційному сайті Фонду державного майна України [5]) концесійних договорів щодо комунального майна в Україні. Як свідчать дані [5],переважна більшість проектів державно-приватного партнерства, що пов'язані з функціонування комунального майна, реалізується у сфері житлово-комунального господарства. Також реалізація проектів ДПП

Таблиця 1

Концесійні договори щодо державного майна в Україні

№ з/п	Дата укладання договору	Державний партнер	Приватний партнер	Об'єкт концесії	Сектор економіки
1.	23.12.99 (розірвано 13.10.10)	Українська державна корпорація по будівництву, ремонту та утриманню автомобільних доріг	Консорціум «Концесійні транспортні магістралі (Трансмагістраль)»	Дорога «Львів-Краковець»	Транспорт
2.	26.12.02 (перепідписано 16.03.11)	Державна служба автомобільних доріг України	ВАТ «Виробничо-наукова компанія «Розточчя СТ»	Автомагістраль «Львів-Броди»	Транспорт
3.	14.01.04	Донецька ОДА	ВЕО «Вітроенергопром»	Новоазовська вітрова електростанція	Енергетика
4.	29.12.07	Херсонська ОДА	ТОВ «Сивашенергопром»	Сиваська вітрова електростанція	Енергетика
5.	30.12.09 (розірвано 05.07.13)	Львівська ОДА	ФОП Новосад І. І.	Палац XIX ст. у с. Тартаків Сокальського району	Туризм
6.	30.05.11 (розірвано 10.07.13)	Львівська ОДА	ТОВ «Кріс»	Палац XVII ст. у с. Старе Село Пустомитівського району	Туризм
7.	22.06.11 (припинено 13.04.14)	Міністерство енергетики та вугільної промисловості	ТОВ «ДТЕК Ровенькиантрацит»	ЦМК ДП «Ровенькиантрацит»	Вугільна
8.	22.08.11 (припинено 13.04.14)	Міністерство енергетики та вугільної промисловості	ТОВ «ДТЕК Свердловантрацит»	ЦМК ДП «Свердловантрацит»	Вугільна
9.	21.11.11	Міністерство енергетики та вугільної промисловості	ТОВ «ДВ нафтогазовидобувна компанія»	ЦМК ДП «Теплоелектроцентраль «Есхар»	Енергетика

Джерело: складено та допрацьовано автором на основі [5]

має місце в переробці твердих побутових відходів, охороні здоров'я, спорті, паливно-енергетичному секторі, транспорті.

Як і в договорах щодо управління державним майном, так і в договорах щодо управління комунальним майном відмічається тенденція до їх розірвання. Так, зокрема, перший концесійний договір, укладений у 2008 році між Бердянською міською радою та ТОВ «Чиста вода – Бердянськ» у сфері збору, очищення та розподілення води був розірваний у 2010 році у зв'язку з невиконанням договірних зобов'язань концесіонером. Найбільше концесійних договорів щодо комунального майна було укладено у 2012 році – 114. Фактично таких чинних договорів було лише 5, а інші 109 договорів укладено в рамках Меморандуму про співробітництво між Полтавською обласною радою, Полтавською обласною державною адміністрацією та ТОВ «Технопарк Комплекс Т», який засвідчив прагнення сторін об'єднати зусилля для впровадження Проекту «Виробничий комплекс з переробки твердих побутових відходів «Комплекс Т160». З метою здійснення проекту державно-приватного партнерства було укладено концесійні договори між ТОВ «Технопарк Комплекс Т» та сільськими радами Семенівського, Глобинського, Козельщинського, Кобеляцького, Кременчуцького районів та м. Комсомольська для забезпечення роботи виробничого комплексу, починаючи зі збору, сортування відходів та отримання вторинної сировини, переробки цієї вторинної сировини без залишку та полігонного захоронення у високоліквідну товарну продукцію.

У вересні 2012 року в Україні в м. Запоріжжя стартував перший проект у сфері охорони здоров'я (проект реконструкції та управління комунального закладу «Міська клінічна лікарня №3»), який було вирішено реалізувати за Законом України «Про державне-приватне партнерство». Через конфлікт інтересів (зацікавленість приватного сектора у проекті і супротив органу місцевого самоврядування) не вдалося перебороти інституційний бар'єр імплементації визначеної форми партнерства, що викликало призупинення договору концесії.

Ознайомлення з практикою застосування чинного механізму концесії та змістом конкретних концесійних договорів свідчить, що не можливо діагностувати єдину універсальну причину їх невиконання або незадовільного виконання. Це обумовлено: 1) відмінностями об'єктів концесії

(майно у сфері водопостачання; майно в сфері теплокомуненергетики; спортивно-оздоровчий комплекс; каналізаційне господарство; гаражне господарство; функціональні обов'язки в сфері збору, транспортування і утилізації твердих відходів; обладнання, склади для зберігання палива; внутрішньогосподарська система; права на створення полігонів твердих відходів), що відповідно, обумовлює специфіку виробничого циклу і інші умови взаємодії концесієдавця і концесієотримувача; 2) відмінностями в характері концесійних платежів; 3) різною тривалістю термінів, на які укладено концесійні договори.

Водночас можна констатувати й інші, більш загальні причини незадовільної поширеності і низької результативності механізму концесії.

У його основу було покладено інвестиційні зобов'язання приватного партнера з метою проведення реконструкції, капітального ремонту та модернізації установи, а також забезпечення йому з боку органу місцевого самоврядування гарантій повернення вкладених інвестицій протягом дії договору.

Зокрема, однією з головних проблем під час впровадження концесії як механізму державно-приватного партнерства в Україні є характер відшкодування інвестицій приватному партнеру. В українських реаліях джерелом такого відшкодування може бути не бюджет, а введення в експлуатацію нових потужностей, які могли б передаватися приватним партнерам. Низка концесійних договорів між сільськими радами і приватними партнерами, об'єктом концесії в яких є функціональні обов'язки, матеріальні права та ресурси, що при залученні концесіонера забезпечують збір, транспортування і утилізацію твердих відходів, містять положення про розмір концесійного платежу, який встановлюється на основі засоби відповідно до вимог постанови КМУ [2]: 90% коштів отриманих від населення за утилізацію твердих відходів протягом року.

В останні роки спостерігається потреба відстрочки концесійного платежу. Аналіз причин зриву концесійних домовленостей та процесу укладання угод свідчить, що головна причина труднощів укладення концесійних договорів в Україні полягає в незахищеності прав концесіонера. Значні витрати та ризики, що пов'язані з концесійною діяльністю, тяжіють ще від необхідності сплачувати вагомі концесійні платежі до бюджету держави.

Недостатня поширеність застосування концесії як механізму державно-приватного партнерства пояснюється певними недоліками в роботі органів публічної влади щодо імплементації механізму концесії в інституціональне середовище економічного і соціального розвитку. Оцінка переваг і недоліків застосування механізму концесії органами публічної влади (табл. 2) свідчить, що стримуючими факторами розвитку даного меха-

Таблиця 2

Переваги та недоліки застосування концесії як механізму реалізації ДПП органами публічної влади

Переваги застосування концесії	Недоліки в застосуванні концесії
залучення позабюджетних коштів для будівництва, реконструкції та експлуатації дорогих інфраструктурних об'єктів, а також прискорений розвиток групи об'єктів інфраструктури за відсутності достатнього обсягу бюджетних коштів	відсутність досвіду і професійних навичок у органів влади щодо укладення концесійних договорів і управління концесіями
використання управлінського досвіду, технологій та професійних компетенцій приватного партнера для реалізації технологічно складних інфраструктурних проектів	концесія в умовах непрозорості дозвільних процедур та недосконалості вітчизняного правового поля створює додаткові умови для корупційних дій
розподіл ризиків з розвитку окремих об'єктів публічної інфраструктури з приватним партнером	можливість втрати чи послаблення контролю з боку державних органів за зростанням тарифів та якістю послуг
надання одним приватним партнером рішення з інфраструктурного об'єкту на весь його життєвий цикл, тобто будівництво / реконструкція і подальше управління об'єктом	банкрутство підприємства-концесіонера може мати негативні соціальні наслідки і призвести до втрати довіри населення до державних органів влади
залучення приватного капіталу, в т. ч. іноземного, без втрати стратегічного контролю над життєво важливими публічними системами та об'єктами	слабкий контроль регулюючих органів може призвести до вилучення монопольної ренти орієнтованими на прибуток приватними партнерами
сприяння більш повній реалізації принципів соціальної справедливості при оптимізації державного втручання в економіку	складність у виборі достойного приватного партнера для реалізації проектів державно-приватного партнерства
поліпшення інвестиційного клімату в державі та залучення інвесторів (у т. ч. іноземних) у розвиток публічної інфраструктури	

Джерело: Складено автором

нізму є: відсутність досвіду і професійних навичок у державних службовців щодо укладання концесійних договорів і управління концесіями; непрозорість дозвільних процедур, що створює умови для корупційних дій; складність у виборі достойного приватного партнера.

Чинний механізм концесії піддається наступним ризикам: можливість втрати чи послаблення контролю з боку органів влади за необґрунтованим зростанням тарифів щодо якості послуг (що мало місце, наприклад, при реалізації концесійного договору в сфері водопостачання в м. Одесі); негативні соціальні наслідки, обумовлені банкрутством підприємства-концесіонера; загроза вилучення монопольної ренти орієнтованими на прибуток партнерами.

До інших, накопичених на даний момент, проблем укладення концесійних договорів в Україні, можемо віднести:

1) складність розрахунку майбутніх грошових потоків для концесіонера, їх залежність від майбутньої ефективності національної економіки та національного законодавства, що призводить до завищеної вартості капіталу і значної тривалості етапу підготовки договору;

2) нечітко прописані в законі гарантії держави інвесторам та переважне право держави на розірвання концесійних договорів;

3) незрозумілість механізму бюджетних гарантій. Згідно чинного законодавства механізму концесії держава може взяти на себе зобов'язання щодо співфінансування проекту, але бюджети у країні затверджується щорічно тоді, як концесійний договір укладається, як мінімум на десять років;

4) відсутність можливості спільної участі органів державної влади та органів місцевого самоврядування в одному концесійному договорі на стороні концесієдавця;

5) занадто вузьке трактування концесій і відсутність ряду відпрацьованих за кордоном інструментів;

6) завищені очікування держави, пов'язані з розміром приватного фінансування проектів, адже світовий досвід показує, що у дорогих інфраструктурних проектах частка інвестиційної участі держави не може бути нижче 40-60% тоді, як в Україні ця частка є значно меншою.

Існуючий механізм концесії в Україні поширений на транспортний сектор, житлово-комунальне господарство; промисловість, охорону здоров'я та сферу послуг. Однак, на відміну від зарубіжної практики механізм концесії в Україні, поки що не набув належного поширення, що, відповідно, і не забезпечило його ефективного розвитку.

Загалом удосконалення організаційно-економічних механізмів державно-приватного партнерства на сучасному етапі можна здійснювати на основі врахування зарубіжної практики використання дієвих економічних механізмів щодо виводу пріоритетних галузей з кризового стану, врахування необхідності врегулювання взаємовідносин та спільних інтересів між державою та приватними компаніями, проведеної діагностики результативності чинних механізмів партнерства в Україні.

Недостатня поширеність механізму концесії пов'язана з ризиками, обумовленими різними об'єктивними причинами, як от: поява непередбачуваних обставин, прийняття державою законодавчих змін, нестача інвестиційних ресурсів, неспівпадіння бюджетного періоду з терміном концесійного договору тощо. Менеджмент має бути спрямований на попередження, пом'якшення і лише на кінець на усунення ризиків. Так, зокрема, враховуючи те, що ризики, пов'язані з прийняттям державою рішень, які негативно впливають на прибуток від проекту, що реалізується в рамках концесійного договору, необхідно передбачити захист прав інвестора через звільнення його від відповідальності за таких обставин.

Проведений аналіз засвідчив, що більшість проектів у рамках концесійних договорів є не надто капіталомісткими. Це та низька активність приватного бізнесу щодо укладання договорів концесії обумовлені проблемою нестачі інвестиційних ресурсів. У контексті розв'язання даної проблеми доцільно, на наш погляд, започаткувати державну програму з надання пільгових кредитів для здійснення діяльності у сфері державно-приватного партнерства на засадах концесії за умови, коли це стосується пріоритетних сфер діяльності, проектів особливого державного чи соціального значення, що дозволить збільшити капіталоозброєність учасників партнерства.

Активність поширення концесії як механізму партнерства зростатиме, якщо реалізація проектів буде високоефективною. З метою підвищення окупності вкладених коштів доцільно започаткувати поширену в США практику передачі права на використання земель, які розташовані поблизу доріг. Це стосується в першу чергу виконання робіт у сфері дорожнього будівництва. На переданій землі приватний партнер може будувати різного значення об'єкти (заправки, станції технічного обслуговування, мотелі, готелі тощо), які з часом повернуть йому вкладений у будівництво дороги капітал.

Доцільно застосовувати й інші інструменти стимулювання долучення приватного бізнесу до укладання концесійних угод. Зокрема, з метою активізації цього механізму доцільно для учасників приватного сектора застосовувати систему податкових стимулів. Зокрема, при його долучені до важливих національних масштабних проектів варто було б використати таку форму податкових преференцій, як податкові канікули. Для приватних партнерів, які завозять техніку з-за кордону для реалізації проектів ДПП, передбачити звільнення від митних платежів на ввезення обладнання.

Фахівці, які займаються проблемами ДПП, виокремлюють такі основні умови успішного успіху розвитку його різних форм: подолання протиріч між громадськими і приватними інтересами, створення інституційного середовища ДПП, збереження провідної ролі держави в організації програм і проектів ДПП [9, с. 19].

Приватний бізнес як інвестор є зацікавлений у прибутковому вкладенні своїх коштів, а населення як споживач – у високій якості послуг за доступними тарифами. В умовах партнерства, держава як партнер має забезпечити і перше і друге, тобто суспільний інтерес. Це досягається шляхом забезпечення високої якості концесійних угод на етапі їх укладання, виконання, моніторингу і контролю.

З позицій розв'язання цієї проблеми заслуговує на увагу досвід Великобританії, де при укладанні концесійних угод передбачається:

а) розрахунки з боку державних органів з приватним сектором здійснювати тільки після завершення будівництва та повного оснащення інфраструктурних об'єктів;

б) зобов'язання представників бізнесу утримувати об'єкти в належному стані відповідно до терміну експлуатації, який обумовлено в договорі (в межах 25 років);

в) передбачення в договірних стандартах штрафних санкцій за невиконання зобов'язань.

Висновки з проведеного дослідження. Оцінка практики розвитку механізму концесії Україні та експертиза започаткованих вітчизняних концесій засвідчила, що загалом концесійні проекти реалізуються в рамках визначених світовою практикою організаційних моделей ДПП. Крім того, аналіз реалізації концесійного механізму дозволив діагностувати наступні недоліки: 1) відсутність гарантій компенсацій і отримання доходів концесіонерів; 2) порушення умов концесійного договору, консервація неможливості зміни умов проекту при змінах умов законодавства; 3) тенденція до розірвання договорів, проблемний характер інвестицій приватного партнера; 4) можливість втрат чи послаблення контролю з боку органів влади за необґрунтованим зростанням тарифів щодо якості послуг.

Загалом необхідно працювати в напрямі наближення чинного механізму концесії в Україні (згідно Закону про концесії) до вимог концесійного законодавства, прийнятого в зарубіжній практиці. Порівняльний аналіз свідчить про необхідність: а) започаткування реального механізму гарантування компенсацій у випадку експропріації; б) імплементації вимоги «плати» за вхідний квиток; в) використання проектних пропозицій на основі врахування чистої теперішньої вартості; г) започаткування при реалізації концесії періодичних незалежних оцінок концесійних активів.

Вказані вище рекомендації дозволять удосконалити організаційно-економічний механізм державно-приватного партнерства в частині укладання концесійних договорів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про концесії : Закон України від 16.07.1999 р. № 997-XIV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997-14/page

2. Про затвердження Методики розрахунку концесійних платежів : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 квітня 2000р. № 639 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/639-2000-%D0%BF/print1452419053989175

3. Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг : Закон України від 14.12.1999 р. № 1286-XIV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1286-14

4. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=fc354c59-cb8f-4660-b7d5-1acdf35f0ab7&title=InformatsiiaSchodoStanuZdiisnenniaDerzhavnoprivatnogoPartnerstva

5. Офіційний сайт Фонду державного майна України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.spfu.gov.ua

6. Богдан І. Концесії в Україні: форми та шляхи запровадження / І. Богдан // Економіка України. – 2011. – № 3. – С. 35–45.

7. Павлюк К. В. Світовий досвід використання концесійної форми державно-приватного партнерства на залізницях та в автодорожньому господарстві / К. В. Павлюк, І. В. Іголкін // Фінанси України. – 2010. − № 9. − С. 23–36.

8. Мельник А. Ф. Кластеризація як фактор підвищення ефективності публічно-приватного партнерства / А. Ф. Мельник, В. Г. Мельник // Вісник Тернопільського національного економічного університету – 2013. − № 5. – С. 250−258.

9. Шилепницький П. І. Дослідження природи державно-приватного партнерства / П. І. Шилепницький // Регіональна економіка. – 2010. – № 3. – С. 187–194.

REFERENCES:

1. Pro kontsesii : Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 r. # 997-XIV (zi zminamy i dopovnenniamy) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/997-14/page

2. Pro zatverdzhennia Metodyky rozrakhunku kontsesiinykh platezhiv : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12 kvitnia 2000r. # 639 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://zakon3. rada.gov.ua/laws/show/639-2000-%D0%BF/print1452419053989175

3. Pro kontsesii na budivnytstvo ta ekspluatatsiiu avtomobilnykh dorih : Zakon Ukrainy vid 14.12.1999 r. # 1286-XIV (zi zminamy i dopovnenniamy) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1286-14

4. Ofitsiinyi sait Ministerstva ekonomichnoho rozvytku ta torhivli Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.me.gov.ua/Documents/

Detail?lang=uk-UA&id=fc354c59-cb8f-4660-b7d5-1acdf35f0ab7&title=InformatsiiaSchodoStanuZdiisnenniaDerzhav noprivatnogoPartnerstva

5. Ofitsiinyi sait Fondu derzhavnoho maina Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://www.spfu.gov.ua

6. Bohdan I. Kontsesii v Ukraini: formy ta shliakhy zaprovadzhennia / I. Bohdan // Ekonomika Ukrainy. – 2011. – # 3. – S. 35.–45.

7. Pavliuk K. V. Svitovyi dosvid vykorystannia kontsesiinoi formy derzhavno-pryvatnoho partnerstva na zaliznytsiakh ta v avtodorozhnomu hospodarstvi / K. V. Pavliuk, I. V. Iholkin // Finansy Ukrainy. – 2010. − # 9. − S. 23–36.

8. Melnyk A. F. Klasteryzatsiia yak faktor pidvyshchennia efektyvnosti publichno-pryvatnoho partnerstva / A. F. Melnyk, V. H. Melnyk // Visnyk Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu – 2013. − # 5. – C. 250−258.

9. Shylepnytskyi P. I. Doslidzhennia pryrody derzhavno-pryvatnoho partnerstva / P. I. Shylepnytskyi // Rehionalna ekonomika. – 2010. – # 3. – S. 187–194.

Pidhaiets S.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Finance and Credit,
Vinnytsia Institute of Economics,
Ternopil National Economic University

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF CONCESSION MECHANISM AS A FORM OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

The article defines the essence of concession mechanism. Advantages and disadvantages of a concession mechanism for implementing public-private partnership by public authorities are considered. Problems of concluding concession agreements in domestic practice are determined. Reasons for the termination of concession projects that took place in the Ukrainian practice are diagnosed. Proposals to improve the mechanism of concessions with regard to foreign practices are produced.

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПІДХОДІВ І МЕТОДІВ ФІНАНСОВОЇ ДІАГНОСТИКИ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА

ANALYSIS OF EXISTING APPROACHES AND METHODS FINANCIAL DIAGNOSTICS OF PROBABILITY OF BANKRUPTCY

УДК 338

Хохлов М.П.
д.е.н., професор
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-економічного університету
Подимайло М.В.
студентка
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто існуючі підходи і методи фінансової діагностики ймовірності банкрутства. Економіка України характеризується глобальною фінансово-економічною кризою, котра спричинила потужну хвилю банкрутств, що активізувало науково-прикладні дослідження, спрямовані на впровадження на вітчизняних підприємствах ефективної системи раннього попередження і реагування на загрозу критичної неплатоспроможності (банкрутства), розроблення обґрунтованих рекомендацій щодо максимально швидкого подолання негативних тенденцій та виходу із кризової ситуації.

Ключові слова: *банкрутство, моделі банкрутства, показники фінансового стану, фінансові коефіцієнти, неплатоспроможність підприємства.*

В статье рассмотрены существующие подходы и методы финансовой диагностики вероятности банкротства. Экономика Украины характеризуется глобальным финансово-экономическим кризисом, которая вызвала мощную волну банкротств, что активизировало научно-прикладные исследования, направленные на внедрение на отечественных предприятиях эффективной системы раннего предупреждения и реагирования на угрозу критической неплатежеспособности (банкротства), разработка обоснованных рекомендаций относительно максимально быстрого преодоления негативных тенденций и выхода из кризисной ситуации.

Ключевые слова: *банкротство, модели банкротства, показатели финансового состояния, финансовые коэффициенты, неплатежеспособность предприятия.*

The article examines the existing approaches and methods financial diagnostics of probability of bankruptcy. Ukraine's economy is characterized by global financial and economic crisis, which caused a powerful wave of bankruptcies that has intensified scientific and applied research aimed at the introduction at the domestic enterprises of an effective system of early warning and response to the threat of critical insolvency (bankruptcy), develop evidence-based recommendations for the fastest possible overcoming of negative trends and crisis situations.

Key words: *bankruptcy, bankruptcy models, financial indicators, financial ratios, insolvency of the company.*

Постановка проблеми. Сьогодні проблема банкрутства підприємств є однією з ключових для української економіки. Стрімке зростання кількості збанкрутілих та ліквідованих підприємств стимулює пошук шляхів вирішення проблеми не тільки на рівні окремого підприємства чи галузі, але й на рівні держави. У зв'язку з цим актуальним є вивчення підходів і методів фінансової діагностики ймовірності банкрутства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед фундаментальних наукових праць зарубіжних учених, присвячених запровадженню системи раннього попередження й реагування на загрозу неплатоспроможності, методологічним підходам до діагностики банкрутства, хочемо відзначити дослідження Г. Базарова, С. Бєляєва, Б. Коласса, Р. Манна, Е. Майєра, Х. Фольмута, Д. Хана та ін. Безпосереднім розробленням методик і моделей прогнозування ймовірності банкрутства займалися такі зарубіжні вчені, як Е. Альтман, Дж. Аргенті, К. Беєрман, У. Бівер, Й. Гайдака, В. Ковальов, Р. Ліс, К. Спрінгейт, Д. Стос, Р. Таффлер, Г. Тішоу, Дж. Фулмер та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних підходів та моделей банкрутства вітчизняних та зарубіжних вчених.

Виклад основного матеріалу дослідження. Від точної ідентифікації загроз, від правильного вибору системи показників для діагностики залежить ступінь достовірності оцінки економічної безпеки підприємства та комплекс необхідних заходів щодо попередження можливих загроз.

Існує чимало трактувань поняття «банкрутство» різних науковців (табл. 1)

Фактично будь-яку методику прогнозування банкрутства, оцінки кредитоспроможності позичальника, аналізу інвестиційної привабливості підприємства можна вважати такою, що присвячена проблематиці діагностики фінансового стану. У науковій літературі розглядаються два основні підходи до прогнозування кризи – кількісний та якісний (рис. 1). Перший базується на аналізі фінансових даних та проводиться двома методами: методом коефіцієнтів та методом бальної (рейтингової) оцінки.

Для прогнозування та оцінки потенційного банкрутства економічного суб'єкта розглянемо деякі розроблені методики:

1) Z-рахунок Е. Альтмана [2]. Розрізняють двох- та п'ятифакторні моделі Z-рахунку Альтмана. Двофакторна модель ймовірності банкрутства (індекс Z) визначається за допомогою коефіцієнта покриття (X1) і коефіцієнта автономії (X2):

$$Z = -0{,}3877 - 1{,}0736\ X_1 + 0{,}0579\ X_2, \qquad (1)$$

Для підприємств, у яких Z = 0, ймовірність банкрутства становить 50%. Від'ємні значення Z свідчать про зменшення ймовірності банкрут-

ства. Якщо Z > 0, то ймовірність банкрутства перевищує 50% та підвищується зі збільшенням значення Z. Ця модель не потребує значного обсягу вихідної інформації, але її недоліком є недостатня точність прогнозування ймовірності банкрутства.

Для збільшення точності прогнозу у західній практиці використовують п'ятифакторну модель Z-рахунку:

$$Z = 1{,}2\,X_1 + 1{,}4X_2 + 3{,}3\,X_3 + 0{,}6X_4 + 1{,}0X_5, \quad (2)$$

де X_1 – частка чистих оборотних активів у загальній величині активів;

Рис. 1. Класифікація методів діагностики кризи

Джерело: [6; 1]

Таблиця 1

Трактування поняття «банкрутство» різними науковцями

Автор	«Банкрутство» – це	Ключові слова
Яблонська А.С.	це одна із юридичних підстав ліквідації підприємства, яка виявляється у неспроможності суб'єкта підприємницької діяльності задовольнити у встановлений для цього термін пред'явлені йому кредиторами вимоги і виконати зобов'язання перед бюджетом.	Неспроможність задовольнити вимоги і виконати зобов'язання
Пепа Т.В.	означає відмову громадянина або фірми сплачувати за власними борговими зобов'язаннями через брак коштів.	Відмова сплачувати боргові зобов'язання
Терещенко О.О.	це наслідок глибокої фінансової кризи, система заходів щодо управління якою не дала позитивних результатів.	Наслідок глибокої фінансової кризи
Шморгун Н.П.	(фінансовий крах) – це документально підтверджена нездатність суб'єкта господарювання платити за своїми зобов'язаннями і фінансувати основну поточну діяльність у зв'язку з відсутністю коштів.	Фінансовий крах
Шеремет А. Д.	нездатність фінансувати поточну операційну діяльність і погасити термінові зобов'язання.	Нездатність фінансувати діяльність і погасити зобов'язання.
Отже, банкрутство – це неспроможність боржника відновити свою платоспроможність і погасити встановлені грошові вимоги кредиторів.		

Джерело: [2; 4; 6]

X_2 – рентабельність активів, розрахована по чистому прибутку;

X_3 – рентабельність активів, розрахована по фінансовому результату від звичайної діяльності до оподаткування;

X_4 – відношення ринкової вартості підприємства (ринкова вартість корпоративних прав) до позичкового капіталу;

X_5 – коефіцієнт віддачі усіх активів, який розраховується як відношення чистого доходу від реалізації до загальної величини усіх активів.

Розрахунок величини «Z» дозволяє проаналізувати динаміку змін фінансової стійкості підприємства та оцінити ймовірності появи кризи на підприємстві за такою шкалою:

$Z \leq 1,8$ – дуже висока;

$1,81 \leq Z \leq 2,70$ – висока;

$2,71 \leq Z \leq 2,90$ – можлива;

$Z \geq 2,91$ – дуже низька.

2) Комплексна однокритеріальна оцінка фінансового стану підприємства розроблена Уільямом Бівером [5], який вивчав проблеми підприємств, пов'язаних з нездатністю виконувати свої фінансові зобов'язання (або труднощі з погашенням заборгованості у встановлений строк) (табл. 2).

У. Бівер створив базу даних, яку потім використовував у своїй моделі для статистичного тестування надійності 30 фінансових коефіцієнтів. Отримані значення даних показників порівнюються з їх середніми значеннями для трьох груп підприємств: благополучних підприємств; підприємств, що збанкрутували впродовж п'яти років; підприємств, що збанкрутували впродовж одного року.

3) Модель Спрінгейта [3] орієнтована на визначення рівня використання доходів підприємства, має вигляд:

$$Z_C = 1,03\ X_1 + 3,07\ X_2 + 0,66\ X_3 + 0,4X_4, \quad (3)$$

де X_1 – частка оборотних активів у валюті балансу;

X_2 – частка операційного прибутку, суми податків, відсотків за користування позиковим капіталом у загальній вартості активів;

X_3 – частка прибутку у сумі короткострокової заборгованості та податків;

X_4 – швидкість обороту всього капіталу підприємства (співвідношення обсягу продажу та загальної вартості активів).

Якщо $Z_C < 0,862$, то фінансовий стан підприємства нестабільний і воно є потенційним банкрутом. Коли $Z_C > 2,45$, то загроза банкрутства мінімальна. У цілому похибка прогнозу можливості банкрутства за цією моделлю не перевищує 10%, що є нормальним для правильного обґрунтування рішень по управлінню фінансовими ресурсами.

4) Показник діагностики платоспроможності Конана і Гольдера [5] розраховується за формулою:

$$Z_{кг} = 0,16X_1 - 0,22X_2 + 0,87X_3 + 0,10X_4 - 0,24X_5, \quad (4)$$

де X_1 – частка дебіторської заборгованості та коштів у валюті балансу;

X_2 – частка постійного капіталу у загальній вартості пасивів;

X_3 – відношення фінансових витрат до виручки від реалізації;

X_4 – відношення витрат на персонал до величини доданої вартості;

X_5 – відношення валового прибутку до величини позикового капіталу.

Таблиця 2

Оцінка фінансового стану підприємств за методикою У. Бівера

Основні показники	Методика розрахунку	Значення показників в наведених межах характеризують підприємство		
		як благополучне	як за п'ять років до банкрутства	як за один рік до банкрутства
1. Коефіцієнт Бівера	(Чистий прибуток + Амортизаційні витрати) / (Довгострокові + Короткострокові зобов'язання)	0,4 – 0,45	0,2	0,15
2. Рентабельність активів	Чистий прибуток х 100% / Активи	6-8	4	-22
3. Фінансовий леверидж	(Довгострокові + Короткострокові зобов'язання) / Активи	≤ 37	≤ 50	≤ 80
4. Коефіцієнт покриття активів чистим оборотним капіталом	(Власний капітал – Необоротні активи) / Активи	0,04	≤ 0,03	≈ 0,06
5. Коефіцієнт покриття	Оборотні активи / Короткострокові зобов'язання	≤ 3,2	≤ 2	≤ 1

Джерело: [5]

Таблиця 3

Інтерпретація показника платоспроможності Конана і Гольдера ZKГ

Значення показника ZKГ								
+0,210	+0,480	+0,002	-0,026	-0,068	-0,087	-0,107	-0,133	-0,164
Вірогідність затримки платежів, %								
100	90	80	70	50	40	30	20	10

Джерело: [5]

Таблиця 4

Визначення переваг та недоліків застосування на вітчизняних підприємствах західних моделей оцінки ймовірності банкрутства

Назва	Переваги	Загальні та специфічні недоліки при застосуванні на вітчизняних підприємствах
Двохфакторна модель Альтмана	Найпростіша для розрахунків	– недостатня кількість вихідних даних; – не враховує специфіку динаміки макро- і мікроекономічних показників у структурі національного господарства; – відсутність деяких показників викривлює результати інтерпретації значення коефіцієнта поточної ліквідності – не дає повної критичної оцінки фінансового стану та зазвичай використовується лише для компаній, цінні папери яких розміщені на фондовому ринку; – серед оціночних показників не представлено ряд тих (оборотність та рентабельність активів, темпи зміни виручки від реалізації), що розкривають найбільш важливі аспекти діяльності підприємства.
П'ятифакторна модель Альтмана	– Простота розрахунків; – є можливість прогнозування банкрутства, визначення зони ризику, в якій перебуває підприємство; – наявність послідовності дослідження; – наявність декількох формул для підприємств, акції яких котируються та не котируються на біржі; – невелика кількість показників, що забезпечують точність результатів, за незначних трудовитрат; – у ряді країн точність прогнозування склала 95 %; – доступність вихідних даних, відображених у формах фінансової звітності.	– є емпіричною, не має під собою самостійної теоретичної бази; – відсутність прив'язки до галузевих особливостей, врахування розміру підприємств тощо; – не враховує ринкову оцінку бізнесу (котирування акцій); – ймовірність отримання некоректного результату у зв'язку з часовою невідповідністю (час розробки та час розрахунку); – невідповідність способу розрахунку деяких показників, у рамках західної та вітчизняної практик здійснення фінансового аналізу діяльності; – характеризує настання фінансової кризи, у той час як інші – економічної; – коефіцієнт (оборотний капітал / сума активів) пов'язаний із кризою управління, ринковою кризою; – відсутність якісної статистики; – не враховуються фактори неекономічного характеру; – усі коефіцієнти розраховані на основі статистики результатів діяльності підприємств США, що викликає неприйнятність для вітчизняних підприємств.
Система показників Бівера	Значення системи показників дають змогу визначити межу задовільного фінансового стану підприємства і його схильності до неплатоспроможності.	Прогнозний період: за наслідками розрахунку діагностичних індикаторів підприємства потрапляють в одну з трьох груп: «благополучні компанії», а також фірми, що перебувають «за рік до неплатоспроможності» і «за п'ять років до неплатоспроможності» відповідно. Довготривалий період для прогнозування, адже відтермінування у погашенні фінансових зобов'язань, зазвичай, не надається на термін більше року.
Модель Спрінгейта	Простота у розрахунку; – точність ≥ 90 %	– Модель була створена для підприємств США і Канади; – коефіцієнти наведені в доларах; – модель створена для оцінювання кредитоспроможності підприємств.
Модель Конана – Гольдера	Забезпечує можливість діагностування стратегічних проблем розвитку підприємства.	Пристосована до використання для компаній, що є емітентами цінних паперів; – обмежена у врахуванні факторів, що є основою для визначення фінансового стану; – не враховується багато факторів, що визначають фінансову стійкість.

Джерело: складено автором на основі [2; 3; 5]

Наведена модель отримана за допомогою кореляційного аналізу статистичної вибірки щодо 95 малих та середніх промислових підприємств. Ймовірність затримки платежів для різних значень ZКГ наведено у табл. 3.

Звичайно ж, що кожна розглянута і згадана модель оцінки ймовірності банкрутства підприємства має свої переваги та недоліки, тому проаналізувавши розглянуті моделі можна зробити певні висновки (табл. 4).

Застосування в Україні зарубіжних багатофакторних методик оцінювання потенційного банкрутства ускладнюється необхідністю їх адаптації до вітчизняних реалій ведення бізнесу шляхом конкретизації критичних значень відповідних показників за галузями, що вимагає опрацювання значного пласту накопичених статистичних даних. Отже, без проведення копітких наукових досліджень у цьому напрямі не обійтись. До того ж використання подібних методик на рівні конкретного підприємства вимагатиме залучення висококваліфікованих фінансових аналітиків, оплата послуг яких негативно позначиться на вартості процесу діагностики схильності до банкрутства.

З метою забезпечення більшої об'єктивності результатів аналізу на основі застосування зарубіжних моделей і методик прогнозування загрози критичної неплатоспроможності на національних підприємствах необхідно [4]:

1) поєднувати у процесі аналізу кількісні та якісні критерії, що сигналізують про потенційну загрозу банкрутства;

2) враховувати особливості розвитку економічних циклів у певній галузі при визначенні індикаторів кризових явищ на підприємстві;

3) узагальнювати світовий досвід у розробленні методичного інструментарію діагностики потенційного банкрутства і максимально адаптувати його до умов діяльності та інформаційного забезпечення вітчизняних підприємств;

4) застосовувати комплексний інтегральний підхід до оцінювання фінансового стану суб'єктів господарювання, що зазнали фінансових ускладнень у діяльності.

Продовження досліджень з розглянутого питання має відбутися у напрямі перевірки існуючих українських моделей на предмет адекватності умовам господарювання підприємств різних галузей і розроблення, за необхідністю, власних дискримінантних функцій для кожної галузі, які б враховували специфіку економічних умов в Україні. Також важливим у визначенні ймовірності банкрутства підприємства доцільним є використання різноманітних методик експрес-діагностики та створення інтегральних показників за якими можливо оцінити напрям розвитку підприємства з точки зору його фінансового стану, наявності ознак кризи на підприємстві.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, сучасний стан економіки вимагає створення загального алгоритму прогнозування банкрутства підприємства з урахуванням як вітчизняного, так і закордонного досвіду. Для того, щоб прогноз був більш обґрунтованим, необхідно комплексно використовувати одночасно кілька методів прогнозування ймовірності банкрутства підприємства, що дозволить значно підвищити ступінь вірогідності отриманих результатів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лащенко В. А. Діагностика ймовірності банкрутства як експрес-аналіз економічної безпеки підприємства // Управління розвитком. – 2013. – Вип. – 2013. – Т. 21. – №. 161. – С. 54-58.
2. Мороз С. І. Порівняльний аналіз існуючих моделей прогнозування ймовірності банкрутства підприємств //Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2012. – №. 9 (2). – С. 437-442.
3. Погребняк А. Ю. Порівняльний аналіз методик оцінки ймовірності банкрутства в системі антикризового управління на підприємстві //Бізнес Інформ. – 2014. – №. 7. – С. 344-352.
4. Стаднюк Т. В. и др. Причини ймовірності банкрутства підприємств та методики його прогнозування. – 2013.
5. Сушко В. І., Павлюк Т. С. Класифікація моделей оцінки ймовірності банкрутства підприємств // Економіка: теорія та практика. – 2014. – №. 1. – С. 72-83.
6. Чібісова І. В., Chibisova I. Методи оцінки і прогнозування банкрутства підприємств. – 2012.

REFERENCES:

1. Lashchenko V. A. Diahnostyka ymovirnosti bankrutstva yak ekspres-analiz ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstva // Upravlinnia rozvytkom.–2013. – Vyp. – 2013. – T. 21. – #. 161. – S. 54-58.
2. Moroz S. I. Porivnialnyi analiz isnuiuchykh modelei prohnozuvannia ymovirnosti bankrutstva pidpryiemstv //Ekonomichni nauky. Cer.: Oblik i finansy. – 2012. – #. 9 (2). – S. 437-442.
3. Pohrebniak A. Yu. Porivnialnyi analiz metodyk otsinky ymovirnosti bankrutstva v systemi antykryzovoho upravlinnia na pidpryiemstvi //Biznes Inform. – 2014. – #. 7. – S. 344-352.
4. Stadniuk T. V. y dr. Prychyny ymovirnosti bankrutstva pidpryiemstv ta metodyky yoho prohnozuvannia. – 2013.
5. Sushko V. I., Pavliuk T. S. Klasyfikatsiia modelei otsinky ymovirnosti bankrutstva pidpryiemstv // Ekonomika: teoriia ta praktyka. – 2014. – #. 1. – S. 72-83.
6. Chibisova I. V., Chibisova I. Metody otsinky i prohnozuvannia bankrutstva pidpryiemstv. – 2012.

Khokhlov M.P.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics
Podymailo M.V.
Student
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

ANALYSIS OF EXISTING APPROACHES AND METHODS FINANCIAL DIAGNOSTICS OF PROBABILITY OF BANKRUPTCY

The article examines the existing approaches and methods financial diagnostics of probability of bankruptcy. Analysed interpretation of the concept "bankruptcy" of various scientific figures and formed its own definition of "bankruptcy". We considered two basic approaches to the prediction of the crisis – quantitative and qualitative.

To predict and assess the potential bankruptcy of the economic entity were considered some of the developed methodology, namely the Z-score E. Altman two - and n antifactor models of complex single-criterion evaluation of the financial condition of the company developed by William Borom, model Springate, the rate of diagnosis of the solvency of Conan and Golder.

Of course, that each be considered and referred to a model estimating the probability of bankruptcy has its own advantages and disadvantages, so after analysing the above models identified the main benefits and General and specific shortcomings when applied to domestic enterprises.

Application in Ukraine of foreign multifactor methods of evaluation of potential bankruptcy is complicated by the need to adapt them to local realities of conducting business by specifying the critical values of the relevant indicators by industry, which requires processing a significant reservoir of accumulated statistical data. In addition, the use of such techniques at the level of individual enterprises will require highly qualified financial analysts, payment of which will have a negative impact on the cost of process of diagnostics of propensity to bankruptcy.

To ensure greater objectivity of the results of the analysis based on the use of foreign models and methods of forecasting the threat of insolvency on the critical national enterprises should:

1) combine the analysis of quantitative and qualitative criteria, signalling potential threat of bankruptcy;

2) consider the features of economic cycles in a particular area when defining the indicators of crisis phenomena at the enterprise;

3) to summarize the world experience in development of methodological tools for diagnosis of a potential bankruptcy and to adapt it to conditions of operation and information support of the domestic enterprises;

4) adopt a holistic and integrated approach to the assessment of the financial condition of the entities subjected to financial hardship in the activities.

To ensure that the forecast was more than justified, it is necessary to comprehensively use multiple methods of forecasting the probability of bankruptcy, which will significantly enhance the reliability of the results.

ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ КРИЗИ

PROBLEMS OF EMPLOYMENT IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF CRISIS

УДК 331.784

Шостак Л. В.
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
Подолець А.Ю.
студентка
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Стаття присвячена проблемам зайнятості в Україні в умовах кризи. Проаналізовано рівні зайнятості розвинених країн та способи подолання безробіття у міжнародній практиці. Наведено теоретичні поради для підвищення рівня зайнятості.

Ключові слова: *зайнятість, безробіття, рівень зайнятості, економічна криза, міжнародний досвід.*

Статья посвящена проблемам занятости в Украине в условиях кризиса. Проанализированы уровни занятости развитых стран, и способы преодоления безработицы в международной практике. Приведены теоретические советы для повышения уровня занятости.

Ключевые слова: *занятость, безработица, уровень занятости, экономический кризис, международный опыт.*

The article is devoted to problems of employment in Ukraine in the conditions of crisis. Analyzed employment levels of developed countries, and ways to overcome unemployment in international practice. The theoretical tips to increase the level of employment.

Key words: *employment, unemployment, level of employment, economic crisis, international experience.*

Постановка проблеми. Сучасні несприятливі умови розвитку економіки в Україні призводять до зменшення рівня зайнятості, що дає поштовх дослідникам розглядати проблеми безробіття та шляхи його вирішення все частіше. На сьогоднішній день ринок праці в Україні є досить нестабільним, знаходячись на етапі розвитку та становлення. Зменшується кількість робочих місць та збільшується дисбаланс між попитом і пропозицією праці.

Актуальність дослідження. Питання регулювання зайнятості та безробіття було та буде дуже актуальним протягом багатьох років, адже безпосередньо від нього залежить рівень добробуту населення та економіки країни в цілому. Безробіття на сьогоднішній день є однією з основних соціально-економічних проблем. Саме формування високого рівня зайнятості свідчить про відповідне місце країни серед інших держав, забезпечуючи їй відсутність економічної нестабільності. Від цього показника залежать політичні та соціальні настрої населення.

Досить велика кількість вітчизняних та зарубіжних науковців займались цим питанням: С.І. Бандура, В.В. Близнюк, Д.П. Богині, І.К. Бондар, Е.М. Лібанової, Ю.М. Маршавіна, О.М. Мойсюра, Л.В. Транченко, А. Оукен, Ж.Б. Сей та ін. Проте, незважаючи на велику кількість досліджень вищеназваних вчених, проблема безробіття не в повній мірі розглянута і потребує подальшого вивчення.

Викладення основного матеріалу. З огляду на значне погіршення соціально- економічних показників, особливої актуальності в Україні набуває розробка нової концепції вирішення проблеми зайнятості та безробіття. Найбільш гострою у цій сфері проблемою є формування цивілізованого ринку праці, заснованого на плюралізмі форм власності, свободі підприємницької діяльності, трудової активності й свободі праці. Основні проблеми ринку праці у нашій державі пов’язані зі зростанням тривалості періоду безробіття, збільшенням кількості громадян, які шукають роботу, а також існуванням труднощів щодо працевлаштування соціально незахищених верств населення, які не здатні на рівних конкурувати на ринку праці, а тому потребують захисту з боку держави [1].

Слід сказати, що нині всі країни, які ми називаємо економічно розвиненими, і їх міжнародні організації приділяють першочергову увагу проблемам зайнятості як таким, без вирішення яких не можна забезпечити соціально-економічну стабільність. У цих країнах регулярно розробляються, фінансуються і виконуються програми зайнятості, що враховують специфіку конкретної соціально-економічної ситуації. У загальному випадку програми зайнятості можна поділити на групи активних підпрограм (сприяння зайнятості) і пасивних підпрограм (підтримання доходів). До першої групи належать: програми із субсидування найму на постійну роботу в приватному секторі. За цими програмами субсидії виділяються або на стимулювання зайнятості окремих груп працівників (наприклад, молоді), або на збереження робочих місць для працівників, що підлягають звільненню; програми підтримки підприємств, що створюються самими безробітними (програми самозайнятості). Така підтримка може надаватися на основі допомоги по безробіттю (одноразова виплата суми, що дорівнює одно- або дворічній сумі допомоги) або на основі соціальної допомоги. Крім цього, такі програми включають багато інших послуг, що надаються безкоштовно безробітним, які розпочинають свою справу; програми безпосереднього створення нових робочих місць у державному або комерційному секторі. Найчастіше такі програми надають тимчасову роботу як можливість для безробітного адаптуватися в соціально-трудовій сфері, отримати нові навички, збагатити свій людський капітал і мати більше шансів знайти постійну роботу.

До групи пасивних підпрограм належать програми надання всіх видів допомоги у зв'язку з втратою роботи (допомога по безробіттю, вихідні

виплати, допомога працівникам збанкрутілих підприємств, спеціальна підтримка різних груп працівників тощо) та програми дострокового виходу на пенсію (або передпенсію, оскільки людина може повернутися на роботу або з досягненням пенсійного віку перейти на пенсію) [9].

У цілому у світовому досвіді господарювання по відношенню до зайнятості виділяють 5 домінуючих моделей: американська, німецька, англійська, шведська та японська.

Основні концептуальні відмінності зазначених моделей і української зосереджуються у застосуванні різних підходів щодо розподілу коштів на активні й пасивні заходи політики зайнятості, а також у відмінності законодавчого забезпечення гарантій з працевлаштування.

Розглядаючи американську модель, бачимо, що регулювання зайнятості представлено системою трьох складових державні підприємства, пов'язані з наймом робочої сили; фінансово-кредитна політика, з допомогою якої відбувається регулювання попиту на робочу силу, і безпосереднє регулювання зайнятості з допомогою штатної системи законодавства. Регулюючими важелями є: здійснення широкомасштабних заходів зі створення нових додаткових робочих місць; заходів з перерозподілу трудових навантажень; заходів зі збереження робочих місць, зокрема, націоналізація підприємств з цією метою.

Щодо Німеччини, то держава так само вживає заходів зі збереження робочих місць, надаючи пільги підприємствам, які утримуються від масових звільнень працівників.

Для англійської моделі зайнятості характерна державна активність у її стимулюванні. Законодавча система в Англії надає можливість місцевим владним органам самостійно заохочувати підприємницьку ініціативу. Акцентується увага і на систему професійної підготовки, перенавчання і працевлаштування, вдосконалення системи соціального забезпечення.

Основою сучасної політики зайнятості у Швеції є не сприяння працевлаштуванню і виплата допомоги з безробіття, а попередження виникнення безробіття. Шведська модель орієнтована на підприємство і має свою специфіку, суть якої – орієнтація на групи зі слабкою позицією на ринку праці.

Японська модель регулювання зайнятості передбачає особливу політику використання робочої сили – систему довічного найму. Керівництво кожної японської фірми найвищою мірою вимогливо і прискіпливо ставиться до відбору, прийому, навчання, виховання кадрів фахівців і керівників.

Що ж до установ з працевлаштування, то в Америці активно діють не тільки державна служба зайнятості, а й численні приватні спеціалізовані бюро найму, які мають у своєму розпорядженні всі необхідні дані про працівників різного роду професій, що сприяє більшій інформатизації процесу регулювання зайнятості.

У Німеччині функції працевлаштування у службі зайнятості здійснюються відповідно до класифікації професій з урахуванням особливостей місцевих ринків робочої сили.

Варто зазначити, що серед розвинених країн служба зайнятості Швеції – Національна рада з питань ринку праці – відрізняється високою контактністю та взаємодією з ринком робочої сили [10].

Досвід окремих країн та загальносвітові тенденції визначили цілу низку заходів, до яких удається держава, регулюючи ринок праці, а саме:

– створення фірм з «оренди» робочої сили, які надають працівникам пакет соціальних послуг і постійну зайнятість у фірмі на умовах тимчасової зайнятості на різних підприємствах за направленням фірми (досвід Німеччини);

– визнання країнами дипломів про вищу освіту інших держав(досвід Європейського Союзу);

– заходи щодо отримання молоддю першого робочого місця, стажування тощо, зокрема шляхом повного або часткового його субсидіювання державою на певний термін (досвід Європейського Союзу);

– фінансування місцевою владою кооперативів, які цілком віддають у розпорядження безробітних, які володіють необхідними професійними навичками (досвід Великобританії);

– надання безробітним можливості протягом року щомісячно пра цювати по 78 годин із збереженням допомоги через безробіття (досвід Франції);

– виплата допомоги через безробіття працівникам із низькою заробітною платою з метою збереження робочого місця (досвід Німеччини);

– звільнення підприємця від сплати внесків на соціальне страхування на один рік, якщо він організовує курси перепідготовки безробітних на своєму підприємстві (досвід Німеччини);

– сприяння розвитку сільських ремісництв, рибного господарства (досвід Фінляндії);

– фінансування з регіональних бюджетів малого туристичного та відпочинкового бізнесу – так званого «зеленого» туризму (досвід Фінляндії);

– стимулювання самозайнятості у формі одноразових, періодичних виплат або в комбінованій формі (досвід Європейського Союзу);

– фінансові пільги підприємствам, створеним безробітними: звільнення від виплати соціальних податків терміном на 6 місяців (досвід Франції); зниження податків на 30 % (досвід Німеччини);

– фінансування з регіональних бюджетів інвестицій в інфраструктурні об'єкти, що використовують у системі громадських робіт (досвід Польщі);

– стимулювання внутрішньофірмової мобільності із доплатою працівникам за освоєння додаткових спеціальностей (досвід Японії);

– стимулювання міжфірмових угод про спільне використання робочої сили, що балансує зайнятість у випадку мінливої кон'юнктури товарного ринку (досвід Японії);

– виплата субсидій підприємствами для стимулювання створення нових робочих місць і проведення курсів підготовки та перепідготовки працівників (досвід Японії);

– стимулювання вторинної зайнятості (досвід Європейського Союзу);

– стимулювання професійної та територіальної мобільності працівників (досвід Європейського Союзу та Росії) [12].

Отож, аналіз функціонування американської, німецької, шведської, англійської і японської моделей функціонування систем регулювання зайнятості населення дозволяє зробити висновок, що на шляху України до становлення соціально орієнтованої економіки стоїть досить багато завдань.

Україні належало б створити єдину інформативну базу даних про ринок праці; сформувати систему заохочення підприємницької активності, що стосується безпосередньо заохочення малого і середнього бізнесу. Доцільно було б розробити функціональну систему приватних агенцій з працевлаштування. Якби політика держави була направлена на збереження робочих місць, на виплату податкових пільг та дотацій підприємцям за їх збереження, а не на пасивні виплати допомоги по безробіттю, рух уперед до економіки розвинутих країн був би швидшим [10].

На саміті ЄС 2010 року були обговорені питання загальноєвропейського безробіття [11]. Виокремлено десять напрямів подолання проблеми:

1) намагатися забезпечити кожного робочим місцем, в поєднанні з перепідготовкою та за підтримки державного фінансування (у тому числі з Європейського соціального фонду);

2) заохочувати підприємництво та створювати робочих місць, наприклад, шляхом зниження пов'язаних із заробітною платою витрат на робочу силу і надання гарантій;

3) покращувати ефективності національних служб зайнятості шляхом надання інтенсивного консультування, навчання та пошуку роботи в перші тижні безробіття, особливо для молодих безробітних;

4) підвищувати якість навчання і стажування;

5) сприяти більшій відкритості ринків праці шляхом забезпечення стимулів до праці, ефективної активної політики на ринку праці та модернізації системи соціального захисту, що також призведе до більш повної інтеграції знедолених груп, включаючи інвалідів, низькокваліфікованих і мігрантів;

6) покращувати навички на всіх рівнях у навчанні, зокрема, надавати всім випускникам шкіл необхідні знання, щоб знайти роботу;

7) використовувати мобільність робочої сили у відповідності з попитом та пропозицією робочої сили;

8) визначати можливості для працевлаштування та покращувати навички прогнозування;

9) надавати безробітним і молодим людям змогу відкрити власний бізнес, наприклад, шляхом впровадження бізнес-навчання та підтримки стартового капіталу, або шляхом зниження чи усунення оподаткування;

10) передбачати та управляти реструктуризацією на основі взаємного навчання та обміну позитивним досвідом.

Розглянемо рівень зайнятості у провідних країн світу та Європейського союзу.

У 2015 році рівень безробіття в США знизився з 5,1% до 5%, досягнувши мінімального з 2008 року рівня, свідчать дані Міністерства праці США. Показник збігся з очікуваннями аналітиків. При цьому кількість робочих місць у країні збільшилася на 271 тисячу в жовтні, це найбільший приріст в поточному році. Опитані Bloomberg аналітики чекали зростання на 185 тисяч. Зростання зайнятості у вересні було переглянуте зі 142 до 137 тисяч. Показник серпня переглянуте зі 136 до 153 тисяч. У виробничому секторі США кількість робочих місць у жовтні не змінилася тоді, як експерти прогнозували зниження на 5 тисяч.

У будівництві показник зріс на 31 тисячу. Підприємства роздрібної торгівлі прийняли на роботу 44 тисячі людей.

Кількість держслужбовців збільшилася на 3 тисячі людей, зайнятість у галузі освіти та охорони здоров'я підвищилася на 57 тисяч людей [4].

У 2016 році рівень зайнятості серед населення ЄС віком від 20 до 64 років сягнув піку та становить 71.1%. Це на відсоток більше, ніж було у 2015 році (70,1%) та трохи більше попереднього рекорду, встановленого 2008-го (70,3%). Про це свідчать дані Eurostat.

Згідно зі стратегією Європейського Союзу, загальний рівень зайнятості населення цієї вікової категорії має сягнути 75% до 2020 року.

Згідно з даними Євростату, станом на 2016 рік вісім країн вже перевищили ці показники. Зокрема, Швеція (81,2%), Німеччина (78,7), Велика Британія (77,6%), Данія (77,4%), Нідерланди (77,1%), Чехія (76,7%), Естонія (76,6%) і Литва (75,2 %).

Найнижчий рівень зайнятості зафіксовано у Греції (56,2%), Хорватії (61,4%), Італії (61,6%) та Іспанії (63,9%).

Тенденція до зростання працевлаштування населення спостерігається як серед чоловіків, так і серед жінок. Серед чоловічого населення цифра сягла 76.9% у порівнянні з 75.9% минулого року. Щодо рівня зайнятості жінок, кількість працевлаштованих поступово зростає з 2010 року та досягла 65.3% у 2016.

Аналогічно зростає і рівень зайнятості серед старшого населення, віком від 55 до 64 років (від 38.4% у 2002 році до 55.3% у 2016 році).

Варто зазначити, більш активне працевлаштування літнього населення є одним із завдань стратегії ЄС щодо підвищення рівня зайнятості до 2020 року [5] (рис. 1).

На противагу закордону рівень зайнятості населення в Україні є набагато нижчим. Це спричинено низкою факторів, що впливають на ріст безробіття в нашій державі.

Неможливо оминути складну військово-політичну ситуацію на території нашої держави. Антитерористична операція, яка проходить на сході України, призводить до різкого скорочення кількості підприємств, на яких працювала частка економічно активного населення, що, починаючи з 2014 року, стали безробітними.

Також анексія Криму та м. Севастополя призвела до втрати багатьма людьми робочих місць, при переїзді з окупованого півострова. Економічна криза в 2013-2016 роках, відсутність ефективного соціального діалогу та цілеспрямованої державної політики зайнятості призвели до загострення негативних явищ в соціально-економічній сфері. За цей період український ринок праці втратив значну кількість працюючих – понад 2 млн осіб. Локальні підприємства та регіональні офіси компаній на території бойових дій зазнали серйозної руйнації або знищення, що призвело до скорочення персоналу або навіть закриття підприємств. Однак, зниження чисельності зайнятих відбулось не лише в зоні бойових дій, а й по всій території країни.

Рівень безробіття, за методологією МОП, становить 9,1%, а серед осіб працездатного віку – 9,5% економічно активного населення. Серед молоді у віці до 25 років рівень безробіття залишається більш, як удвічі вищим, ніж в середньому по країні – 22,4% економічно активного населення. Слід зазначити, що протягом 2014-2015 років у бюджетній сфері тричі відбувалося масове вивільнення працівників на 20 10 %. Пропонуємо до розгляду таблицю 1.

Протилежністю зайнятості є безробіття. Проблема безробіття є ключовим питанням у ринковій економіці, і, не вирішивши його, неможливо налагодити ефективну діяльність економіки [6].

На сучасному етапі основними причинами безробіття в Україні є: вивільнення внаслідок реорганізації чи ліквідації виробництва, скорочення штатів, звільнення за власним бажанням, неможливість знайти роботу після закінчення школи або вищого навчального закладу, звільнення через закінчення терміну контракту.

Стан ринку праці та тенденція до зростання числа безробітних свідчать про потребу прийняття термінових заходів, необхідних для вирішення проблеми зайнятості та створення робочих місць.

Як свідчать дані Державної служби статистики України, ситуація на ринку залишається напруженою та супроводжується скороченням попиту на робочу силу. Обсяги та рівень зайнятості населення є вкрай низькими. Чисельність зайнятого населення у І півріччі 2015 р. становила 16,4 млн осіб. Рівень зайнятості становив 56,5%, зокрема, у міських поселеннях – 57,3%, у сільській місцевості – 54,9%. Рівень зайнятості серед чоловіків був вище, ніж серед жінок відповідно 61,9% та 51,7%. Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Київ (62,0%) та Дніпропетровській (61,7%) області, а найнижчий – у Донецькій (50,7%) та Тернопільській (51,4%) областях.

Значною залишається питома вага зайнятих у неформальному секторі економіки. Кількість зайнятих у неформальному секторі економіки становила 4,3 млн, або 26,4% від загальної кількості зайнятого населення. Серед видів економічної діяльності най-

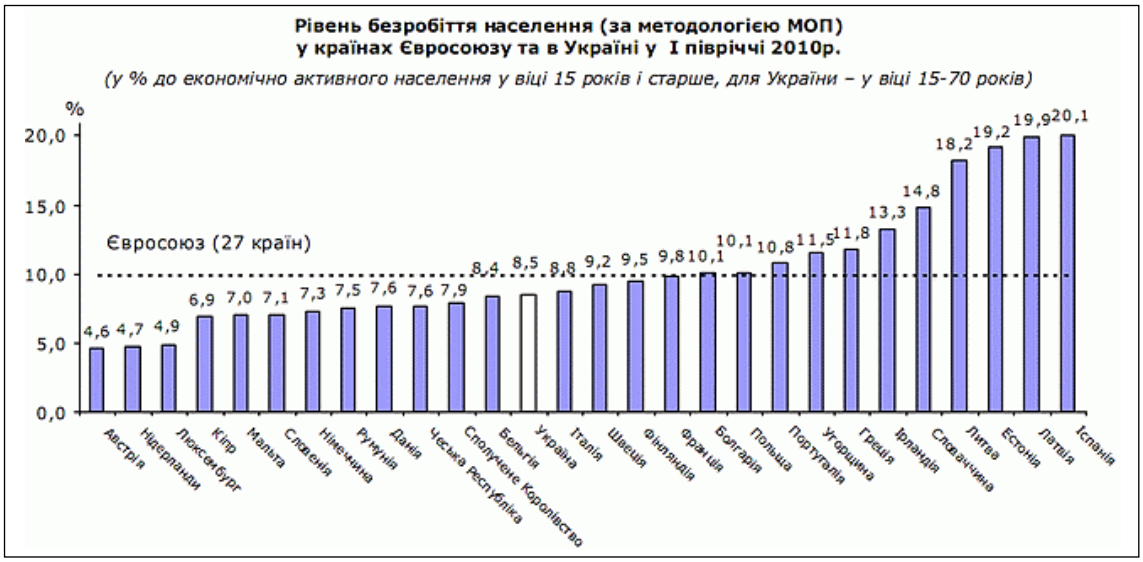


Рис. 1. Рівень безробіття населення (за методологією МОП) у країнах Євросоюзу та Україні у І півріччі 2010 р.

Таблиця 1

Економічна активність населення у віці 15-70 років

Показники	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Економічно активне населення. (тис. осіб)	20893,0	20851,2	20824,6	19920, 9	18097,9	17955,1
Рівень економічної активності населення. (%)	64,2	64,3	54,9	52,4	152,4	62,2
Населення зайняте економічною діяльністю. (тис. осіб)	19231,1	19261,4	19314,2	18073,3	16443,2	16276,9
Рівень зайнятості населення. (%)	29,1	59,6	50,2	56,6	56,7	56,3
Безробітне населення (за методолог. МОП). (тис. осіб)	1661,9	1589,8	1510,4	1847,6	1654,7	1678,2
Рівень безробіття населення (за методологією МОП). (%)	8,0	7,6	7,3	9,3	9,1	9,3
Економічно неактивне населення. (тис. осіб)	11657,4	11456,9	11270,1	12023,0	10925,5	10934,1

Джерело: за даними вибіркових обстежень населення з питань економічної активності.

За даними Державної служби статистики України (без врахування тимчасово анексованої території АР Криму та м. Севастополь) [2]

більш поширеною неформальна зайнятість була у сільському, лісовому та рибному господарствах, в оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів, а також у будівництві [7].

Основна проблема ринку праці України – скорочення попиту на працю – частіше призводить до прихованого безробіття в офіційному секторі ринку праці, зайнятості в неформальному та нетоварному секторах, посилення зовнішньої трудової міграції, ніж до відкритого безробіття, зареєстрованого закладами з питань працевлаштування. Обстеження робочої сили, що періодично проводяться в Україні починаючи з 1995 р., виявляють набагато вищий рівень безробіття порівняно з даними державної служби зайнятості.

В Україні найбільш загострилися проблеми безробіття в регіонах двох типів: по-перше, західні області з високим природним приростом населення. Тут на ринок праці постійно виходить велика кількість молоді, а кількість робочих місць не лише не збільшується, а і скорочується. У результаті тут найвища частка трудової (в тому числі зовнішньої) міграції населення. Слід зазначити, що ці проблеми в західних регіонах існували і в минулому, але нині вони все більше загострюються. По-друге, особливі проблеми зайнятості переживають так звані депресивні регіони, тобто ті, в яких переважають найбільш кризові галузі (військово-промисловий комплекс тощо) [8].

На зміну рівня зайнятості в Україні впливає:

1) необхідність змін у структурі економіки, яка на даний момент функціонує неефективною;

2) мала кількість інвестицій, яка сповільнює створення нових робочих місць;

3) неефективне функціонування служб зайнятості, відсутність їх досвіду та дисципліни і відповідальності виконавчої влади.

Існує низка чинників, яка допоможе підвищити рівень зайнятості на території України.

1) велика кількість споживчого попиту, що дає можливість створення нових робочих місць у багатьох сферах;

2) зняття адміністративних заборон, що виведе певну діяльність з тіні, збільшивши цим кількість робочих місць;

3) слабке становище профспілкового руху та невеликий розмір заробітної платні;

Розглянувши основні чинники, що впливають на стан зайнятості в Україні, хочемо запропонувати низку певних дій, котрих слід дотримуватися у боротьбі з безробіттям:

а) перебудова економіки на засадах реформування її структури, створенню умов для направлення вивільнюваних працівників у першу чергу на рентабельні виробництва і в пріоритетні галузі народного господарства, які підкріплені платоспроможним попитом;

б) подолання росту рівня безробіття та зменшення можливості його росту шляхом підвищення економічної зацікавленості підприємств і організацій у створенні додаткових робочих місць, переважно з гнучкими формами зайнятості за допомогою зменшення податкового тиску на ці підприємства, та додаткового субсидіювання;

в) поліпшення системи професійної орієнтації, підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації населення, ефективне використання трудових ресурсів в залежності від попиту на них;

г) захист безробітних та їх сімей від негативних наслідків безробіття соціальний захист уразливих верст населення та надання соціальних гарантій та допомог;

д) залучення трудових ресурсів населення, яке проживає в сільській місцевості;

є) сприяння суспільно корисній зайнятості засуджених безпосередньо на підприємствах установ виконання покарань шляхом здійснення заходів інвестиційної політики з підготовки або перепідготовки цих кадрів [6].

Значна увага при регулюванні зайнятості в Україні повинна бути спрямована на:

– реформацію законів України про працю, згідно з міжнародними стандартами та нормами;

– забезпечення захищеності для внутрішнього ринку праці;

– приведення до дії міжнародних та державних програм зайнятості;

– забезпечення стабільності для підприємств, які є стратегічно важливими для держави;

– забезпечення додаткових робочих місць за допомогою зниження податків для підприємств (або надання субвенцій, які забезпечать компенсування витрат на прийом нових працівників);

– створення сприятливого середовища для розвитку малого бізнесу та здійснення підприємницької діяльності безробітних;

– додаткове залучення кадрів на виробництво за рахунок надання державою пільгових кредитів для виплати [1].

Висновок. Проаналізувавши зарубіжний досвід, слід зазначити, що перехід України до ринкових моделей зайнятості мав би означати цілковиту перебудову – нові методи та принципи управління трудовим потенціалом. У майбутньому політика зайнятості в Україні повинна бути спрямована: на формування необхідних організаційних і соціальних умов для забезпечення гарантій зайнятості;

– на здійснення заходів, спрямованих на попередження безробіття;

– на державну підтримку малого і середнього бізнесу;

– на підвищення ролі держави у вирішенні проблем створення та захисту робочих місць, а також на залучення до вирішення цього питання комерційних структур.

Адже досвід зарубіжних країн показує, що ще жодній країні не вдалося цілком вирішити усі наявні проблеми сфери ринку праці лише одним методом. Таким чином, аналіз та застосування світового досвіду управління ринком праці дозволяє більш комплексно і водночас більш диференційовано підійти до вирішення проблем соціально-трудової сфери в Україні. Звичайно, цей досвід має бути адаптованим до конкретних соціально-економічних ситуацій та специфіки окремих галузей та регіонів України, але пов'язане з ним розширення та удосконалення інструментарію управління ринком праці сприятиме попередженню негативних тенденцій у соціально-трудовій сфері та її прогресивному розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Проблеми безробіття та зайнятості в Україні й надалі будуть досить актуальними, які слід досліджувати та вирішувати, спираючись на зарубіжний досвід його принципи, поради та рекомендації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мельничук Л. С. Основні проблеми зайнятості населення України // Наукові праці. Економіка. – 2012. – №177.

2. Статистика з зайнятості і безробіття в Україні 2015-2016 : Стаття // Z-Україна. – 2016.

3. Офіційний сайт державної служби зайнятості. – [Електр. ресурс]. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list

4. Офіційний сайт державної служби статистики України. – [Електр. ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

5. Інтернет ресурс: http://ua.korrespondent.net/world/3586856-bezrobittia-v-ssha-dosiahlo-minimumuza-sim-rokiv

6. Рівень зайнятості у ЄС досяг рекордного показника у 2016 році : Стаття // Євростат. – 2017.

7. Машика Ю.В. Фактори впливу і проблеми зайнятості та безробіття в умовах фінансово-економічної кризи / Ю. В. Машика, О. В. Ровняк. – Ужгород: ДВНЗ «Закарпатський Державний Університет», 2012.

8. Погоріла І. І. Сучасний стан та проблеми безробіття в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – С. 118-120.

9. Проблеми зайнятості в Україні. – [Електр. ресурс] // Студопедія. – 2015. – Режим доступу: http://studopedia.com.ua/1_243379_problemi-zaynyatosti-v-ukraini.html

10. Міжнародний досвід регулювання зайнятості // Бібліотека економіста. – 2000.

11. Котляр А. Б. Зарубіжний досвід регулювання зайнятості населення та можливості його використання в Україні // Економічні науки.

12. Ковальчук Г. К. Світовий досвід управління ринком праці та його застосування в Ураїні // Вісник Дніпропетровського університету. – 2009. – № 1-05/3.

REFERENCES:

1. Melnychuk L. S. Osnovni problemy zainiatosti naselennia Ukrainy // Naukovi pratsi. Ekonomika. – 2012. – #177.

2. Statystyka z zainiatosti i bezrobittia v Ukraini 2015-2016 : Stattia // Z-Ukraina. – 2016.

3. Ofitsiinyi sait derzhavnoi sluzhby zainiatosti. – [Elektr. resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/statdatacatalog/list

4. Ofitsiinyi sait derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – [Elektr. resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/

5. Internet resurs: http://ua.korrespondent.net/world/3586856-bezrobittia-v-ssha-dosiahlo-minimumuza-sim-rokiv

6. Riven zainiatosti u YeS dosiah rekordnoho pokaznyka u 2016 rotsi : Stattia // Yevrostat. – 2017.

7. Mashyka Yu.V. Faktory vplyvu i problemy zainiatosti ta bezrobittia v umovakh finansovo-ekonomichnoi kryzy / Yu. V. Mashyka, O. V. Rovniak. – Uzhhorod: DVNZ «Zakarpatskyi Derzhavnyi Universytet», 2012.

8. Pohorila I. I. Suchasnyi stan ta problemy bezrobittia v Ukraini // Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. – S. 118-120.

9. Problemy zainiatosti v Ukraini. – [Elektr. resurs] // Studopediia. – 2015. – Rezhym dostupu: http://studopedia.com.ua/1_243379_problemi-zaynyatosti-v-ukraini.html

10. Mizhnarodnyi dosvid rehuliuvannia zainiatosti // Biblioteka ekonomista. – 2000.

11. Kotliar A. B. Zarubizhnyi dosvid rehuliuvannia zainiatosti naselennia ta mozhlyvosti yoho vykorystannia v Ukraini // Ekonomichni nauky

12. Kovalchuk H. K. Svitovyi dosvid upravlinnia rynkom pratsi ta yoho zastosuvannia v Uraini // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. – 2009. – # 1-05/3.

Shostak L. V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics, Security and Innovative Activity of Enterprise
Lesya Ukrainka Eastern European National University
Podolets A.Yu.
Student,
Lesya Ukrainka Eastern European National University

EMPLOYMENT PROBLEMS IN UKRAINE DURING CRISIS

The low employment rate, unemployment – these are categories that exist even in the most developed countries. The difficult economic and political situation in Ukraine encourages consideration of employment issues and the formulation of highly developed labour market.

The main factors of low employment rates in Ukraine are:

– Economic and political crisis years 2014-2016, resulted in the number of unemployed increased by 2 million. People (ATO, annexation of Crimea).

– The existence of difficulties for employment of socially vulnerable people who are unable to compete in the labour market.

– Insufficient development of the labour market leading to an imbalance between supply and demand of labour.

– The proportion of those employed in the informal sector, 4.3 mln. people.

– Scarcity of investment to create new jobs.

– The lack of experience of employment, discipline and responsibility of the executive.

– Low wages and weak trade unions cannot achieve total wage increase and the consequent restriction of demand for labour.

According to the State Statistics Service of Ukraine, the market situation remains tense and accompanied by a reduction in demand for labour.

Having considered examples of highly developed countries, we can see that the employment rate in the US is 95%, in Sweden -81.2%, Germany – 78.7%, Great Britain – 77.6% of Denmark – 77.4%.

Taking into account international experience in fighting unemployment and strategies developed countries of the world, Ukraine should implement employment policy as follows:

– Prevent the development of unemployment by increasing the economic interest of entrepreneurs to create jobs.

– Improve the quality of education by providing highly qualified labour market.

– Provide the unemployed and young people to open their own businesses, by reducing pressure on entrepreneurs.

– Measures aimed at increasing employment of persons living in rural areas.

– Measures to getting young people first job, training, etc., in particular by its full or partial state subsidy for a certain period (experience of the European Union).

After analysing the international experience and adapting it to the socio-economic situation in our country, it should be noted that certain recommendations to increase employment is quite possible to introduce in Ukraine. In turn, this will allow more to solve problems of social and labour sphere in Ukraine and its progressive development.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

УДК 130.101.1

Продіус Ю.І.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності
Васина В.В.
студентка
Одеський національний політехнічний університет
Ізотов С.О.
к.е.н., доцент
Одеський державний екологічний університет

Будь-яке підприємство в нинішніх умовах жорсткої конкуренції повинно вміти аналізувати власний рівень конкурентоспроможності. Якщо підприємство має інформацію про стан конкурентних позицій, воно може аналізувати свої переваги та недоліки, розробляти тактику та стратегію свого подальшого функціонування на ринку. У даній статті були розглянуті поняття конкурентоспроможності та конкурентоспроможності промислового підприємства. Була проведена оцінка конкурентоспроможності підприємства за допомогою методу матриці БКГ. Також були проаналізовані слабкі та сильні сторони підприємства за допомогою SWOT- аналізу та встановлені рекомендації щодо покращення його стану на міжнародному ринку.

Ключові слова: *конкурентоспроможність, промислове підприємство, методи оцінки конкурентоспроможності, аналіз, стратегія, слабкі сторони, загрози, зовнішнє оточення.*

Любое предприятие в нынешних условиях жесткой конкуренции должно уметь анализировать собственный уровень конкурентоспособности. Если предприятие располагает информацией о состоянии конкурентных позиций, оно может анализировать свои преимущества и недостатки, разрабатывать тактику и стратегию своего дальнейшего функционирования на рынке. В данной статье были рассмотрены понятие конкурентоспособности и конкурентоспособности промышленного предприятия. Была проведена оценка конкурентоспособности предприятия с помощью метода матрицы БКГ. Также были проанализированы сильные и слабые стороны предприятия с помощью SWOT-анализа и установленные рекомендации по улучшению его состояния на международном рынке.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, промышленное предприятие, методы оценки конкурентоспособности, анализ, стратегия, слабые стороны, угрозы, внешнее окружение.*

Any enterprise in the current conditions of fierce competition must be able to analyze its own level of competitiveness. If the enterprise has information on the status of competitive positions, it can analyze its advantages and disadvantages, develop tactics and strategy for its future functioning in the market. In this article, the concept of competitiveness and competitiveness of an industrial enterprise was considered. An enterprise competitiveness was assessed using the BCG matrix method. Also, the strengths and weaknesses of the enterprise were analyzed with the help of SWOT analysis and established recommendations for improving its condition in the international market.

Key words: *competitiveness, industrial enterprise, methods for assessing competitiveness, analysis, strategy, weaknesses, threats, external environment.*

Постановка проблеми. Кожне підприємство, яке функціонує та розвивається на ринку для виробництва товарів та надання послуг, прагне досягнути основної мети – максимізації прибутку. Одним із факторів, що впливає на прибуток підприємства, є рівень конкурентоспроможності. Даний показник є одним із важливих індикаторів росту та розвитку будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки. Висока конкурентоспроможність підприємства показує задоволеність споживачів та рівень їх готовності придбати продукт компанії знову. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сьогодні виступає важливим елементом забезпечення ефективного ведення діяльності та передумовою здобуття стійких конкурентних переваг у довготерміновій перспективі. Слід зазначити, що оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства є важливою процедурою під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності та виходу на зарубіжні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливий внесок у розвиток проблем управління конкурентоспроможності підприємства, а також виявлення шляхів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства внесли відомі вчені: Г.Л. Азоєв, Л.В. Балабанова, І.З. Должанський, І.М. Ліфіц, О.Н. Тищенко, С.М. Кліменко, Р.А. Фатхутдінов, А.П. Градов, С.І. Савчук, Дж. Веллінгтон, М. Портер та багато інших, які зробили не менш важливі внески в дослідження проблеми конкурентоспроможності підприємства.

Постановка задачі. Метою дослідження оцінки конкурентоспроможності є отримання вірних даний та рекомендацій для підприємства, за допомогою яких воно зможе відкоригувати та підвищити свою конкурентоспроможність враховуючи положення підприємства на внутрішньому ринку.

Виходячи із встановленої мети можна виділити такі задачі: виявлення рівня конкурентоспроможності досліджуваного підприємства на сьогоднішньому його етапі функціонування; встановлення слабких місць підприємства за допомогою SWOT-аналізу; виявлення рекомендацій, щодо напрямів підвищення та покращення рівня конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність – це якість об'єкта (в нашому випадку підприємства) та якість його обслуговування, які характеризуються рівнем дійсного та можливого задоволення ним конкурентної потреби в порівнянні зі схожими за типом об'єктами, існуючими на даному ринку. На думку багатьох вчених, конкурентоспроможність – це структурний компонент організації та встановлення конкурентних відносин [1].

Конкурентоспроможність підприємства – це результат комплексного підходу до управління підприємством, який вміщає в себе всі навколишні та внутрішні фактори функціонування підприємства. Зобразимо це графічно на рис. 1.

Беручі до уваги вже існуючі визначення конкурентоспроможності виявимо головні аспекти, які характеризують цей термін:

– конкурентоспроможність підприємства – величина не постійна та залежить від екзогенних та ендогенних факторів;

– конкурентоспроможність підприємства має відображати можливість без кризового функціонування не тільки в даний момент, але і в довгий період часу;

– конкурентоспроможність підприємства – важкий комплексний показник, оцінку якого не можна звести до визначення одного показника;

– конкурентоспроможність підприємства – це системний комплекс даних (показників), які знаходяться в постійній динаміці.

Існує дуже багато методів з оцінки конкурентоспроможності. Для виявлення рівня конкурентоспроможності існують наступні узагальнюючі оцінки.

1. Метод суми місць – з кожного виділеного фактору конкурентоспроможності для аналізованого підприємства та його конкурентів проставляються місця, які займають конкуруючі підприємства.

2. Метод бальної оцінки – за кожним із факторів оцінки конкурентоспроможності підприємства виставляються бали для конкуруючих підприємств за вже завчасно обраною бальною шкалою.

3. Метод бальної оцінки з урахуванням коефіцієнтів вагомості факторів – кожному із факторів присвоюють відносну вагу значущості, оцінюють за бальною шкалою та перераховують бальну оцінку з урахуванням коефіцієнта вагомості факторів [2].

Для оцінки конкурентоспроможності підприємства (П) ми проведемо SWOT-аналіз та побудуємо матрицю БКГ, на основі яких і зробимо висновки про стан підприємства на ринку. Перший метод дослідження, за допомогою якого ми будемо проводити оцінку конкурентоспроможності підприємства, це метод матриці БКГ. У таблиці 1 зведені дані щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства за допомогою матриці БКГ.

Основну частину продукції досліджуване підприємство експортує, тому основі конкуренти будуть підприємства метизної продукції, а саме завод метизів «Айрон» та Камський завод метизів.

Матриця БКГ заснована на принципах життєвого циклу, який проходить підприємство і умовно розділяє його на чотири стадії: вихід на ринок, зріст, зрілість та спад. Для оцінки конкурентоспроможності підприємства в матриці БКГ прийнято використовувати два критерії: темп відносного зросту ринку та відносна доля ринку [4].

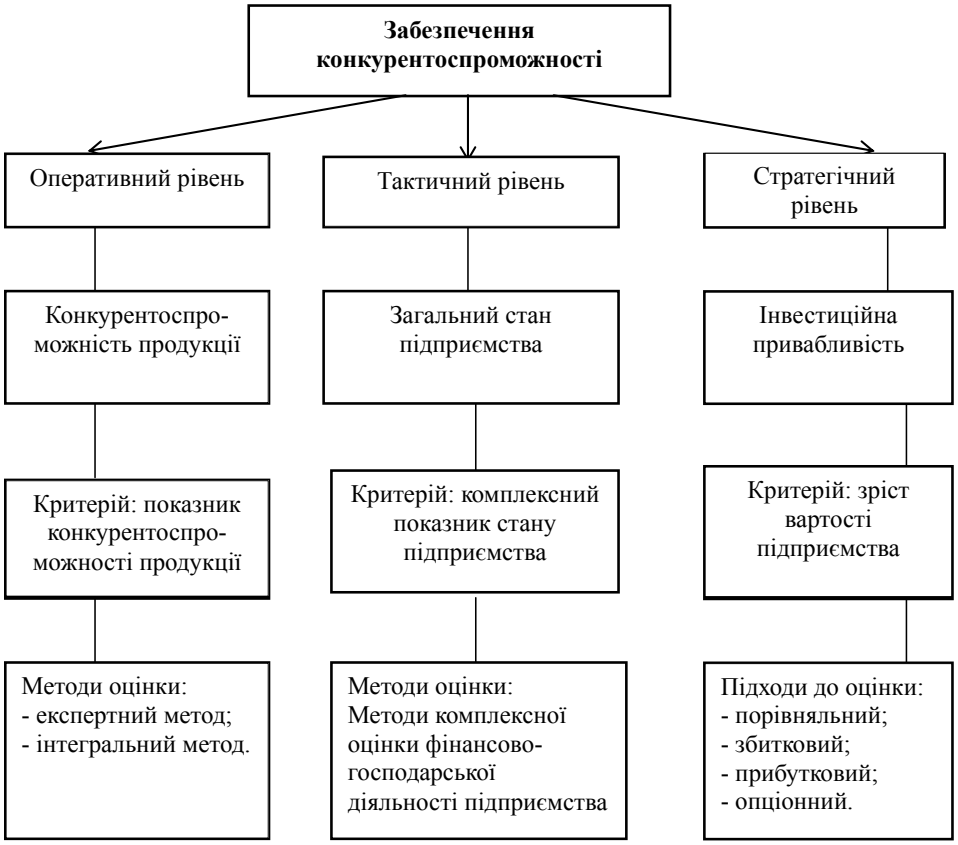


Рис. 1. Критерії конкурентоспроможності підприємства

Проаналізувавши дані таблиці, проведемо оцінку конкурентоспроможності підприємства за допомогою матриці БКГ на рис. 2.

Аналізуючи проведений метод, можна сказати, що досліджуване нами підприємство лідирує практично за всіма факторами. Тільки за якістю роботи воно відстає на 0,1 від ВАТ «Камський завод метизів».

Для того, щоб побудувати матрицю БКГ, визначаємо показники, що характеризують темпи зростання ринків у відповідних галузях і частки окремої продукції компанії (табл. 2).

Метод матриці БКГ – метод, за допомогою якого можна провести аналіз конкурентоспроможності товару, запропонованого підприємством, в порівнянні з конкурентами і розробити ефективні заходи щодо покращення стану конкурентоспроможності підприємства [4-7].

Суть даного методу полягає в порівняльній оцінці ключових властивостей товару компанії і товарів конкурентів і в подальшій візуалізації результатів порівняння у формі багатокутника.

За допомогою матриці БКГ визначаємо позиції продукції підприємства і розробляємо оптимальну стратегію розвитку компанії (рис. 3).

Дана модель дозволяє зрозуміти, що продукт 1 і 3 входять до категорії «Собаки» – це продукти від, яких треба позбавлятися, оскільки темп їх росту низький, низька частина ринку та рентабельність.

Продукти 2 і 5 входять до категорії «Дійні корови» – такі продукти потрібно дуже пильно контролювати, оскільки у них висока частка на ринку, але низький темп зростання обсягу продажів. Продукт 4 входить до категорії «Зірок» – це продукт, який дуже цінний, оскільки приносить більшу частку прибутку підприємству. Він характеризується високим зростанням обсягу продажів і високою часткою ринку. Підприємству необхідно зберігати та підтримувати становище цього товару на ринку.

Далі проведемо SWOT- аналіз досліджуваного підприємства. Він є дуже важливою частиною будь-якого дослідження, оскільки він допомагає виявити слабкі та сильні сторони підприємства, загрози та

Рис. 2. Оцінка конкурентоспроможності за допомогою багатокутника

Таблиця 1

Матриця оцінки конкурентоспроможності підприємства

Фактор конкуренто-спроможності	Усереднена експертна оцінка			Кзн	Інтегральна оцінка		
	П	Завод метизів «Айрон»	Камський завод метизів		П	Завод метизів «Айрон»	Камський завод метизів
Якість обслуговування	4,9	3,5	3,3	0,25	1,3	0,9	0,8
Підхід до замовника	5	4,3	4	0,25	1	0,8	0,9
Ціни послуг (середні)	5	4	4,9	0,2	1,3	1,1	1
Якість роботи	4,9	4,5	5	0,15	0,7	0,7	0,8
Терміни виконання	4,9	4,5	4	0,15	0,7	0,7	0,6
Сумарна оцінка				1	4,9	4,1	4,2
Коефіцієнт конкурентоспроможності					1	0,8	0,8

можливості. SWOT-аналіз є основним елементом при розробці задач та стратегій компанії.

У SWOT-аналізі інформація розділяється за чотирма групами: «сильні сторони», «слабкі сторони», «можливості» та «загрози». Події, зв'язані з внутрішніми факторами підприємства, відносять до сильних або слабких сторін підприємства. Ти самим невеликий розмір підприємства, на відміну від конкурентів, висока собівартість продукції і т.д. – це слабкі сторони підприємства. Загрози та можливості напряму залежать від зовнішніх факторів маркетингу. Для того, щоб приймати інформацію про них у своїх маркетингових рішеннях, їх необхідно вчасно виявити [5; 6].

Систематизація результатів проведених досліджень, встановлення ліній зв'язку між сильними та слабкими сторонами, зовнішніми загрозами та можливостями, які використовуються у формуванні його стратегії, все це можливо виявити за допомогою SWOT матриці. SWOT-аналіз досліджуваного підприємства наведений у табл. 3.

Дані SWOT-аналізу свідчать, що, попри суттєві слабкі сторони і загрози ззовні, досліджуване підприємство має досить можливостей задля подолання стану затяжної кризи, нормалізації виробничого процесу та покращення фінансової ситуації.

У висновку можна виділити фактори, які найбільше впливають на конкурентоспроможність підприємства. Об'єднаємо ці фактори у дві групи:

1) внутрішні фактори підприємства (фінансово-економічний стан підприємства, кадровий потенціал, інвестиційний потенціал, маркетинговий та ресурсний потенціал);

2) зовнішні фактори підприємства (географічне положення, правове регулювання економіки та країни, трудові ресурси країни, умови попиту в регіоні).

Найбільш розповсюджені заходи, які підприємство впроваджує частіше за все для підвищення конкурентоспроможності, це зниження витрат, аналіз конкурентів, вивчення попиту споживачів та покращення якості продукції, можлива закупівля нових ресурсів та обладнання.

Таким чином, сильні та слабкі сторони діяльності промислового підприємства, визначені у процесі оцінювання конкурентоспроможності, дають змогу виявити та мобілізувати приховані можливості для отримання вигідних позицій на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Після проведення аналізу за допомогою матриці БКГ та SWOT- аналізу можна зробити висновок, що для підвищення прибутковості досліджуваного підпри-

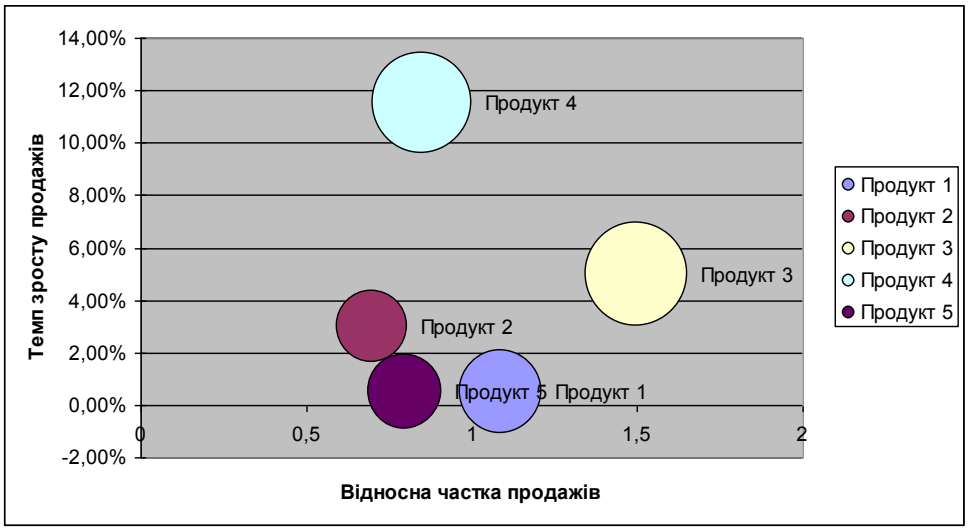


Рис. 3. Матриця «Частка ринку – ріст ринку»

Таблиця 2

Показники діяльності компанії

№	Об'єм продаж (тис. грн.)	Кількість конкурентів на ринку	Об'єм продаж конкурентами			Темп зросту (зниж.) ринку	Відносна частка ринку	Об'єм продаж в загальному об'ємі
1.	1200	8	870	1100	1000	0,5%	1,09	18,18%
2.	900	7	1120	1220	1200	3%	0,7	13,63%
3.	1800	11	900	1000	1150	5%	1,5	27,27%
4.	1700	9	2000	1000	900	11,5%	0,85	25,75%
5.	1000	6	1210	1120	1000	0,5%	0,8	15,15%
∑	6600							100%

Таблиця 3

SWOT-аналіз підприємства

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
Монопольне становище над ринком	Нестача основних засобів
Наладжена технологія виробництва	Висока залежність від кредиторів
Широка номенклатура продукції та на-дання послуг	Висока собівартість продукції
Кваліфікований виробничий персонал	Зношене виробниче устаткування
Сформовані канали збуту	Нестача висококваліфікованих менеджерів
Якісне обладнання	Відсутність інновацій
	Відсутність служби прийняття та обробки Замовлень
МОЖЛИВОСТІ	**ЗАГРОЗИ**
Всебічне реформування підприємств	Ліквідація внаслідок банкрутства
Можливість залучення додаткових кана-лів збуту	Поява нових конкурентів
Розширення ринку за допомогою надання додаткових послуг населенню	Зниження попиту
Зниження витрат	Активність вже існуючих конкурентів (додаткові послуги)
Додаткові послуги	
Нові технології	
Збільшення реклами в СМІ	

ємства як великого і спеціалізованого об'єкта пропонується ринкова стратегія інтенсивного росту. Стратегія інтенсивного проникнення на ринок означає збільшення обсягів збуту та ринкової частки за рахунок кращого задоволення потреб споживачів.

Також необхідно зазначити, що у запропонованих методик оцінки конкурентоспроможності є як свої мінуси, так і свої плюси, а також зовсім різні області вживання. На сьогоднішній день загальноприйнятої оцінки конкурентоспроможності не існує. Для більш точної і коректної оцінки потрібно прорахувати у комплексі всі можливі методи. Без кількісної оцінки вся робота з підвищення конкурентоспроможності виявиться суб'єктивною та некоректною.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

2. Веллінгтон Дж. Конкурентоспроможність транснаціональних корпорацій : Монографія. / Дж. Веллінгтон. – К. : Бліц– Інформ, 2009. – 455 с.

3. Довбуш Р.А. Управління конкурентоспроможністю підприємств: підручник / Р.А. Довбуш, А.Л. Зозуля – Х.: Основа, 2011. – 234 с.

4. Методи управління конкурентоспроможністю японських виробників: Монографія. Такамацу К.– К.: Бліц – Інформ, 2009. – 123 с.

5. Портер М Міжнародна конкуренція. Пер. з англ. / Ред. В. І. Щетиніна. М.: Міжн. відн., 2013.

6. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник: / І.З. Должанський, Т.О. Загорна.- Київ: ЦУЛ,2006.– 380с.

7. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / Навчальний посібник: / С.М. Клименко, О.С. Дуброва. – К: КНЕУ, 2008. – 520 с.

REFERENCES:

1. Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia: [monohrafiia / za zah. red. O. H. Yankovoho]. – Odesa: Atlant, 2013. – 470 s.

2. Vellinhton Dzh. Konkurentospromozhnist transnatsionalnykh korporatsii : Monohrafiia. / Dzh. Vellinhton. – K. : Blits– Inform, 2009. – 455 s.

3. Dovbush R.A. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv: pidruchnyk / R.A. Dovbush, A.L. Zozulia – Kh.: Osnova, 2011. – 234 s.

4. Metody upravlinnia konkurentospromozhnistiu yaponskykh vyrobnykiv: Monohrafiia. Takamatsu K.– K.: Blits – Inform, 2009. – 123 s.

5. Porter M. Mizhnarodna konkurentsiia. Per. z anhl. / Red. V. I. Shchetynina. M.: Mizhn. vidn., 2013.

6. Dolzhanskyi I.Z. Konkurentospromozhnist pidpryiemstva: navchalnyi posibnyk: / I.Z Dolzhanskyi, T.O. Zahorna. – Kyiv: TsUL, 2006.– 380s.

7. Klymenko S.M. Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstva / Navchalnyi posibnyk: / S.M. Klymenko, O.S. Dubrova. – K: KNEU, 2008. – 520 s.

Prodius Yu.I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management of Foreign
Economic and Innovative Activity
Odessa National Polytechnic University
Vasyna V.V.
Student
Odessa National Polytechnic University
Izotov S.O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Odessa State Environmental University

EVALUATION OF COMPETITIVENESS OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Every company that operates and develops the market for the production of goods and services, strives to achieve the main goal – to maximize profits. One of the factors affecting the profit, is the level of competitiveness. This figure is an important indicator of growth and development of any enterprise in a market economy. High competitiveness shows customer satisfaction levels and their willingness to purchase a product company again. Evaluation of the competitiveness of enterprises today is an important element in ensuring the effective conduct of business and a precondition for obtaining a sustainable competitive advantage in the long run. It should be noted that the evaluation of the competitiveness of industrial enterprises is an important procedure in the implementation of foreign trade and the foreign markets.

Any enterprise in the current conditions of fierce competition must be able to analyse its own level of competitiveness. If the enterprise has information on the status of competitive positions, it can analyse its advantages and disadvantages, develop tactics and strategy for its future functioning in the market. In this article, the concept of competitiveness and competitiveness of an industrial enterprise was considered.

РИНОК М'ЯСА ПТИЦІ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТАН В УКРАЇНІ

THE MARKET OF POULTRY: WORLD'S TRENDS AND CURRENT STATE IN UKRAINE

УДК 338.512:005.93

Родіна О.В.
старший викладач кафедри обліку та фінансів
Нікопольський економічний університет

Розглянуто сучасний стан і тенденції ринку м'яса птиці у світі та Україні. Проведено аналіз стану ринку м'яса птиці у світі. Розглянуто особливості функціонування ринку м'яса птиці в Україні. Виявлено проблеми функціонування ринку м'яса птиці та запропоновано можливі шляхи їх вирішення.
Ключові слова: *м'ясо, ринок м'яса птиці, птахівництво, виробництво, експорт, імпорт, споживання, ціна.*

Рассмотрены современное состояние и тенденции рынка мяса птицы в мире и Украине. Проанализировано состояние рынка мяса птицы в мире. Рассмотрены особенности функционирования рынка мяса птицы в Украине. Выявлены проблемы функционирования рынка мяса птицы и предложены возможные пути их решения.
Ключевые слова: *мясо, рынок мяса птицы, птицеводство, производство, экспорт, импорт, потребление, цена.*

The current state and trends in the poultry market in the world and in Ukraine are considered. The analysis of the state of poultry market in the world is conducted. The peculiarities of poultry market functioning in Ukraine are considered. The problem of poultry market functioning were discovered and the possible ways of their solving were offered.
Key words: *meat, poultry market, poultry, produce, export, import, consumption, price.*

Постановка проблеми. М'ясо – унікальний продукт, а птахівництво, без сумніву, сьогодні займає перше місце як доступний виробник необхідної складової раціону людини продукту – м'яса птиці. Виробники м'яса птиці, протягом уже багатьох років утримують свої позиції як конкурентоспроможна і рентабельна галузь, незважаючи на втрати виробничих потужностей АР Крим та Донецької і Луганської областей, девальвації гривні, інфляції, зменшення споживання м'яса птиці через підвищення цін та інших причин. Тому, сьогодні в умовах нестабільної економічної ситуації є об'єктивна необхідність дослідження стану ринку м'яса птиці для визначення шляхів подолання негативних тенденцій галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До проблем розвитку птахівництва зверталися у своїх працях такі вітчизняні вчені, як: Андрійчук В.Г., Месель-Веселяк В.Я., Саблук П.Т., Стефанів О.Б., Ярошенко Ф.О.; досліджували світовий ринок м'яса птиці Топіха В.І., Шпичак О.М та інші.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану світового та вітчизняного ринку м'яса птиці, а також визначення тенденцій подальшого розвитку українського ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. М'ясо є основним джерелом вітамінів групи В. У складі сирого м'яса є повний набір водорозчинних (В1, В2, В3, В6, В12, РР, С, фолієва кислота, біотин, пантотенова кислота) і жиророзчинних (А, Б, Е, К) вітамінів, які регулюють фізіологічні процеси в організмі [1, с. 10-23]. За хімічним складом м'ясо птиці відрізняється від м'яса забійних тварин підвищеним вмістом біологічно цінних білків і легкозасвоюваного жиру. М'ясо птиці містить 50-70% води, 16-22% білків, 16-45% жирів та мінеральні речовини і вітаміни. Такий розподіл сприяє доброму засвоюванню м'яса і жиру птахів організмом людини [2].

Світове виробництво м'яса за усіма видами зростає уже протягом декількох років у середньому на 2% з кожним роком, згідно даних OECD-FAO Agricultural Outlook 2016-2025 [3].

Найбільшими темпами зростало виробництво м'яса птиці – на 3,6% у рік, найповільніше зростала яловича – 1%, хоча у 2015 році загальна частка і свинини, і яловичини зменшилася. У світі найбільшими виробниками м'яса птиці є США, Китай, ЄС, Бразилія – вони забезпечують майже 60 % світового виробництва, частка ж України складає всього 1,1% (рисунок 1) [4].

Починаючи з 2010 року і по 2016 відбувається великий розрив між трійкою лідерами з іншими країнами п'ятірки, так протягом шести років бачимо, що незмінним лідером залишається США, невелика різниця спостерігається між Китаєм та Бразилією, які ділять відповідно друге і третє місце, але у 2016 році Бразилія випередила Китай у виробництві на 865 тис. тон. Така ситуація свідчить, що за рахунок новітніх технологій, утримання, відгодівлі, підготовки товарної продукції розвинені країни досягли високого рівня та постійно збільшують обсяги виробництва.

М'ясний імпорт представлений переважно свининою та м'ясом птиці, які у його структурі займають 43% та 47% відповідно. Імпортується м'ясна продукція в Україну переважно із Польщі та Німеччини. Частка імпорту у внутрішньому продовольчому споживанні у 2016 році склала 8% [5].

Збільшення обсягів української м'ясної продукції на світових ринках відбувається завдяки галузі птахівництва. Частка м'яса птиці у загальних обсягах експорту становить 79% (240 тис. тон, або на 49% більше, ніж роком раніше). Найвищим попитом українська птиця користується в Іраку, Єгипті та Нідерландах. У 2015 році Україна відкрила нові ринки для торгівлі м'ясом птиці з ОАЕ (5 підприємств), Республіка Молдова (3 під-

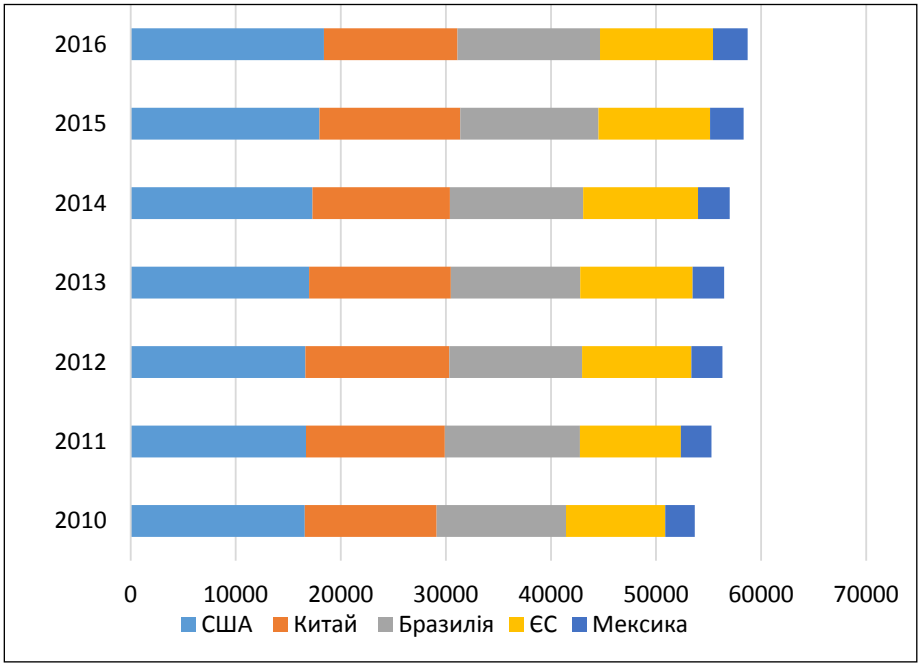


Рис. 1. Світове виробництво м'яса курей за 2010-2016 роки, тис. тон

Джерело: складено автором за даними FAO [4]

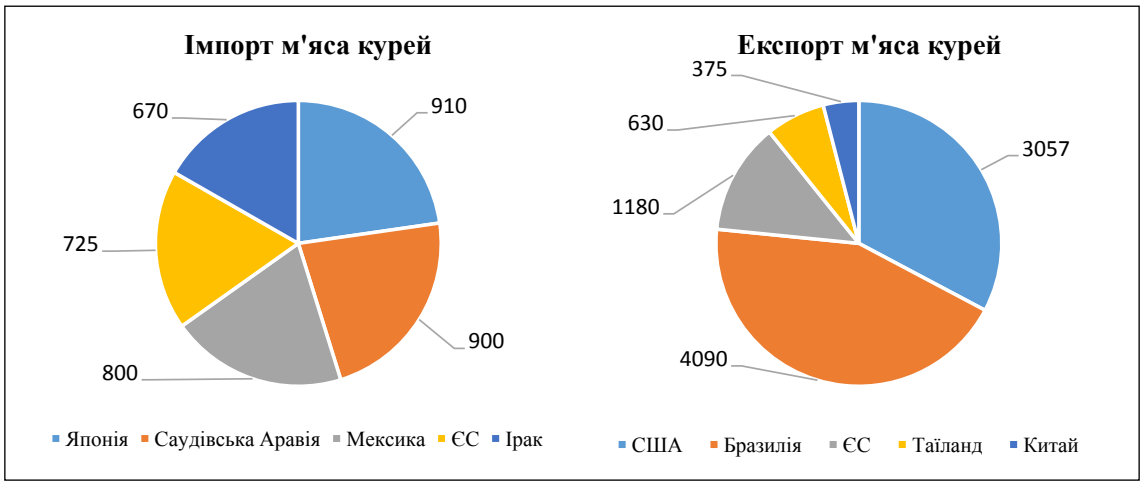


Рис. 2. Структура експорту та імпорту м'яса курей у світі у 2016 році, тис. тон

Джерело: складено автором за даними FAO [4]

приємства). Експорт м'яса птиці із України протягом останніх років припадає на країни Азії, ЄС, СНД, Африку (рисунок 2) [6].

Світовий імпорт за останні п'ять років зріс на 889 тис. тон, незмінними лідерами-імпортерами за ці роки залишаються Японія, Саудівська Аравія, Мексика, Ірак, Південна Африка, ОАЕ, Ангола, Гонконг. Причинами залежності від імпортного м'яса птиці є низький рівень споживання або недостатній економічний розвиток країни. Світовий експорт у 2016 році зріс на 1898 тис. тон, а лідерами залишаються найбільші країни-виробники – США, Бразилія та ЄС. Але лідери експорту поступово втрачають свої позиції, тому що зростає експорт із інших країн (Індія, Туреччина, Аргентина, Україна, Канада), які збільшують обсяги власного виробництва (рисунок 3).

Результатом збільшення виробництва м'яса курей у світі та Україні є збільшення об'ємів споживання та попиту на даний продукт.

Для України важливими є те, що у час негативних тенденцій для галузі тваринництва у цілому, вона не стала на шлях імпорту м'яса птиці і поступово нарощує виробництво для задоволення власних потреб та збільшення експорту. Хоча сьогодні Україна ще не може забезпечити достат-

ній рівень споживання по багатьом продуктам харчування, ні шляхом власного виробництва, ні за рахунок імпорту. Мінімальна потреба у м'ясі та м'ясопродуктах для працездатного українця за нормами споживчого кошика складає 53 кг на рік, а для нормального функціонування дорослого організму у раціоні українця має бути біля 70-80 кг на рік, у світі даний показник сягає у середньому 76 кг на рік. (таблиця 1).

Обсяг виробництва м'яса птиці у живій вазі у 2016 році в Україні становить 201,7 тис. голів, що на 1,1 % менше, ніж у попередньому році, виробництво м'яса птиці у забійній вазі склало 1300,0 тис. тон, що на 13,6 більше, ніж у попередньому році, кількість наявного населення становила 42,8 тис. осіб, що на 0,2% менше попереднього року. Такі коливання в обсягах виробництва свідчать про нестабільну ситуацію на ринку м'яса птиці. Головною причиною є збільшення ціни на куряче м'ясо, через збільшення собівартості його виробництва, бо у структурі собівартості курятини великий відсоток займає імпорт ресурсів (племінні ресурси, ветеринарні препарати, вітаміни, префікси, обладнання,

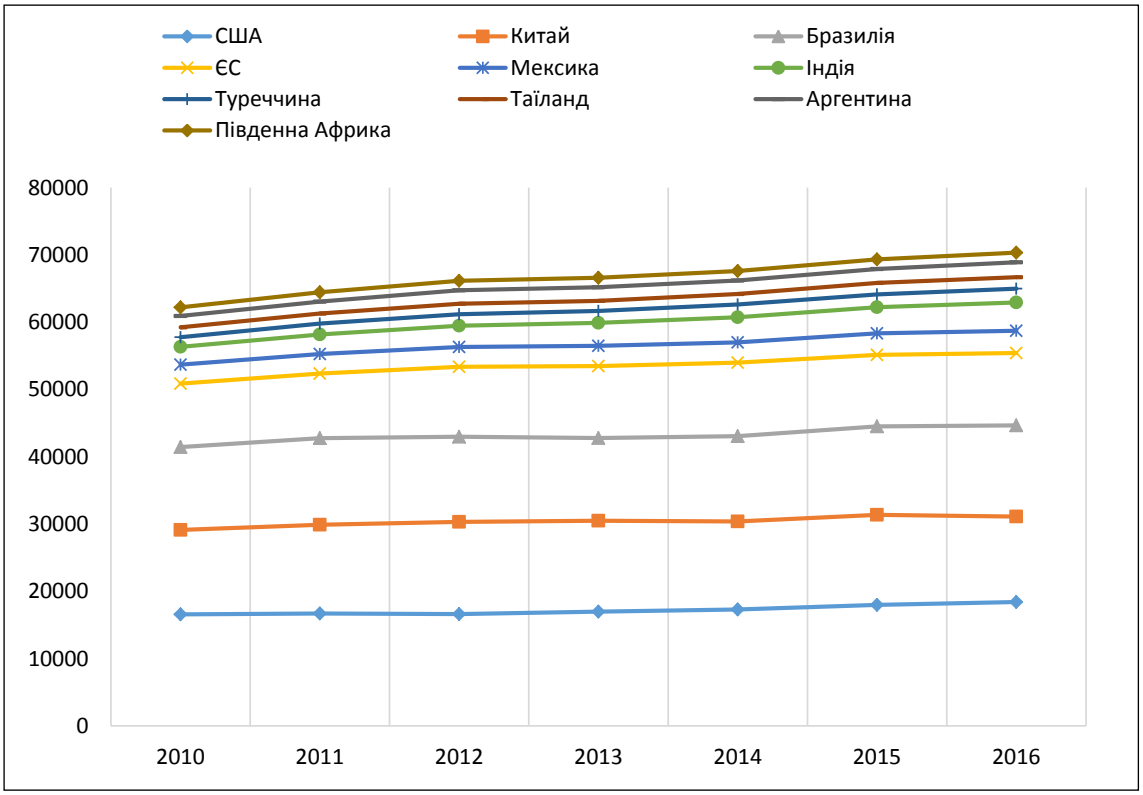


Рис. 3. Темп приросту виробництва м'яса курей у світі за 2010-2016 роки, тис. тон

Джерело: складено автором за даними FAO [4]

Таблиця 1

Обсяги виробництва м'яса птиці в Україні за 2010-2015 роки

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Виробництво м'яса птиці у живій вазі, тис. голів	203,8	200,8	214,1	230,3	213,3	203,9	201,7
Відсоткові зміни,%	-	98,5	106,6	107,6	92,6	95,6	98,9
Виробництво м'яса птиці у забійній вазі, тис тон	953,5	995,0	1075,0	1168,0	1165,0	1144,0	1300,0
Відсоткові зміни,%	-	104,4	108,4	108,7	99,7	98,1	113,6
Кількість наявного населення, тис. осіб	46,0	45,8	45,6	45,6	45,4	42,9	42,8
Відсоткові зміни, %	-	99,6	99,6	100	99,6	94,5	99,8
Виробництво на одну особу м'яса птиці (свіже, охолоджене, заморожене), кг/рік	17.1	18.1	18.8	20,2	20,2	20,8	23,7
Відсоткові зміни, %	-	105,8	103,9	107,4	100	103,0	113,9

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [7]

запасні частини), а через зростання курсу в останні два роки імпортна складова зросла з 15 до 40 відсотків [5].

Згідно статистичних даних п'ятірка областей, які є лідерами у 2016 році з вирощування птиці у живій вазі (тис. тон) є: Вінницька – 366,8, Черкаська – 348,0, Дніпропетровська – 226,7, Київська – 135,2, Волинська – 82,2.

На сьогодні основним виробником курятини, який займає велику частку цього ринку, є ПАТ «Миронівський хлібопродукт», далі підприємства розмістилися у такому порядку ТОВ «Комплекс Агромарс» (ТМ «Гаврилівські курчата»), ТОВ Птахокопмлекс «Дніпровський», ТОВ «Агро-Овен», ПАТ «Володимир-Волинська птахофабрика», ПтахокомплексГубин, ПФ Варто. Хоча згідно статистичних даних рентабельність підприємств АПК зменшилась за рахунок збільшення собівартості, але прибутковість птахівничих підприємств тримається на рівні 20-30 % [8].

За прогнозами FAO до 2020 року у структурі споживання українців 80% буде м'ясо у чистому вигляді, на сьогодні ж більшу частину раціону складають консерви та готові м'ясні вироби. У 2016 році в Україні у структурі споживання м'яса найбільша питома вага припадає на м'ясо птиці – 46,8%, свинина – 42,8%, яловичина 10,4%, а головним чинником забезпечення продовольчої безпеки є рівень виробництва та споживання у країні (таблиця 2).

Баланс попиту і пропозиції ще раз підтверджує домінувальну позицію м'яса птиці у загальному об'ємі виробництва та споживання серед інших видів м'яса і те, що дешеве м'ясо птиці користується попитом серед споживачів. Загалом обсяги зовнішньої торгівлі м'ясом птиці постійно зростають. Сьогодні наша країна отримує з експорту продукції АПК третину від загального заробітку, тому владі необхідно докласти більше зусиль, щоб допомогти аграрним підприємствам виходити на новий рівень експорту [6].

Купівельна спроможність споживача прив'язана до ціни на продукцію. В Україні вона залишається низькою. Індекс цін на м'ясо птиці у 2015 року зріс на 33% у порівнянні з 2013 роком, а доходи населення у вигляді заробітної плати зросли за цей період тільки на 17%, то така ситуація суттєво зменшила рівень споживання м'яса (рисунок 4).

Ситуація з різким підвищенням цін призвела до зменшення об'ємів споживання за всіма видами м'яса. Що стосується курятини, то споживання м'яса птиці минулого року зменшилося до 24,2 кг на одну особу та прогнозується подальше зменшення споживання на внутрішньому ринку.

За прогнозами OECD-FAO Agricultural Outlook виробництво м'яса птиці протягом 2018-2025 років буде зростати і в цілому складе на 7% більше у 2025 році у порівнянні з 2018 роком (рисунок 5).

На жаль, для України такий прогноз не буде втішним, по-перше, вітчизняному виробнику буде тяжче нарощувати експорт, по-друге, через не досконалу законодавчу базу є загроза збільшення об'ємів імпорту даної продукції.

Отже, можна визначити наступні гострі проблеми на ринку м'яса птиці та можливі шляхи їх подолання (таблиця 3).

Висновки з проведеного дослідження. За результатами досліджень можна зробити наступні загальні висновки, що галузь птахівництва сьогодні має великий потенціал як для задоволення потреб внутрішнього, так і зовнішнього ринку. Залежність рівня споживання та ціни на м'ясо птиці очевидна, але переважно раціон пересічного українця складає саме цей вид м'яса, незважаючи на значне зростання ціни. Збільшення собівартості через імпортовані складові вплинула на рівень рентабельності птахівничих підприємств та лідери втримали свої позиції на ринку. Державна підтримка потрібна цій галузі тваринництва, хоча б з питань захисту вітчизняного виробника від імпортного м'яса, тому що в майбутньому ринок м'яса птиці має тенденції для розвитку за даними прогнозу.

Таблиця 2

Баланс попиту і пропозиції м'яса і м'ясопродуктів у 2015 році, тис. тонн

Показник	2015 рік, усього м'яса	У тому числі			
		Яловичина	Свинина	М'ясо птиці	Інші види м'яса
Попит на продукцію	2432	388	817	1190	37
фонд споживання	2179	347	775	1022	35
інше споживання	8	1	1	5	1
Експорт	245	40	41	163	1
Пропозиція продукції	2482	400	835	1209	38
власне виробництво	2323	384	760	1144	35
імпорт	158	16	75	64	3
Інші зміни запасів	-1	0	0	-1	0

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [7]

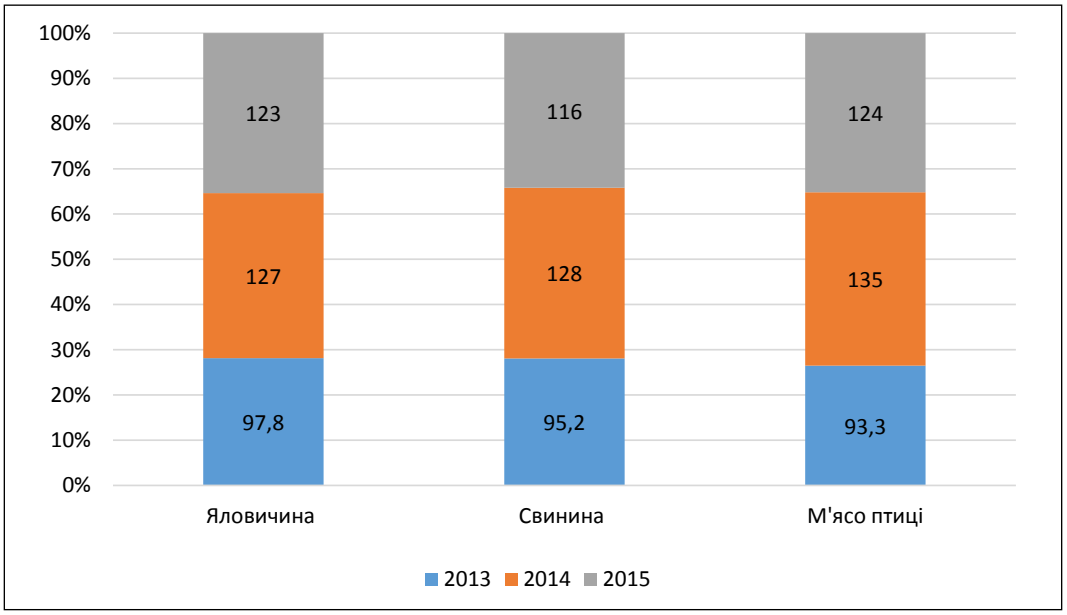


Рис. 4. Індекс ціна на м'ясо у 2013-2015 роках в Україні

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [7]

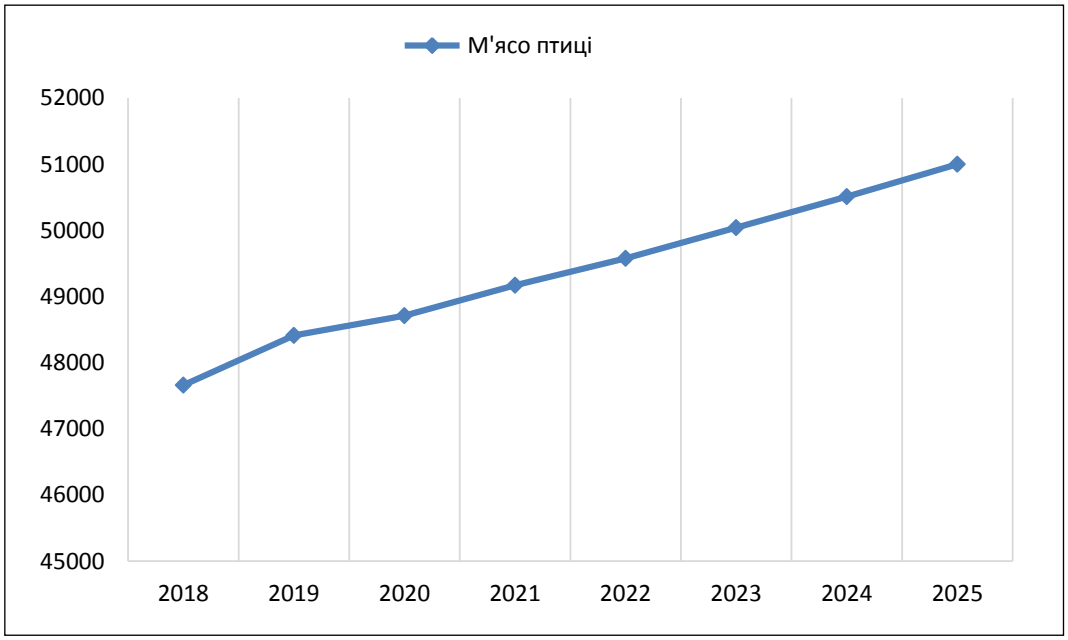


Рис. 5. Прогнозований розмір виробництва м'яса птиці у світі на 2018-2025 роки, тис. тонн

Джерело: складено автором за даними [3]

Таблиця 3

Топ-проблеми та шляхи їх подолання у галузі птахівництва

Проблемне питання	Можливі шляхи подолання
Зростання ціни на ресурси, залежність від імпорту на деякі ресурси (корма, ветеринарні препарати, електроенергію)	Введення спеціального режиму для ввозу необхідної ресурсної бази для виробництва м'яса курятини
Імпорт м'яса птиці	Підтримка держави та введення квот на імпорт
Зниження доходів населення та низька купівельна спроможність як наслідок	Зниження собівартості через систему управління витратами та перегляд асортименту і ціни продукції
Якість м'яса на ринку	Посилення контролю якості м'яса

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Янчева М. О., Пешук Л. В., Дроменко О. Б. Фізико-хімічні та біохімічні основи технології м'яса та м'ясопродуктів: Навч. Посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 304 с.
2. Цінова ситуація на ринку м'яса птиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://a7d.com.ua/analtika/2696-cinova-situaciya-na-rinku-myasa-ptici.html
3. Сайт Організації світового та економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.oecd.org
4. Сайт Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.fao.org
5. Асоціація «Союз птахівників України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.poultryukraine.com
6. Карпенко С.М. Основні тенденції розвитку птахівництва // С.М. Карпенко / Экономика и менеджмент. – 2016. – №7. – С. 2-9
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
8. Голюк Я.В. Аналіз експорту м'яса курятини в Україні: стан та тенденції розвитку ринку // Я.В. Голюк, Н.І. Голець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/27.pdf

REFERENCES:

1. Yancheva M. O., Peshuk L. V., Dromenko O. B. Fizyko-khimichni ta biokhimichni osnovy tekhnolohii miasa ta miasoproduktiv: Navch. Posibnyk. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2009. – 304 s.
2. Tsinova sytuatsiia na rynku miasa ptytsi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://a7d.com.ua/analtika/2696-cinova-situaciya-na-rinku-myasa-ptici.html.
3. Sait Orhanizatsii svitovoho ta ekonomichnoho spivrobitnytstva ta rozvytku [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: www.oecd.org
4. Sait Prodovolchoi i silskohospodarskoi orhanizatsii OON [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: www.fao.org
5. Asotsiatsiia «Soiuz ptakhivnykiv Ukrainy» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.poultryukraine.com
6. Karpenko S.M. Osnovni tendentsii rozvytku ptakhivnytstva // S.M. Karpenko / Эkonomyka y menedzhment. – 2016. – #7. – S. 2-9
7. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua.
8. Holiuk Ya.V. Analiz eksportu miasa kuriatyny v Ukraini: stan ta tendentsii rozvytku rynku // Ya.V. Holiuk, N.I. Holets [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/27.pdf

Rodina O.V.
Senior Instructor at Department of Accounting and Finance
Nikopol Economics University

THE MARKET OF POULTRY: WORLD'S TRENDS AND CURRENT STATE IN UKRAINE

Meat is a unique product, and poultry breeding, no doubt, now takes the first place as an available manufacturer of a necessary component of the human diet – poultry meat. Producers of poultry have kept their positions as a competitive and profitable industry for the past many years, despite many problems.

The world meat production for all kinds has increased for several years by an average of 2% each year.

The world's largest poultry meat producers are the USA, China, EU, Brazil, while Ukraine's share is only 1.1%.

The share of imports in domestic poultry meat consumption in 2016 was 8%, meat products are imported into Ukraine mainly from Poland and Germany.

The share of poultry meat in total exports is 79%. The highest demand for Ukrainian poultry is in Iraq, Egypt and the Netherlands.

It is important for Ukraine that at the time of negative trends for the livestock industry as a whole, it has not embarked on meat poultry imports and is gradually increasing production.

The volume of poultry meat in live weight in 2016 in Ukraine was 201.7 ths. heads, which is 1.1% less than the previous year, the production of poultry meat in slaughter weight was 1,300.0 ths. tons, which is 13.6% more than last year.

According to FAO forecasts by 2020 there will be 80 % of meat in its pure form in consumption patterns of Ukrainian people, while today most of the diet consists of canned and prepared meat products. In 2016 in Ukraine in the structure of meat consumption the biggest share belongs to poultry meat – 46,8%.

The dependence of consumption level and poultry prices is obvious, but the diet of an average Ukrainian consists of this kind of meat, despite the significant increase in prices. Increased costs due to imported components influenced the profitability of poultry companies, but the leaders could keep their positions in the market.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

ANALYTICAL ASPECTS OF MANAGEMENT OF FINANCIAL SECURITY ENGINEERING ENTERPRISES OF UKRAINE

УДК 658.15

Сабліна Н.В.
к.е.н., доцент кафедри фінансів
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Стаття присвячена розробці методичного підходу до управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування України. Проведений аналіз сучасного стану машинобудівної галузі країни за показниками обсягу реалізації промислової продукції, фінансових результатів, рентабельності та кількості збиткових підприємств. Запропоновано структурно-функціональну модель управління фінансовою безпекою підприємств.
Ключові слова: *фінансова безпека, підприємство, управління, методичний підхід, моделювання, машинобудування.*

Статья посвящена разработке методического подхода к управлению финансовой безопасностью предприятий машиностроения Украины. Проведен анализ современного состояния машиностроительной отрасли страны по показателям объема реализации промышленной продукции, финансовых результатов, рентабельности и количества убыточных предприятий. Предложена структурно-функциональная модель управления финансовой безопасностью предприятий.
Ключевые слова: *финансовая безопасность, предприятие, управление, методический подход, моделирование, машиностроение.*

The article is devoted to developing methodical approach to the management of financial security engineering enterprises of Ukraine. The analysis of the current state of the engineering industry countries by sales of industrial products, financial results, profitability and number of unprofitable enterprises. A structural-functional model of management of financial security.
Key words: *financial security, enterprise management, methodical approach, modeling, engineering.*

Постановка проблеми. Сучасні реалії Української економіки характеризуються нестабільністю, невизначеністю, зростаючою конкуренцією, низьким рівнем рентабельності виробничої сфери. Тому актуальними аспектами сьогодення є розробка заходів щодо підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств, що забезпечить їм стабільність та економічний розвиток як у короткостроковій перспективі, так і на довгостроковий термін. Важливого значення у цьому контексті набуває проблема забезпечення належного рівня фінансової безпеки підприємств промисловості, яка спрямована на мінімізацію негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, на нейтралізацію потенційних ризиків та загроз. Виходячи з цього, зростає актуальність розробки методичного підходу до управління фінансовою безпекою підприємств, що позитивно відобразиться не тільки на рівні фінансової безпеки підприємств, а й на стабілізації економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань, пов'язаних із вивченням сутності, забезпеченням та управлінням фінансовою безпекою підприємств присвячено наукові доробки вчених-економістів таких, як: О. Ареф'євої, О. Барановського, І. Бланка, М. Єрмошенка, Я. Жаліло, М. Кизима, І. Б. Медведєвої, А. Наливайко та інших. Незважаючи на широкий спектр охоплених дослідженнями питань, питання управління фінансовою безпекою в системі управління підприємством залишаються недостатньо розкритими і потребують подальшого дослідження

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні аналітичних складових діяльності підприємств машинобудівного комплексу України та розробка методичного підходу управління фінансовою безпекою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Машинобудування є стратегічно важливою галуззю економічної системи України, що забезпечує розвиток технологічного потенціалу і таким чином конкурентоспроможність економіки України в цілому. Станом на кінець 2015 р. у машинобудівному комплексі зосереджено більше 17% зайнятих працівників, понад 15% основних засобів промисловості України [1]. Економічна нестабільність в країні здійснює негативний вплив на функціонування суб'єктів підприємництва через реалізацію таких процесів, як скорочення споживчого попиту, зростання загального рівня цін і коливання курсу та девальвацію національної валюти. Негативні наслідки на підприємстві виявляються в зростанні обсягу нереалізованої продукції; недоотримання прибутку чи отримання збитку; проблеми при розрахунках з контрагентами; зменшення ринкової вартості підприємства; зниження ефективності діяльності підприємства; знецінення фінансових ресурсів і вхідних фінансових потоків; зменшення реального обсягу прибутку; зниження ефективності інвестицій збільшення собівартості продукції внаслідок підвищення цін на імпортні комплектуючі, сировину та енергоносії; недоотримання прибутку чи отримання збитку внаслідок реалізації ризиків [2].

Оскільки підприємства функціонують, як відкриті системи, що чутливі до впливів систем вищого рівня, насамперед галузевого, постає необхідність дослідження відповідності його показників ознакам сталого розвитку.

Зазначимо, що передумовою сталого розвитку економічно розвинених країн світу є забезпечення технічного переоснащення підприємств промислового комплексу кожні 7–10 років. Це сприяє збільшенню продукції машинобудівної галузі в загальному обсязі реалізованої продукції. Натомість, за даними Державної служби статистики України, частка реалізованої промислової продукції машинобудування в загальному обсязі реалізованої продукції української промисловості є суттєво меншою, ніж вищевказані показники, при цьому її значення у абсолютному виразі збільшилося з 97056,9 млн. грн. у 2010 р. до 113730,2 млн грн. у 2015 р., а питома вага у загальному обсязі реалізованої промислової продукції скоротилася від 9,3% до 6,5% відповідно (рис. 1) [1].

Починаючи з 2012 р. простежується тенденція до погіршення показників фінансової результативності галузі, а з 2014 р. галузь є збитковою (табл. 1).

Оцінюючи ефективність діяльності підприємств машинобудування у 2010-2015 рр., можна сказати, що впродовж 2010-2013 рр діяльність підприємств була прибутковою. Рівень чистого прибутку збільшувався до 2011 р., а з 2012 р. його розмір зменшується і у 2014 р. мав від'ємне значення. У 2015 р. розмір збитку зменшився, однак, залишається дуже суттєвим. За даними Державної служби статистики України, чистий збиток підприємств галузі за січень-червень 2016 року склав 178,5 млн.грн.

Протягом 2010–2013 рр. частка збиткових підприємств була найнижчою серед великих підприємств, що відображало класичний ефект економії від масштабу, однак, у 2014 р. ситуація кардинально змінилася. У 2015 р., незважаючи на зменшення частки збиткових великих підприємств галузі, вона залишається найбільшою (рис. 2).

Відповідною була динаміка рентабельності операційної діяльності машинобудування (рис. 3). Отже, і за цими критеріями розвиток машинобудівної промисловості України не можна характеризувати, як стійкий.

Ступінь зносу основних засобів машинобудівної промисловості, який на сьогоднішній день становить більше 60%, свідчить про неможливість повноцінної конкуренції з європейськими виробниками, в яких цей показник становить 20–25%.

Таким чином, на сьогоднішній день стан машинобудівної промисловості України не відповідає ознакам сталого розвитку. Основними загрозами розвитку машинобудування України є: повільне введення нових основних фондів; значна залежність від імпорту більш конкурентоспроможної продукції; нездатність

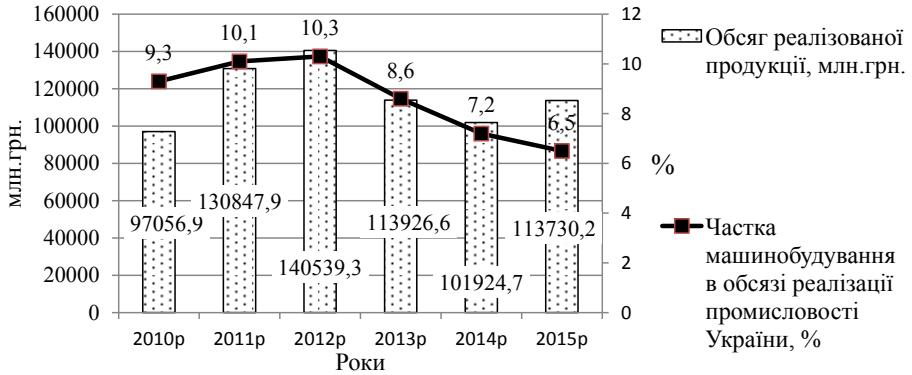


Рис. 1. Динаміка абсолютної величини та питомої ваги обсягу реалізації промислової продукції машинобудування в загальному обсязі реалізації продукції промисловості України

Джерело: [1]

Таблиця 1

Фінансові результати підприємств галузі

Роки	Чистий прибуток (млн.грн)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (млн.грн)	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат (млн.грн)
2010	4204,9	58,2	7271,4	34,4	3066,5
2011	10639,6	65,6	13112,0	41,8	2472,4
2012	9268,8	65,2	12468,6	34,8	3199,8
2013	2768,6	64,2	7178,8	35,8	4410,2
2014	-22380,2	63,7	7622,2	36,3	30002,4
2015	-15799,8	73,3	13089,9	26,8	28889,7

Джерело: [1]

Рис. 2. Динаміка частки збиткових підприємств у розрізі їх розміру

Джерело: [1]

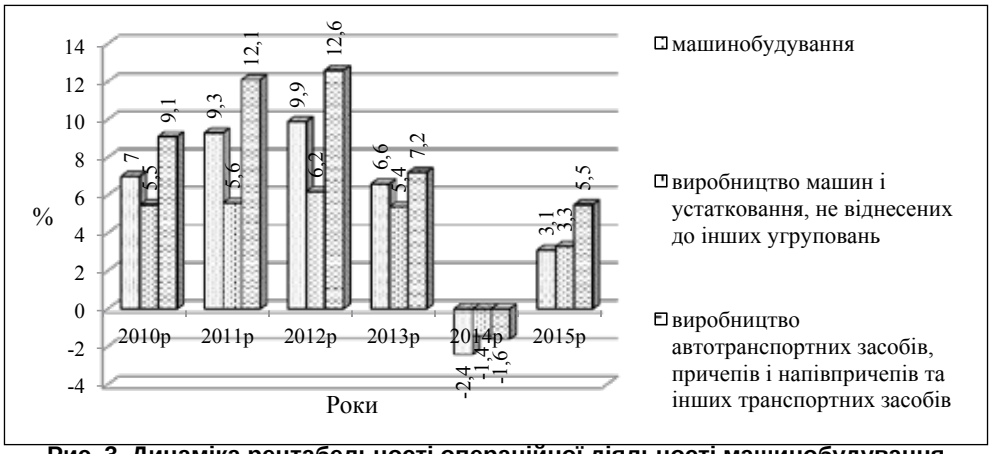


Рис. 3. Динаміка рентабельності операційної діяльності машинобудування та його основних підгалузей

Джерело: [1]

швидко адаптуватись до змін світової кон'юнктури; брак інвестицій; неналежна підтримка держави; поглиблення науково-технологічного відставання виробництва; використання затратних технологій.

Означений стан машинобудівної галузі України склався через низький рівень ефективності системи управління фінансовою безпекою підприємств галузі. Діяльність підприємств орієнтована на боротьбу з результатами негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, а не на попередження та вчасну нейтралізацію потенційних ризиків та загроз. Дієвим механізмом вирішення цієї проблеми є впровадження обґрунтованої, ефективної, цілеспрямованої системи управління фінансовою безпекою на підприємствах, що забезпечить високий рівень стійкості до існуючих та потенційних загроз з метою забезпечення стійкого росту в поточному та перспективному періодах.

Під управлінням фінансовою безпекою підприємства О.І. Захаров розуміє свідомий цілеспрямований вплив з боку суб'єктів управління підприємством і системою його безпеки (організація й управління фінансами, планування, контроль і аналіз фінансів, інформаційні ресурси, зовнішньоекономічна діяльність, персонал і т.д.), який здійснюється з метою направлення їх дії на зниження рівня загроз і ризиків, а також попередження небажаних результатів фінансової діяльності [3].

Згідно із визначенням І.А. Бланка, управління фінансовою безпекою підприємства реалізує свою головну мету та основні завдання шляхом здійснення визначених функцій. Ці функції поділяються на дві основні групи: управління фінансовою безпекою як управлінською системою та управління фінансовою безпекою як спеціалізованою системою менеджменту. Склад цих функцій визначається конкретним видом фінансових інтересів підприємства, які потребують захисту [4].

З цією позицією погоджується Л. М. Петренко, який у загальному вигляді управління фінансовою безпекою підприємства розглядає, як систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням захисту його пріоритетних фінансових інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз [5].

Отже, управлінням фінансовою безпекою підприємства визначається його завданнями на певному етапі та являє собою сукупність ієрархічно

взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів фінансового менеджменту, зміст яких віддзеркалює особливості конкретних процесів в управлінні фінансовою сферою діяльності, які наразі є пріоритетними для підприємства.

Основні завдання підсистеми управління фінансовою безпекою підприємства такі:

– встановлення причин і умов, які спричиняють фінансовий збиток і загрожують реалізації фінансових інтересів підприємства, порушенню нормального функціонування його фінансової системи;

– визначення пріоритетних фінансових інтересів підприємства і забезпечення їх коригування в разі необхідності;

– прогнозування тенденцій, які ведуть до порушення нормального функціонування фінансової системи підприємства та її розвитку;

– своєчасне виявлення й усунення загроз фінансовій безпеці підприємства, зниження ризиків у його фінансовій діяльності;

– забезпечення зацікавленості керівництва і персоналу в ефективній фінансовій діяльності підприємства;

забезпечення відповідності визначених місії і фінансової стратегії підприємства сукупності його пріоритетних інтересів;

– забезпечення збалансованості фінансових інтересів окремих підрозділів і персоналу з пріоритетними фінансовими інтересами підприємства в цілому;

– створення умов для максимально можливого відшкодування або локалізації завданого збитку неправомірними діями юридичних чи фізичних осіб;

– проведення комплексу заходів із перевірки ділових партнерів даного підприємства;

– створення ефективного механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства, умов оперативного реагування на загрози, їх своєчасного виявлення;

– ефективне припинення зазіхань на фінансові ресурси з боку персоналу підприємства та його ділових партнерів [6].

З метою забезпечення ефективного процесу управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування розроблено методичний підхід, який дозволить підвищити ефективність зазначеного управління на підприємстві та сприятиме сталому розвитку підприємств в майбутньому.

Запропонований методичний підхід складається з декількох етапів, кожен з яких відзначається своєю інформативністю, а в комплексі визначає технологію управління фінансовою безпекою підприємств.

Функціональне моделювання управління фінансовою безпекою підприємств проведемо з використанням методології SADT (Structured Analysis and Design Technique) – методологія структурного аналізу і проектування, яка забезпечує інтеграцію процесу моделювання, управління конфігурацією проекту, використання додаткових мовних засобів і керівництво проектом зі своєю графічною мовою.

Зазначений підхід пропонується реалізувати за допомогою програмного продукту Computer Associates – BPwin за стандартом IDEF0, який автоматизує задачі, пов’язані з моделями управління та розвитку, забезпечити семантичну точність, що необхідна для гарантування правильності та несуперечливості результатів [7].

Отже, стандарті IDEF0 дозволяє подати алгоритм аналізу у вигляді діаграми, розробка якої починається зі створення контекстної діаграми (рис. 4).

Процес управління фінансовою безпекою підприємства складається з наступних послідовних етапів: формування інформаційної бази, необхідної для проведення аналізу; аналіз фінансового стану підприємства; діагностика стану фінансової безпеки підприємства; моделювання управління

Рис. 4. Контекстна діаграма управління фінансовою безпекою підприємства

фінансовою безпекою; розробка управлінських заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки та реалізація управлінських рішень. Декомпозицію контекстної діаграми процесу управління фінансовою безпекою підприємства наведено на рис. 5.

Першим етапом процесу управління фінансовою безпекою підприємства є формування інформаційної бази. Основою інформаційного забезпечення є інформаційна база, яка характеризує ресурси даного об'єкта управління. Дані, що збираються є єдиними, достовірними й об'єктивно необхідними різним користувачам.

На базі цього відбувається формування системи показників та оцінка їх адекватності (рис. 6).

Наступним етапом пропонованого процесу управління фінансовою безпекою підприємства є

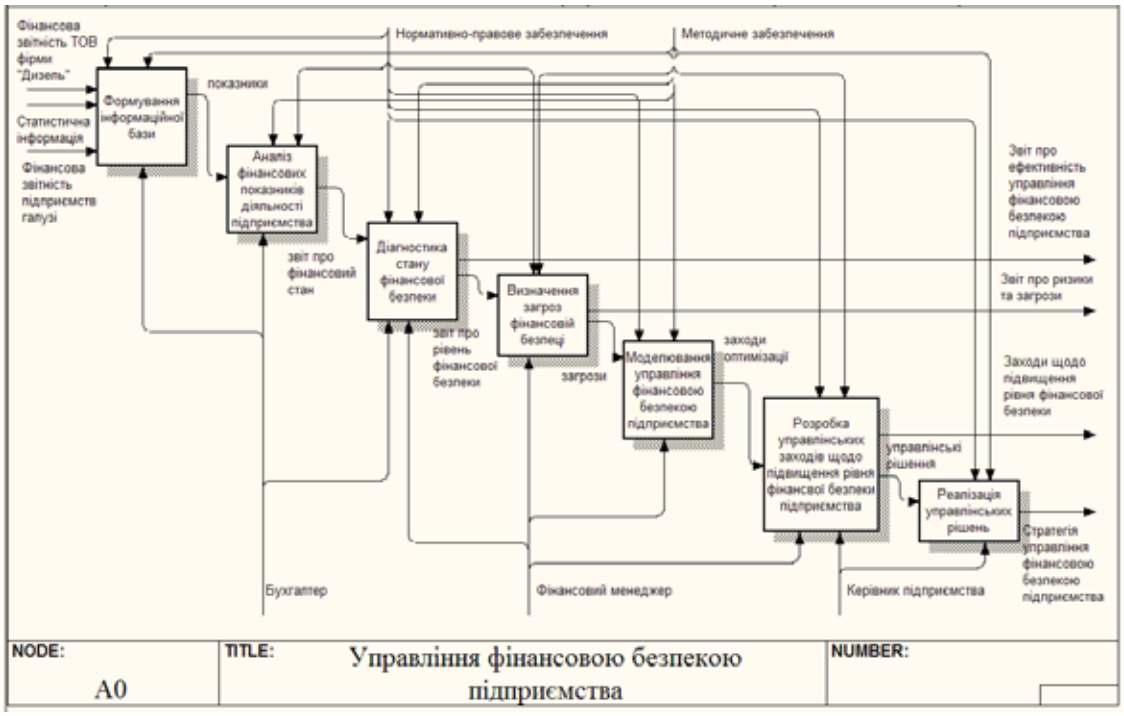


Рис. 5. Етапи управління фінансовою безпекою підприємства (Декомпозиція I рівня «Управління фінансовою безпекою підприємства»)

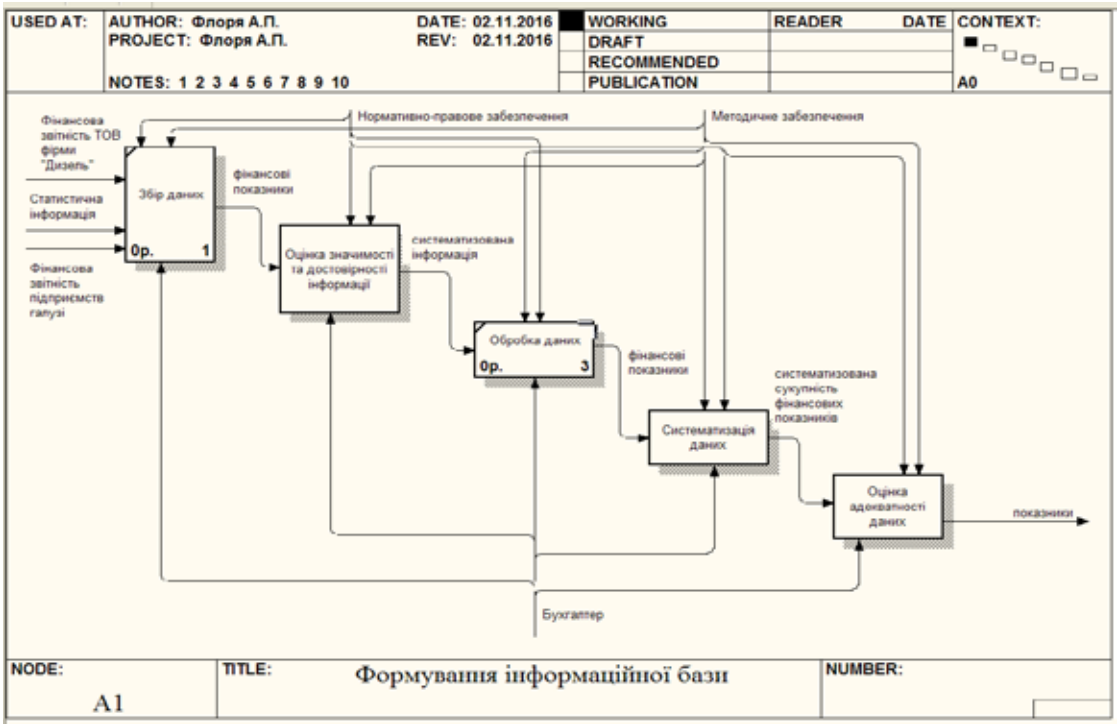


Рис. 6. Декомпозиція II рівня «Формування інформаційної бази»

«Діагностика стану фінансової безпеки» декомпозицію якого представлено на рис. 7.

Діагностика фінансової безпеки підприємства є необхідним етапом для розробки планів фінансового оздоровлення, підґрунтям для складання прогнозу розвитку підприємства. Результатом діагностики фінансової безпеки є отримання певної кількості основних, найбільш інформативних параметрів, які об'єктивно і точно відображають рівень фінансової безпеки підприємства.

На основі отриманих результатів визначаються загрози фінансовій безпеці підприємства, проводиться їх якісна та кількісна оцінка. Для якісної оцінки загроз фінансовій безпеці підприємства використовуються методи: аналіз наслідків – досліджується фінансово-господарська діяльність та з'ясовується вплив на неї загроз; аналіз імовірності (стосовно збитку) – аналізується ймовірність настання події у відсотковому значенні протягом певного періоду часу; аналіз імовірності (стосовно сприятливих можливостей – досліджується ймовірність настання події у відсотковому значенні протягом певного періоду часу при врахуванні шляхів нейтралізації; експертний метод – базується на опитуванні кваліфікованих спеціалістів із наступною статистико-математичною обробкою результатів цього опитування. Кількісні методи передбачають оцінювання загроз фінансовій безпеці підприємства в абсолютному та відносному вираженнях. Для кількісної оцінки загроз фінансовій безпеці підприємства використовують наступні методи: статистичний – базується на теорії ймовірності розподілу випадкових величин; аналітичний – порівнюючи значення показників альтернативних проектів, визначають рівень їх загроз; метод доцільності витрат – орієнтований на визначення джерел фінансування запасів; метод аналогів – базується на порівнянні з аналогічними багаторазово здійсненними операціями; рейтинговий метод – на основі звітності розраховуються основні фінансові показники та робиться їх ранжування за певною шкалою; метод дерева рішень – у процесі підготовки рішення виділяються різні його варіанти, що можуть бути прийняті, а також для кожного варіанта – ситуації, які можуть настати; нормативний метод – базується на використанні системи фінансових коефіцієнтів (ліквідності, платоспроможності та ін.).

Результатом проведення оцінки фінансових загроз для внутрішніх користувачів має бути комплекс управлінських рішень – сукупність різних заходів, спрямованих на оптимізацію виробництва та реалізацію продукції підприємства з урахуванням впливу змін макро- та мікроекономічної сфери.

Наступним функціональним блоком діаграми управління фінансовою безпекою підприємства виступає блок «Моделювання управління фінансовою безпекою», декомпозиція якого представлена на рис. 8.

Наступною складовою моделі є «Розробка управлінських заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки підприємства», декомпозиція якого представлена на рис. 9. Саме раціональне управлінське рішення спрямовує, координує і стимулює діяльність підприємства. Необхідною передумовою прийняття ефективного управлінського рішення є його достатнє обґрунтування.

Останнім етапом моделі управління фінансовою безпекою підприємства є «Реалізація управ-

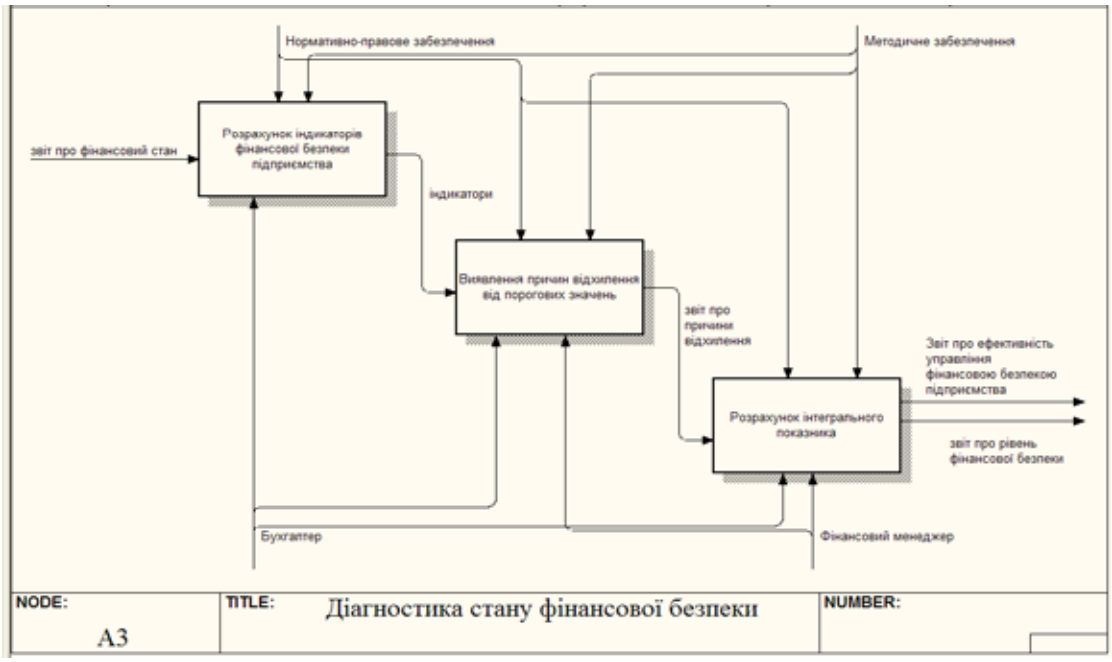


Рис. 7. Декомпозиція II рівня «Діагностика стану фінансової безпеки»

Рис. 8. Декомпозиція II рівня «Моделювання управління фінансовою безпекою підприємства»

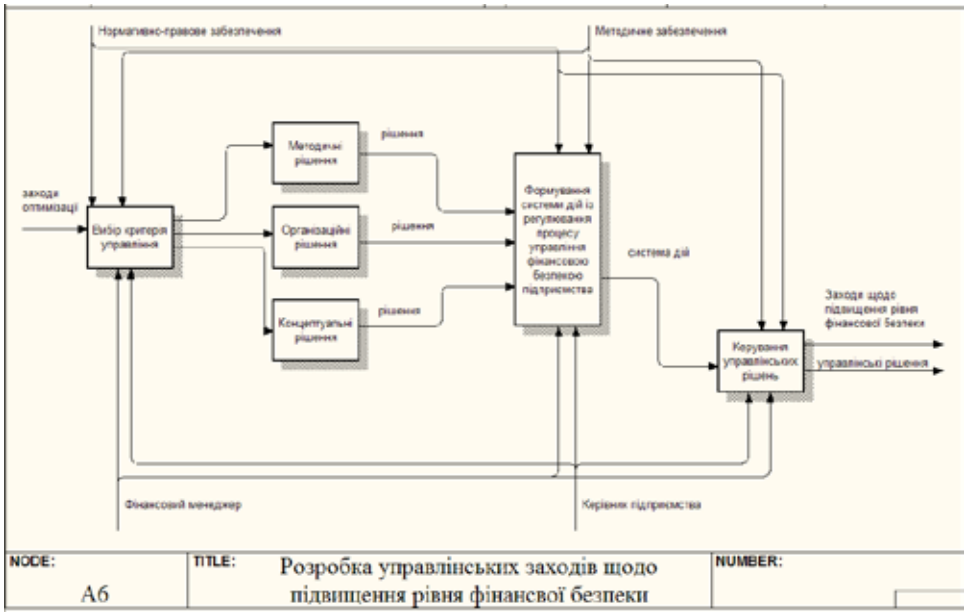


Рис. 9. Декомпозиція II рівня «Розробка управлінських заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки»

лінських рішень», декомпозиція якого представлена на рис. 10.

Таким чином, запропонований методичний підхід до управління фінансовою безпекою підприємства дозволяє формалізувати процес управління фінансовою безпекою, забезпечуючи при цьому підвищення якості прийняття управлінських рішень у процесі господарської діяльності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, проведене дослідження дає змогу зробити висновок, що сучасний стан машинобудівного комплексу України не відповідає ознакам сталого розвитку. Підприємства вітчизняного машинобудування постійно стикаються з фінансовими проблемами, що призводить до необхідності передбачення їх майбутнього стану, що можливо при формуванні ефективної системи управління фінансовою безпекою. Суттєвою перевагою запропонованого методичного підходу до управління фінансовою безпекою підприємства є детальна ілюстрація дій у процесі досягнення необхідного рівня фінансової безпеки на основі реалізації послідовних етапів з орієнтиром на стратегічний розвиток підприємства, дозволить своєчасно виявляти симптоми загроз, вживати превентивні заходи щодо їх усунення та

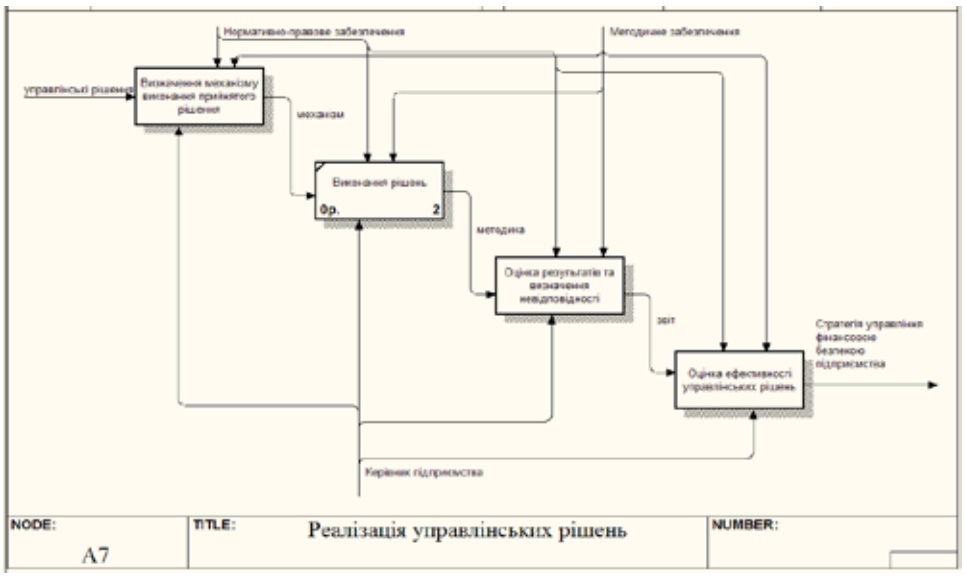


Рис. 10. Декомпозиція ІІ рівня «Реалізація управлінських рішень»

забезпечити фінансову стабільність, конкурентоспроможність, захист фінансових інтересів підприємств, що є необхідним для ефективного функціонування суб'єктів підприємництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
2. Могиліна Л. А. Управління фінансовою безпекою підприємств в умовах економічної нестабільності: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / Л. А. Могиліна; Держ. вищий навч. заклад «Українська академія банківської справи національного банку України». – Суми, 2015. – 22 с.
3. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К.: Эльга; Ника-Центр, 2008. – 784 с.
4. Захаров О. І. Організація та управління економічною безпекою суб'єктів господарської діяльності: Навч. посіб. / О. І. Захаров, П. Я. Пригунов – К., 2008. – 257 с.
5. Петренко Л. М. Моделювання процесів управління фінансовою безпекою підприємства [Автореферат] : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.00.11 / Л. М. Петренко ; Держ. вищий навч. заклад «Київський нац. економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ, 2010. – 20 с.
6. Картузов Є. П. Визначення фінансової безпеки підприємства: поняття, зміст, значення і функціональні аспекти / Є. П. Картузов // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №8(134). – С. 172-181.
7. Латишева І.Л. Організація управління структурою капіталу / І.Л. Латишева // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 579. – С.486–491.

REFERENCES:

1. Ofitsiinyi sait Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua
2. Mohylina L. A. Upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pidpryiemstv v umovakh ekonomichnoi nestabilnosti: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.08 / L. A. Mohylina; Derzh. vyshchyi navch. zaklad «Ukrainska akademiia bankivskoi spravy natsionalnoho banku Ukrainy». – Sumy, 2015. – 22 s.
3. Blank Y. A. Upravlenye fynansovoi bezopasnostiu predpryiatyia / Y. A. Blank. – K.: Elha; Nyka-Tsentr, 2008. – 784 s.
4. Zakharov O. I. Orhanizatsiia ta upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu subiektiv hospodarskoi diialnosti: Navch. posib. / O. I. Zakharov, P. Ya. Pryhunov – K., 2008. – 257 s.
5. Petrenko L. M. Modeliuvannia protsesiv upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pidpryiemstva [Avtoreferat] : avtoref. dys ... kand. ekon. nauk : 08.00.11 / L. M. Petrenko ; Derzh. vyshchyi navch. zaklad «Kyivskyi nats. ekonomichnyi un-t im. Vadyma Hetmana». – Kyiv, 2010. – 20 s.
6. Kartuzov Ye. P. Vyznachennia finansovoi bezpeky pidpryiemstva: poniattia, zmist, znachennia i funktsionalni aspekty / Ye. P. Kartuzov // Aktualni problemy ekonomiky. – 2012. – #8(134). – S. 172-181.
7. Latysheva I.L. Orhanizatsiia upravlinnia strukturoiu kapitalu / I.L. Latysheva // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». – 2007. – # 579. – S. 486 – 491.

Sablina N.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ANALYTICAL ASPECTS OF MANAGEMENT OF FINANCIAL SECURITY ENGINEERING ENTERPRISES OF UKRAINE

Modern realities Ukrainian economy characterized by instability, uncertainty, increased competition, low profitability of the production sector. Therefore, the relevant aspects of today are the development of measures to improve the financial and business enterprises that will provide them stability and economic development in both the short term and in the long term. The importance in this context is the problem of providing adequate level of financial security of industrial enterprises, which aims to minimize the negative impact of external factors and internal environment to neutralize potential risks and threats.

The study found that the management of financial security company as a set of elements of financial management, the content of which reflects the specific features of financial management processes in areas that currently a priority for the company and to minimize threats, risks, negative results of the company.

In order to ensure an effective process safety management of financial engineering enterprises developed a methodical approach that will improve management indicated the company and contribute to the sustainable development of enterprises in the future. The advantage of the proposed methodical approach to managing financial security company are detailed illustration of the actions in achieving the necessary level of financial security through implementing successive phases of a reference to the strategic development of the company, will promptly identify symptoms threats to take preventive measures to address them and ensure financial stability, competitiveness, the protection of the financial interests of companies that are necessary for the effective functioning of Entrepreneurship, ment.

АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА МІСТА КРЕМЕНЧУКА

ANALYSIS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP OF THE CITY OF KREMENCHUG

УДК 334.722.012.32»71»

Сакун Л.М.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Кременчуцького національного
університету
імені Михайла Остроградського
Карлик Ю.Ю.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Кременчуцького національного
університету
імені Михайла Остроградського
Ільченко А.С.
студентка
Кременчуцького національного
університету
імені Михайла Остроградського

У статті розглянуто стан розвитку малого та середнього підприємництва у місті Кременчуці. Проаналізована поточна ситуація розвитку підприємництва та виявлені головні проблеми, які перешкоджають ефективному функціонуванню підприємницького сектору. Запропоновані альтернативні шляхи подолання проблем та підвищення ефективного розвитку малих та середніх підприємств у місті Кременчуці. Розроблено прогноз основних показників діяльності підприємств до 2020 року. Висвітлено напрямки бізнесу в умовах економічної кризи.
Ключові слова: *мале та середнє підприємництво, розвиток, бізнес, промисловість, інформація.*

В статье рассмотрено состояние развития малого и среднего предпринимательства в городе Кременчуге. Проанализирована текущая ситуация развития предпринимательства и выявлены главные проблемы, которые препятствуют эффективному функционированию предпринимательского сектора. Предложены альтернативные пути преодоления проблем и повышения эффективного развития малых и средних предприятий в городе Кременчуге. Разработан прогноз основных показателей деятельности предприятий до 2020 года. Указаны направления бизнеса в условиях экономического кризиса.
Ключевые слова: *малое и среднее предпринимательство, развитие, бизнес, промышленность, информация.*

In the article, small and medium enterprises in the city of Kremenchug. To analyze the current situation of entrepreneurship development and to identify main problems that hinder the effective functioning of the business sector. Proposed alternative ways of overcoming obstacles and enhance the effective development of small and medium enterprises in the city of Kremenchug. Developed a forecast of the main indicators of enterprises up to 2020. Directions for business under the conditions of economic crisis.
Key words: *small and medium entrepreneurship, development, business, industry, information.*

Постановка проблеми. Мале та середнє підприємництво (МСП) є невід'ємною частиною економіки країни, і тому цей сектор повинен ефективно працювати в умовах ринку. Розвиток малого та середнього бізнесу сприяє зростанню економічного рівня країни шляхом наповнення ринку товарами, послугами, створення нових робочих місць для громадян, і, як наслідок, підвищення рівня життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність та основи підприємництва досліджувались у наукових працях А. Кривцова, І. Ансоффа, М. Дем'яненка, З. Варналія та ін. [1]. Серед цілого ряду різноманітних факторів економічного зростання найбільш значущим вважають умілу реалізацію підприємницького потенціалу громадян країни, ефективне використання самостійної господарської ініціативи людини, визнання підприємництва незамінною силою господарської динаміки, конкурентоспроможності і суспільного процвітання.

Постановка завдання. Для ефективного розвитку підприємництва необхідно вирішити ряд проблем на регіональному рівні. Головним завданням міської влади повинно стати подолання перешкод, які заважають процвітанню малого та середнього бізнесу; створення належних умов для реалізації права громадян займатися підприємницькою діяльністю.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічно розвинених країнах частка виробленої суб'єктами малого бізнесу продукції (товарів, послуг) у загальних обсягах виробництва та кількість зайнятих у цьому секторі становить понад 50%. В Україні дані показники складають відповідно 15,9% та 26,6% [2]. Ці показники є досить низькими, враховуючи той потенціал і можливості, які можуть допомогти підприємцям досягти позитивних результатів у своїй діяльності. Розглянемо основні показники діяльності малих і середніх підприємств у місті Кременчуці (табл. 1) [3; 4].

Аналіз таблиці 1 показує, що кількість малих та середніх підприємств у м. Кременчуці зменшилася на 1104 одиниці у 2016 році відповідно до попереднього періоду, але чисельність працюючих у суб'єктів малого і середнього підприємництва та випуск продукції збільшилися на 10063 особу й 7033153 тис. грн. відповідно, що є позитивним фактором для міста. Прогнозні значення основних показників діяльності підприємств малого та середнього бізнесу м. Кременчука на 2017-2020 роки представлені на рис. 1.

Прогнозовані значення основних показників розвитку малого та середнього підприємництва у місті Кременчуці вказують на позитивну тенденцію на майбутній період.

Окрім основних показників діяльності підприємств, визначним є аналіз стану фінансових результатів підприємств до оподаткування (табл. 2).

З табл. 2 видно, що у 2012-2013 роках спостерігалося позитивне сальдо (фінансовий результат), а у 2014-2015 роках воно від'ємне, на що вплинула економічна та політична криза в Україні [3; 4].

Загальний стан малого та середнього підприємництва у місті Кременчуці можна охарактеризувати, як задовільний.

Для підприємців міста Кременчука характерні наступні проблеми, які перешкоджають їх ефективній діяльності (рис. 2) [2]:

– загальна економічна ситуація;

– мала підтримка держави суб'єктів підприємництва;

– недостатність інвестиційних проектів та фінансово-кредитної підтримки;

– недостатній рівень кваліфікації зайнятих в бізнесі;

– конкуренція;

– корупція.

Майбутній розвиток підприємництва можливий за реформування чотирьох сфер зовнішнього оточення, які мають вплив на підприємницьку діяльність: політичної, економічної, соціальної та технологічної.

Політична сфера: прозорість та ефективність дозвільної системи, рівність у доступі та проходженні дозвільних процедур підприємствами впливають на рівень сформованості конкурентного середовища та значною мірою визначають ділову активність населення.

Економічна: стимулювання суб'єктів малого та середнього бізнесу через розширення їх доступу

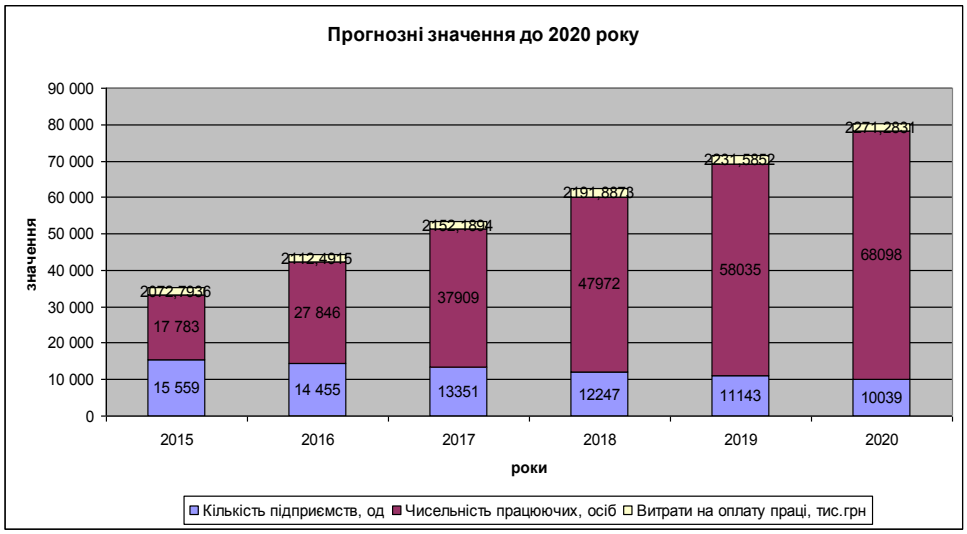


Рис. 1. Прогнозні значення кількості підприємств, чисельності працюючих та витрат на оплату праці до 2020 року

Таблиця 1

Основні показники діяльності підприємств у м. Кременчуці

Показники	2015	2016
Кількість підприємств, од	15 559	14 455
Чисельність працюючих у суб'єктів малого і середнього підприємництва, осіб	17 783	27 846
Витрати на оплату праці, тис. грн.	2072793,6	2112491,5
Випуск продукції (робіт, послуг) малими і середніми підприємствами, тис. грн.	9 543 550,1	16 576 703,0

Таблиця 2

Фінансові результати підприємств до оподаткування у м. Кременчуці за 2012-2015 роки, тис. грн.

Показники	Фінансовий результат (сальдо)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		У % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат	У % до загальної кількості підприємств	Фінансовий результат
2012	2886159,4	64,8	4578543,5	35,2	1692384,1
2013	1469379,2	64,7	1874298,1	35,3	404918,9
2014	–365958,9	67,2	1452001,7	32,8	1817960,6
2015	–79361,6	71,2	2014581,9	28,8	2093943,5

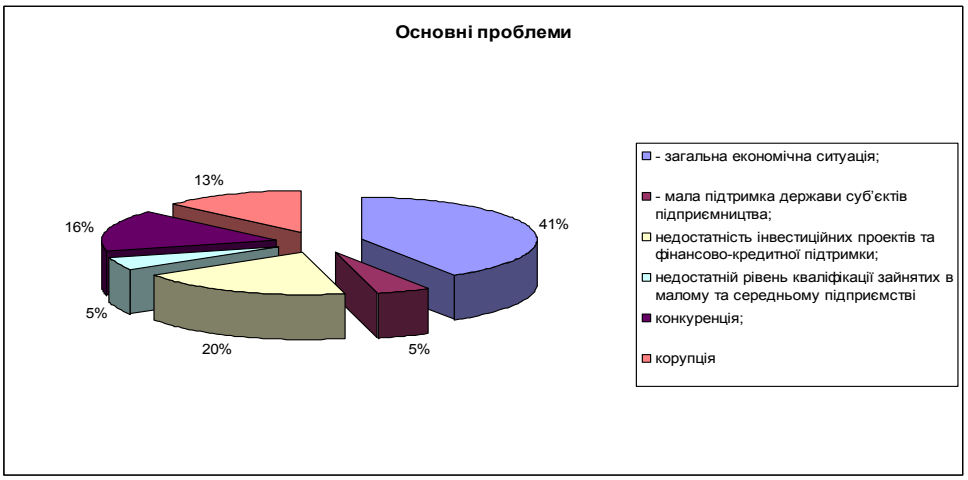


Рис. 2. Основні проблеми, які перешкоджають розвитку підприємництва

Рис. 3. Варіанти напрямів бізнесу в умовах економічної кризи

до фінансово-кредитних ресурсів, зокрема, шляхом надання часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами, часткового відшкодування суб'єктам МСП лізингових.

Соціальна: підвищувати обізнаність населення про створення бізнесу, шляхом впровадження у школах відповідних дисциплін, створення курсів, шкіл, проведення семінарів, конкурсів, тобто заохочувати людей до створення своєї справи.

Технологічна: збільшувати кількість державних патентів для підприємств, надання певних пільг для підприємств з важливою діяльністю для міста та країни в цілому (оновлення їх технологічної бази).

Сильними сторонами міста Кременчука, як місця для ведення бізнесу, є: наявність розвиненого промислового сектора зі значною кількістю великих підприємств, вигідне місце розташування міста та наявність транспортних розв'язок, розвинена легка та харчова промисловості.

Варто відзначити, що, зважаючи на складну економічну ситуацію, проектні ставки місцевих податків і зборів, запропоновані на розгляд депутатів Кременчуцької міської ради, є нижчими за загальнодержавні рекомендації [4]. Так у 2017 році для І групи платників єдиного податку пропонується залишити ставку єдиного податку на рівні 10%, але нараховуватися вона буде не від розміру мінімальної заробітної плати, як це було в 2016 році, а від прожиткового мінімуму. У 2017 році для платників єдиного податку, які відносяться до ІІ групи платників єдиного податку, ставка єдиного податку з 20% буде зменшена до 10%, а щодо платників єдиного податку ІІІ групи, то ставки єдиного податку для них залишатимуться без змін.

Серед слабких сторін міста: зношеність мереж у комунальній сфері, недостатність розвитку ринку кваліфікованих кадрів робочих спеціальностей, відсутність будівництва доступного житла, незадовільний стан екології, зокрема, висока забрудненість повітря через викиди промислових підприємств і відсутність публічної інформації про стан довкілля.

Місцева влада повинна приділяти більше уваги питанням екології та енергозбереження, врегулювати питання щодо землевідведення й зменшувати плату за оренду землі.

Для згладжування негативного впливу ззовні можливий варіант побудови бізнесу за принципом диверсифікації. За умов економічної кризи існують деякі варіанти, які є актуальними для початку ведення малого бізнесу (рис. 3) [5].

Створення сприятливого середовища для формування та функціонування суб'єктів підприємницької діяльності розглядається органами влади

міста як одне із першочергових завдань. Шляхи реалізації цього завдання визначалися у Програмі сприяння розвитку малого підприємництва у місті Кременчуці на 2015-2017 роки [4].

Задля ефективного розвитку підприємництва у місті Кременчуці необхідно вдосконалювати інфраструктуру підтримки підприємництва, підвищувати кваліфікацію працівників, створювати бізнес-центри, школи, для ефективного поглибленого вивчення та підготовки висококваліфікованих кадрів для подальшого розвитку ними сектору малого та середнього підприємництва. Необхідною також є тісна співпраця органів влади та бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проаналізувавши поточний стан підприємництва у місті Кременчуці, можна зробити висновок, що для сприяння розвитку цього сектору на регіональному рівні необхідно: працевлаштування молодих спеціалістів; підготовка і перепідготовка робочої сили; залучення прямих інвестицій; розвиток та вдосконалення інфраструктури для бізнесу; проведення засідань із залученням підприємців та міської влади для вирішення проблемних питань; вдосконалення податкового законодавства; наявність телефонних «гарячих ліній» з питань підприємництва; проведення міських форумів щодо взаємодії бізнесу та міської адміністрації; залучення фінансових установ до участі з питань розвитку бізнесу в місті; проведення різноманітних конкурсів з метою визначення найуспішніших бізнесменів міста.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. / З. С. Варналій. – К. : Знання-Прес, 2006. – 350 с.
2. Тимченко О. І. Проблеми та перспективи малого підприємництва в регіонах України / О. І. Тимченко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2015. –№ 6.
3. Головне управління статистики у Полтавській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pl.ukrstat.gov.ua
4. Офіційний веб-портал Кременчуцької міської ради та виконавчого комітету. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.kremen.gov.ua
5. Актуальний бізнес в Україні 2016-2017: ТОП 7 ідей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/aktualnyj-biznes-v-ukraine-top-7-vostrebovannyh-idej/

REFERENCES:

1. Varnalii Z. S. Osnovy pidpryiemnytstva: navch. posib. / Z. S. Varnalii. – K. : Znannia-Pres, 2006. – 350 s.
2. Tymchenko O. I. Problemy ta perspektyvy maloho pidpryiemnytstva v rehionakh Ukrainy / O. I. Tymchenko // Elektronne naukove fakhove vydannia «Efektyvna ekonomika». – 2015. –# 6.
3. Holovne upravlinnia statystyky u Poltavskii oblasti. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.pl.ukrstat.gov.ua
4. Ofitsiinyi veb-portal Kremenchutskoi miskoi rady ta vykonavchoho komitetu. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://www.kremen.gov.ua
5. Aktualnyi biznes v Ukraini 2016-2017: TOP 7 idei. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu:http://lemarbet.com/ua/biznes-v-ukraine/aktualnyj-biznes-v-ukraine-top-7-vostrebovannyh-idej/

Sakun L.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Karlyk Yu.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Ilchenko A.S.
Student
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

ANALYSIS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP OF THE CITY OF KREMENCHUG

Statement of the problem. The development of the business sector contributes to the growth of the economic level of the country by filling the market with goods, services, creation of new jobs for citizens (reduction of unemployment), by increasing the standard of living of the population.

Analysis of recent researches and publications. The essence and principles of entrepreneurship studied in many scientific works such as: A. Krivtsov, I., M. Demyanenko, Z. Varnaly, etc. Among a number of different factors economic growth the most significant consider the skilful realization of the entrepreneurial potential of citizens, efficient use of economic mechanism independent economic initiative rights, the recognition of entrepreneurship's indispensable force of economic dynamics, competitiveness and social prosperity.

Statement of the problem. The main aim of city authorities is to ensure the effective development of small and medium businesses by overcoming the problems that prevent this; the creation of proper conditions for realization of citizens ' right to engage in entrepreneurial activities.

The results of the study are: the General condition of small and medium enterprises in the city of Kremenchug can be described as unsatisfactory, as well as in major cities of Ukraine, city of Kremenchug entrepreneurs face major challenges that hinder their effective operation; the future of enterprise development can be represented by reforming 4 areas of the external environment, which have influence on entrepreneurial activity for efficiency: political, economic, social and technological field; the strengths of the city of Kremenchug, as a place for doing business are: the existence of a developed industrial sector with a significant number of large enterprises that are leaders of the Ukrainian business, heavy industry, favourable location of the city and availability of transport interchanges, well-developed light and food industry (meat-preserving factory, knitting factory).

Among the weaknesses of the city: the deterioration of the networks in the public sector, the underdevelopment of the market of qualified personnel of working specialties, the lack of affordable housing, poor environmental conditions, particularly high air pollution due to industrial emissions and the lack of public information about the state of the environment.

Insights from the study. So, analysing the current state of entrepreneurship in the city of Kremenchug, we can conclude that to facilitate the development of entrepreneurship in the city of Kremenchug need: the employment of young specialists; training and retraining of the workforce; attraction of direct investments; developing and improving infrastructure for business; meetings with participation of entrepreneurs and city authorities to address the problematic issues.

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ДИФУЗІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ЗНАННЄВИХ АКТИВІВ У СИСТЕМАХ МЕНЕДЖМЕНТУ

MODELING OF PROCESSES DIFFUSION INTELLECTUAL AND KNOWLEDGE ASSET IN THE SYSTEMS OF MANAGEMENT

УДК 005.336.4:334.716

Ситник Й.С.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту персоналу та адміністрування
Національний університет «Львівська політехніка»

У статті розглянуто моделювання процесів дифузії інтелектуально-знаннєвих активів в системі менеджменту підприємств. Запропоновано організаційно-комунікаційні моделі дифузії інтелектуально-знаннєвих здобутків серед персоналу систем менеджменту промислових підприємств у процесі їх інтелектуалізації, що дозволяє формувати динаміку зміни чисельності: інтелектуально активних фахівців, які є інтелектоносіями та поширюють новизну; фахівців системи менеджменту, які швидко сприймають інтелектуальну новизну; персоналу індиферентного до інтелектуальної новизни.

Ключові слова: *інтелектуалізація, система менеджменту, дифузія, інтелектуально-знаннєві активи, моделювання.*

В статье рассмотрено моделирование процессов диффузии интеллектуально-знаннєвых активов в системе менеджмента предприятий. Предложены организационно-коммуникационные модели диффузии интеллектуально-знаннєвых достижений среди персонала систем менеджмента промышленных предприятий в процессе их интеллектуализации, что позволяет формировать динамику изменения численности: интеллектуально активных специалистов, которые есть интеллектоносителями и распространяют новизну; специалистов системы менеджмента, которые быстро воспринимают интеллектуальную новизну; персонала индифферентного к интеллектуальной новизне.

Ключевые слова: *интеллектуализация, система менеджмента, диффузия, интеллектуально-знаннєвые активы, моделирования.*

The article deals with modeling diffusion processes intelligently and knowledge assets management system enterprises. The organizational and communication diffusion model intellectual and knowledge gains among personnel management systems of industrial enterprises in the process of intellectualization that allows you to create dynamic changes in the number: intellectually active professionals who are carriers of intelligence and disseminate innovation; experts management system that quickly perceive intellectual innovation; staff indifferent to intellectual innovation.

Key words: *intellectualization, system management, diffusion, intellectual and knowledge assets, modeling.*

Постановка проблеми. Зростання ролі інтелектуально-знаннєвої складової в забезпеченні конкурентоспроможності промислових підприємств окреслює нові реалії та вимагає нестандартних підходів у процесі трансформації систем менеджменту. Суттєвий вплив на такі перетворення має: стрімка індивідуалізація суспільства, а отже, і робочих місць, що пов'язано з процесами інформатизації та комунікаційності; суб'єктоцентризмом у процесі ухвалення управлінську-господарських та особистісних рішень, а також поширенням когнітивних та гуманітарних технологій в управлінні; зміна центрів влади.

У таких умовах індивід позбувається ролі гвинтика у виробничо-господарському механізмі підприємства і стає рівноправним учасником різних комунікаційних середовищ, в яких він спроможний виявити власну компетентність (організаційну, комунікативну та когнітивну) та креативність. Особистість у системі менеджменту стає індивідуалізованим центром економічних, соціальних та інтелектуально-знаннєвих взаємодій. Така інтерпретація становища стосовно персоналу підприємств вказує на нові потенціаломісткі умови управлінської діяльності, коли управляти потрібно не лише в комплексі, групами, але й – індивідами, особистостями та їх взаємодією.

Зауважимо, що у поворотний момент траєкторія розвитку фахово-управлінських здібностей персоналу підприємств (точка біфуркації) розділяється щонайменше на дві криві: здібності до виконання функціональних завдань та здібності до інтелектотворчої праці. Адже людський капітал інтегрує світогляд, ідеали, знання, професійно-діловий досвід, навики та вміння його носіїв. Прояв інтелектуальної активності у формі знаннєвих, духовно-ціннісних і культурологічно спрямованих потенціалів особистостей спрямованих на створення нових інтелектуально-знаннєвих активів, забезпечує для підприємств отримання інтелектуальної ренти та конкурентних переваг на ринку. Вище викладене вимагає зміни технологій та стандартів щодо організаційної, мотиваційної та інших функцій менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначені процеси вказують на інтелектуально нову ситуацію при актуалізації моделі управління, в якій людина, як слушно зазначають науковці [4, с. 53], розглядається з точки зору її «інформаційної сутності» як включена в низку «мережевих» спільнот, в яких вона виступає «інформаційним вузлом».

У цьому контексті варто виокремити філософсько-управлінське розуміння цієї проблематики П. Козловскі, який зазначає: «Існує напруженість між особистим світом приватних взаємин і безособовим світом організації. Існує також необхідність утримування особистісних елементів в безособових організаціях, які повинні мати елемент жит-

тєвого світу у своїх взаємодіях. Ціллю філософії менеджменту є примирення елементів життєсвіту в організації з її раціональною структурою та її духом раціональності, а також – надання раціональності світу особистих взаємин, не як колонізації організації або життєвого світу один одним, але визнаючи їх властивість бути взаємодоповнювальними» [16, с. 17-18]. Отже, німецький вчений актуалізує проблему інтегрування індивідуального та командного (системного) в управлінській та організаційній діяльності, яка набула широкого обговорення в сучасному менеджменті.

Саме тому дуже гострою постає проблема формування особистісного інтелектуального потенціалу спроможного на засадах інтегрування генерувати інтелектуально-знаннєві активи у системі менеджменту для командного застосування, їх комерціалізації та справедливого розподілу новоствореної доданої вартості між зацікавленими агентами впливу.

Адже така індивідуалізовано-командна взаємодія у створенні інтелектуально-знаннєвих активів у системах менеджменту підприємств суттєво трансформує та переоцінює сутність і роль менеджменту, його функції, методи, технології та моделі. Власне з метою формування найсприятливіших умов створення інтелектуально-знаннєвого продукту у системах менеджменту підприємств потрібно кардинально змінити чинну раціональну структуру (згадувану П. Козловскі) управлінської діяльності. У котрій замість консервативної, запрограмованої та стандартизованої праці менеджера чи фахівця, де їх вольова діяльність не завжди береться до уваги, а управління постає безсуб'єктним, постала – форма управління, яка б орієнтувалася на інтелектуальну особистість, її ірраціональне нелінійне мислення.

Зауважимо, що в умовах сьогодення існує низка своєрідних для інтелектуально-знаннєвої діяльності ефектів, що привертають увагу багатьох дослідників та менеджерів-практиків:

– дифузія інтелектуально-креативних ідей, інновацій та прав інтелектуальної власності, що відображає динамічний процес створення і використання нововведень, зокрема з урахуванням можливості (неможливості) захисту прав власності [2] та ризиковості у діяльності дифузерів-інноваторів [11];

– рівень конкуренції на ринку інтелектуальних продуктів та інтелектуальної власності, місткість ринку, прозорість та наявність бар'єрів входження на ринок, ціноутворення на ринку інтелектуальних продуктів і ін. [1; 9; 10; 14];

– закономірність присутності специфічної інформаційно-інтелектуальної інфраструктури та інтелектуальних середовищ розвитку підприємств [13; 15];

– розподіл «функцій» учасників інтелектуально-знаннєвого процесу у системі менеджменту [5; 6; 8], існування двох типових «функцій» – інтелектоносії (що володіють унікальним інтелектуальним продуктом (далі «продукт») і готові запропонувати його системі менеджменту підприємства та ринку) та користувачі-послідовники, які після інтелектоносіїв опановують нові інтелектуально-знаннєві продукти, застосовуючи їх у своїй функціональній діяльності, а також на їх основі модифікують чи розвивають свої продукти.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування моделей дифузії інтелектуально-знаннєвих активів у внутрішньому середовищі систем менеджменту підприємств у процесах їх інтелектуалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосування інтелектуально-знаннєвих здобутків залежить від низки чинників, зокрема: вольових з боку менеджменту підприємств, особистісно-цільових, мотиваційних та психологічних з боку інтелектоносіїв, інфраструктурних та інформаційно-комунікаційних у самій системі менеджменту.

Аналізування літературних джерел свідчить, що проблематика поширення знань, досвіду, інновацій широко досліджується як на макроекономічному, так і мікроекономічному рівнях. Зокрема, в управлінсько-прикладному аспекті на рівні підприємств та організацій досліджуються процеси дифузії інновацій із застосуванням економічно-математичного моделювання у низці наукових праць [7; 12].

З огляду на зазначене пропонуємо сценарії моделювання стосовно розвитку та поширення інтелектуально-знаннєвих активів у внутрішньому середовищі системи менеджменту підприємств.

Як відомо, однією із цілей інтелектуалізації є дифузія нових знань, ідей, інтелектуальних надбань, досвіду та новітнього фахового й управлінського інструментарію серед менеджерів, фахівців та всього персоналу підприємств. Тому завдання полягає у формування процесів дифузії інтелектуально-знаннєвих активів у системі менеджменту підприємств з метою досягнення результативності процесу інтелектуалізації, критеріальною ознакою якого є особистісне інтелектуально-знаннєве зростання.

Залежно від здатності генерувати інтелектуально-знаннєві здобутки та рівня інтелектуалізації системи менеджменту підприємства пропонуємо розділити персонал у системі менеджменту на три основні групи: інтелектуально активні фахівці; фахівці, які сприймають інтелектуальну новизну; персонал, який індиферентний до інтелектуальної новизни.

Для моделювання процесів дифузії інтелектуально-знаннєвих здобутків у системі менеджменту застосуємо основні положення, запропоновані в наукових працях В. Даніча, А. Епіфанова, О. Полякової [3; 12].

Нехай *K(t)* – чисельність фахівців системи менеджменту, які сприймають інтелектуальну новизну (ФСІН); *I(t)* – інтелектуально активні фахівці (ІАФ), які є інтелектоносіями та поширюють інтелектуально-знаннєві здобутки; *C(t)* – чисельність персоналу, який індиферентний до інтелектуальної новизни (ПІІН).

Тому загальна чисельність персоналу в системі менеджменту в t-му періоді складе:

$$N(t) = K(t) + I(t) + C(t)$$

Абстрагуємося від того, що весь персонал системи менеджменту підприємства рівномірно розподілений між різними підсистемами менеджменту та рівнями управління.

Розглянемо модель дифузії інтелектуально-знаннєвих здобутків з позиції впливу ІАФ на решту персоналу системи менеджменту. Так кожний ІАФ впливає на *h* працівників, які з ним інтегровані або взаємодіють. Зазначену взаємодію будемо трактувати, як взаємовпливи сторін у процесі здійснення їх професійної, функціональної та управлінської діяльності в межах системи менеджменту, зокрема, у сфері: обміну знаннями чи досвідом, комунікацій, спільного розроблення планів, програм, управлінських рішень тощо.

Питома вага персоналу ФСІН серед загальної чисельності персоналу в системі менеджменту становитиме: *K(t) / N(t)*, а чисельність ФСІН на котрих може впливати певний ІАФ, буде дорівнювати $h\frac{K(t)}{N(t)-1}$. Для спрощення можна прийняти $N(t)-1 \approx N(t)$. Відповідно, кожний ІАФ впливає на $h\frac{K(t)}{N(t)}$ ФСІН.

Нехай ймовірність поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків становить d_1, тоді один ІАФ поширює інтелектуально-знаннєві здобутки на $d_1 h\frac{K(t)}{N(t)}$ ФСІН.

Загальна кількість взаємозв'язків між персоналом, який має можливість поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків у *t*-й момент часу, становить *hI(t)*, але фактично відбувається зв'язок лише частини з них. Перший ІАФ поширює інтелектуально-знаннєві здобутки на $z_1 = d_1 h\frac{K(t)}{N(t)}$ ФСІН, другий на – $z_2 = d_1 h\frac{K(t)-z_1}{N(t)} = d_1 h\frac{K(t)}{N(t)}\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)}\right) = z_1\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)}\right)$, дальше z_3 тощо, а також останній $z_{i=1} = d_1 h\frac{K(t)-\sum_{k=1}^{i} z_k}{N(t)} = z_i\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)}\right)$.

Величина $\sum_{k=1}^{I(t)} z_k$ – це зменшення ФСІН, які не сприйняли у *t*-й момент часу інтелектуальної новизни. Їх чисельність показує собою суму геометричної прогресії:

$$\delta = d_1 h\frac{K(t)}{N(t)} \times \frac{1-\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)}\right)^{I(t)}}{1-\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)}\right)} =$$

$$= K(t) \times \left(1-\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)-1}\right)^{I(t)}\right).$$

Отже, дискретна модель зміни чисельності ФСІН (перехід їх до ІАФ) матиме вигляд:

$$\Delta K(t) = -K(t) \times \left(1-\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)-1}\right)^{I(t)}\right) \times \Delta t\ .$$

Через те, що *N(t)* – велике число, d_1 та *h* – малі величини, то $\left(1-\frac{d_1 h}{N(t)-1}\right)^{I(t)} \approx e^{-d_1 h\frac{I(t)}{N(t)}}$, тоді зміна чисельності ФСІН за період Δ*t* дорівнює:

$$\Delta K(t) = -K(t) \times \left(1-e^{d_1 h\frac{I(t)}{N(t)}}\right) \times \Delta t\ .$$

Тому, швидкість зміни ФСІН буде залежати від їх питомої ваги в загальній чисельності персоналу системи менеджменту підприємства, від кількості зв'язків між персоналом, а також ймовірності поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків. Ймовірність поширення d_1 характеризує сукупна взаємодія ІАФ та ФСІН без виокремлення сили впливу ІАФ і сприйняття ФСІН.

Чисельність ПІІН може зростати за рахунок ІАФ, які створили (впровадили) на *t*-й момент часу інтелектуально-знаннєві здобутки та призупинили на деякий час створювати нові або сприймати їх (цікавитись ними). Це може бути пов'язано із життєвим циклом інтелектуально-знаннєвих активів, продажем патенту на такі активи тощо. ІАФ, які впровадили або активно застосовують у своїй діяльності інтелектуально-знаннєві здобутки, на стадії їх активного використання та сталого розвитку системи завдяки їх здобуткам, стають тимчасово незацікавлені щодо іншої інтелектуальної новизни. Але внаслідок поступового переходу системи до стадії спаду їх зацікавленість та сприйняття інтелектуальної новизни знову зростає.

Чисельність ПІІН у системі менеджменту зменшується і за рахунок тих підсистем, де інтелектуально-знаннєві активи були придбані (залучаються) за рахунок трансферту із зовнішнього середовища або передані із інших структурних підрозділів підприємства (корпорації, холдингу). Не менш важливим чинником індиферентності персоналу стосовно інтелектуально-знаннєвих активів є організаційно-структурні зміни у системі менеджменту, штатно-посадові реорганізації, скорочення чисельності персоналу в окремих підрозділах, зміна стратегії і тактики діяльності підпри-

ємства, перетворення в операційній діяльності бізнес-процесів тощо.

Зважаючи на такі передумови, $\Delta C(t) = \left[q \times I(t) + G(t) \times I(t)\right] \times \Delta t$, де q – питома вага ПІІН, які переходять в ІАФ в одиницю часу за рахунок організаційно-структурних змін у системі менеджменту; $G(t)$ – функція ефективності впливу цільового інвестування (фінансового мотивування) процесів інтелектуалізації (інтелектоносіїв).

Тому загальний приріст ІАФ становитиме:

$$\Delta I(t) = \Delta K(t) + \Delta C(t).$$

Підсумкова система різних рівнянь моделі, яка окреслює зазначені процеси, набуде такого вигляду:

$$\begin{cases} \Delta K(t) = -K(t) \times \left(1 - e^{d_1 h \frac{I(t)}{N(t)}}\right) \times \Delta t, \\ \Delta I(t) = I(t) \times \left(1 + q + G(t)\right) + K(t) \times \left(1 - e^{d_1 h \frac{I(t)}{N(t)}}\right) \times \Delta t. \end{cases} \quad (1)$$

де $I(0)$, $K(0)$ – задані.

Тепер розглянемо модель поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків з позиції впливу інтелектуальної активності фахівців та чисельності фахівців системи менеджменту, які сприймають інтелектуальну новизну на чисельність персоналу, який індиферентний до інтелектуальної новизни.

Будь-хто з персоналу ПІІН взаємодіє з h фахівцями, серед яких питома вага ІАФ складає $\frac{I(t)}{N(t)-1}$, відповідно на ПІІН впливають $h\frac{I(t)}{N(t)-1}$ ІАФ.

Ймовірність поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків при поодинокій взаємодії становить d_1. Якщо передбачити вплив на одного працівника ПІІН декількох ІАФ, загальна ймовірність поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків складе $d_{cov} = 1 - (1 - d_1)^{\frac{hI(t)}{N(t)-1}}$. Отже, зростання чисельності ФСІН буде становити: $K(t) \times \left[1 - (1 - d_1)^{\frac{hI(t)}{N(t)-1}}\right]$, звідси $\Delta K(t) = K(t) \times \left[1 - (1 - d_1)^{\frac{hI(t)}{N(t)-1}}\right] \times \Delta t$.

Через те, що $N(t)$ – велике число, то $\frac{I(t)}{N(t)-1} \approx \frac{I(t)}{N(t)}$.

Аналогічно (1) отримаємо систему рівнянь:

$$\begin{cases} \Delta K(t) = K(t) \times \left[1 - (1 - d_1)^{\frac{hI(t)}{N(t)-1}}\right] \times \Delta t, \\ \Delta I(t) = I(t) \times \left(1 + q + G(t)\right) + K(t) \times \left[1 - (1 - d_1)^{\frac{hI(t)}{N(t)-1}}\right]. \end{cases} \quad (2)$$

де $I(0)$, $K(0)$ – задані.

Друга модель набагато ширше відповідає очікуваному механізму поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків у системі менеджменту підприємств. Вона дозволяє враховувати ефект синергії, що є принципово важливим аспектом у процесах цільового інтегрування та взаємодії персоналу. Синергійність такої взаємодії проявляється у зростанні ймовірності поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків і ефектів процесу інтелектуалізації системи менеджменту.

Нехай на ПІІН діє n джерел поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків (ІАФ). Позначимо явище поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків від i-го джерела в умовах одно осібності його впливу через Y_i, $i = 1..n$, а непоширення – $\overline{Y_i}$. Ймовірність поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків від i-го ІАФ $d(Y_i)$ дорівнює d_i, ймовірність непоширення – $d(\overline{Y_i}) = 1 - d_1$ відповідно.

Позначимо через A явище поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків на фахівця (працівника) одночасно (за період Δt) від декількох ІАФ.

$$Y = Y_1 + Y_2 + Y_3 + \ldots + Y_n.$$

Тоді $d(Y) = 1 - d(\overline{Y}) = 1 - d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right)$, де $d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right)$ – ймовірність непоширення інтелектуально-знаннєвих здобутків від n ІАФ за умов їх взаємодії (синергії), інтегрування.

$$d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right) = d\left(\overline{Y_1}\right) \cdot d\left(\overline{Y_2} / \overline{Y_1}\right) \cdot \ldots$$
$$\ldots \cdot d\left(\overline{Y_n} / \overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_{n-1}}\right).$$

Якщо впливи ІАФ взаємно незалежні, то ймовірність непоширення інтелектуально-знаннєвих здобутків від n ІАФ становить $\prod_{i=1}^{n}(1 - d_i)$, а поширення $d_{cov} = 1 - \prod_{i=1}^{n}(1 - d_i)$.

Синергійний ефект буде забезпечено, якщо ймовірність поширення $d_{cin} \neq d_{cov}$. Інакше кажучи:

$$1 - d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right) \neq 1 - \prod_{i=1}^{n}(1 - d_i),$$
$$d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right) \neq \prod_{i=1}^{n}(1 - d_i).$$

Ефект синергії залежить від виконання умови $d_{cin} > d_{cov}$. Тому,

$$d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right) < \prod_{i=1}^{n}(1 - d_i).$$

Умова буде виконуватися, якщо

$$d\left(\overline{Y_2} / \overline{Y_1}\right) < d\left(\overline{Y_2}\right),$$
$$d\left(\overline{Y_3} / \overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2}\right) < d\left(\overline{Y_3}\right),$$
$$\ldots$$
$$d\left(\overline{Y_n} / \overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_{n-1}}\right) < d\left(\overline{Y_n}\right).$$

Нехай $d\left(\overline{Y_2} / \overline{Y_1}\right) = \lambda_2 \cdot d\left(\overline{Y_2}\right)$, $d\left(\overline{Y_3} / \overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2}\right) = \lambda_3 \cdot d\left(\overline{Y_3}\right)$,

$$\ldots$$
$$d\left(\overline{Y_n} / \overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_{n-1}}\right) = \lambda_n \cdot d\left(\overline{Y_n}\right),\ 0 < \lambda_i < 1,\ i = 2..n.$$

Відтак

$$d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right) = \prod_{i=2}^{n} \lambda_i \cdot \prod_{i=1}^{n} d\left(\overline{Y_i}\right).$$

Враховуючи те припущення, що зростання довіри до інформації про певне явище чи подію, отриману із нового джерела, є пропорційним вже досягнутому рівню довіри до інформації про це явище, одержимо:

$$\lambda_{i+1} - \lambda_i = \eta\lambda_i\ ,\ -1 < \eta < 0,\ \ i = 2..n\ .$$

Візьмемо $\lambda_1 = 1$, тоді $\lambda_2 = 1 + \eta = \mu,\ \ 0 < \mu < 1,$ $\lambda_{i+1} = \mu\lambda_i$, а $\prod_{i=2}^{n} \lambda_i = \mu^{\frac{n(n-1)}{2}}$.

Отже,

$$d\left(\overline{Y_1} \cdot \overline{Y_2} \cdot \overline{Y_3} \cdot \ldots \cdot \overline{Y_n}\right) = \mu^{\frac{n(n-1)}{2}} \prod_{i=1}^{n} d\left(\overline{Y_i}\right) \qquad (3)$$

Множник $\mu^{\frac{n(n-1)}{2}}$ – демонструє збільшення ймовірності поширення інтелектуально-знаннєвих здобутків при синергійній взаємодії або (цільовій інтеграції) декількох ІАФ.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Формування організаційно-комунікаційних моделей дифузії інтелектуально-знаннєвих здобутків серед персоналу систем менеджменту промислових підприємств у процесі їх інтелектуалізації, дозволяє моделювати динаміку зміни чисельності: інтелектуально активних фахівців, які є інтелектоносіями та поширюють новизну; чисельності фахівців системи менеджменту, які швидко сприймають інтелектуальну новизну та персоналу, який за певних умов є індиферентний до інтелектуальної новизни; стосовно пропорційного розміщення у підсистемах менеджменту зазначених категорій персоналу проектуючи перспективи здійснення виробничо-господарської діяльності. Здійснення симуляційного експериментування із зазначеними моделями дозволить у прикладному аспекті визначити ймовірності дифузії інтелектуально-знаннєвих здобутків, час і обсяги такого поширення серед персоналу у системах менеджменту підприємств. У подальших дослідженнях запропоновані моделі разом із застосуванням організаційно-структурних, інформаційно-комунікаційних та управлінських заходів, а також моделей мотиваційного спрямування будуть підґрунтям розроблення комплексної моделі особистісного та системного інтелектуального зростання на підприємствах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку: монографія / В.Д. Базилевич, В.В. Ільїн; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К.: Знання, 2008. – 687 с.
2. Ванькович Л.Я. Класифікація дифузії результатів інноваційної діяльності підприємств / Л.Я. Ванькович // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua. – 2016. – С. 25-30.
3. Даніч В.М. Моделювання швидких соціально-економічних процесів : монографія / В.М. Даніч. – Луганськ : В-во СНУ ім. В. Даля.. – 2004. – 304 с.
4. Ільїна Г. Антропологічні виміри філософії управління / Г. Ільїна // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – №137. – С. 52-56.
5. Калюжна Н.Г. Потенціал системи управління підприємством: методологія, оцінювання та моделювання : монографія / Н.Г. Калюжна. – Луганськ : СПД Рєзніков, 2013. – 548 с.
6. Кісь С.Я. Формування системи забезпечення інтелектуалізації персоналу підприємства / С.Я. Кісь // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск №5. – 2015. – С. 31-34.
7. Московкин В.М. Основы концепции диффузии инноваций / В.М. Московкин // Бизнес Информ. – 1997.
8. Олексів І.Б. Групи економічного впливу та методи узгодження їх інтересів в системі управління підприємством: [дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.04 економіка та управління підприємствами] / І.Б. Олексів. – Львів, 2014. – 431 с.
9. Пічкурова З.В. Сучасний стан і тенденції розвитку світового ринку інтелектуальної власності / З.В. Пічкурова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 9-1. Частина 2. – 2014. – С. 22-25.
10. Река Г.В. Особливості ціноутворення на ринку інтелектуальних продуктів / Г.В. Река // Науковий вісник НЛТУ України . – 2009. – Вип. 19.3. – С. 305-309.
11. Роджерс Е.М. Дифузія інновацій / Е.М. Роджерс // Пер. з англ. Василя Старка. – К.: Вид. Дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 591 с.
12. Сучасні та перспективні методи і моделі управління в економіці [Текст] : монографія у 2 ч. / за ред. д-ра екон. наук, проф. А.О. Епіфанова. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – Ч.1. – 232 с.
13. Череп А.В., Ярмош В.В. Недоліки системи управління інтелектуальною власністю підприємств / А.В. Череп, В.В. Ярмош // Вісник Запорізького національного університету. – № 2(6). – 2010. – С. 88-90.
14. Швець, Г.О. Недобросовісна конкуренція в сфері інтелектуальної власності / Г.О. Швець, К.М. Гаргала // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 31, Т. 1. – С. 267–271.
15. Шпак Н.О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств [Текст] : монографія / Н.О. Шпак; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л.: Вид-во Львівської політехніки, 2011. – 327 с.
16. Koslowski P. Elements of a Philosophy of Management and Organization / P. Koslowski. – Berlin : Springer, 2010. – 212 p., с. 17–18.

REFERENCES:

1. Bazylevych V.D. Intelektualna vlasnist: kreatyvy metafizychnoho poshuku: monohrafiia / V.D. Bazylevych, V.V. Ilin; Kyiv. nats. un-t im. T.Shevchenka. — K.: Znannia, 2008. – 687 c.
2. Vankovych L.Ya. Klasyfikatsiia dyfuzii rezultativ innovatsiinoi diialnosti pidpryiemstv / L.Ya. Vankovych // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua. – 2016. – S. 25-30.
3. Danich V.M. Modeliuvannia shvydkykh sotsialno-ekonomichnykh protsesiv : monohrafiia / V.M. Danich. – Luhansk : V-vo SNU im. V. Dalia.. – 2004. – 304 s.
4. Ilina H. Antropolohichni vymiry filosofii upravlinnia / H. Ilina // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika. – 2012. – #137. – S. 52-56.
5. Kaliuzhna N.H. Potentsial systemy upravlinnia pidpryiemstvom: metodolohiia, otsiniuvannia ta modeliuvannia : monohrafiia / N.H. Kaliuzhna. – Luhansk : SPD Rieznikov, 2013. – 548 s.

6. Kis S.Ya. Formuvannia systemy zabezpechennia intelektualizatsii personalu pidpryiemstva / S.Ya. Kis // Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Vypusk #5. – 2015. – S. 31-34.

7. Moskovkin V.M. Osnovy kontseptsii diffuzii innovatsiy / V.M. Moskovkin // Biznes Inform. – 1997.

8. Oleksiv I.B. Hrupy ekonomichnoho vplyvu ta metody uzghodzhennia yikh interesiv v systemi upravlinnia pidpryiemstvom: [dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: spets. 08.00.04 ekonomika ta upravlinnia pidpryiemstvamy] / I.B. Oleksiv. – Lviv, 2014. – 431 s.

9. Pichkurova Z.V. Suchasnyi stan i tendentsii rozvytku svitovoho rynku intelektualnoi vlasnosti / Z.V. Pichkurova // Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. – Vypusk 9-1. Chastyna 2. – 2014. – S. 22-25.

10. Reka H.V. Osoblyvosti tsinoutvorennia na rynku intelektualnykh produktiv / H.V. Reka // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy . – 2009. – Vyp. 19.3. – S. 305-309.

11. Rodzhers E.M. Dyfuziia innovatsii / E.M. Rodzhers // Per. z anhl. Vasylia Starka. – K.: Vyd. Dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2009. – 591 s.

12. Suchasni ta perspektyvni metody i modeli upravlinnia v ekonomitsi [Tekst] : monohrafiia u 2 ch. / za red. d-ra ekon. nauk, prof. A.O. Epifanova. – Sumy : DVNZ «UABS NBU», 2008. – Ch.1. – 232 s.

13. Cherep A.V., Yarmosh V.V. Nedoliky systemy upravlinnia intelektualnoiu vlasnistiu pidpryiemstv / A.V. Cherep, V.V. Yarmosh // Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. – # 2(6). – 2010. – S. 88-90.

14. Shvets, H.O. Nedobrosovisna konkurentsiia v sferi intelektualnoi vlasnosti / H.O. Shvets, K.M. Harhala // Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu : zb. naukovykh prats / PDTU. – Mariupol, 2016. – Vyp. 31, T. 1. – S. 267–271.

15. Shpak N.O. Osnovy komunikatsiinoho menedzhmentu promyslovykh pidpryiemstv [Tekst] : monohrafiia / N.O. Shpak; Nats. un-t «Lviv. politekhnika». – L.: Vyd-vo Lvivskoi politekhniky, 2011. – 327 s.

16. Koslowski P. Elements of a Philosophy of Management and Organization / P. Koslowski. – Berlin : Springer, 2010. – 212 p., c. 17–18.

Sytnyk Y.S.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Personnel Management and Administration
Lviv Polytechnic National University

MODELING OF PROCESSES DIFFUSION INTELLECTUAL AND KNOWLEDGE ASSET IN THE SYSTEMS OF MANAGEMENT

The increasing role of intellectual knowledge component in ensuring the competitiveness of industrial enterprises and outlines new reality requires innovative approaches in the transition management systems. The identity management system is individualized centre of economic, social and intellectual knowledge interactions. This interpretation of the situation regarding the staff of enterprises indicating potential new capacious terms of management, when you need to control not only complex groups, but – individuals and their interaction.

The study aims to develop models of diffusion of intellectual knowledge assets in the internal environment management systems of companies in the process of intellectualization.

One of the goals of intellectualization is the diffusion of new knowledge, ideas and intellectual achievements, experience and modern professional and management tools among managers, professionals and all personnel. The task is to build processes of diffusion intellectual knowledge assets management system to achieve business process efficiency intellectualization, criteria feature of which is the personal intellectual knowledge growth.

Depending on the ability to generate intellectual knowledge and achievements of intellectualization management system offer enterprise divided in staff management system into three main groups: intellectually active professionals; experts who perceive intellectual novelty; staff indifferent to intellectual innovation.

Established that the rate of change professionals perceive intellectual novelty will depend on their share in the total number of personnel systems management. And the number of links between the staff and the probability of spreading knowledge of intellectual achievements.

Number of staff indifferent to intellectual innovation management system reduces the expense of the subsystems where intellectual knowledge assets were acquired by transfer from the environment or transferred to other subdivisions of the enterprise (corporation, holding). An equally important factor indifference personnel about intellectual knowledge assets are organizational and structural changes in the system management. As well as regular officers and reorganization, reduction of personnel in certain departments, a change of strategy and tactics of the company, converting in operating activities of business processes and so on.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

METHODICAL APPROACH OF INNOVATIVE POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ESTIMATION

УДК 330.341.1

Стеблюк Н.Ф.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровський державний технічний університет
Журавель І.І.
студентка
Дніпровський державний технічний університет

Досліджено значущість інноваційного потенціалу, як основа і результат інноваційного розвитку підприємства. Виявлено, що управління інноваційним потенціалом є однією з найважливіших задач для будь-якого підприємства. Розглянуто методичний підхід до оцінювання інноваційного потенціалу на основі теорії рефреймінгу. Запропоновано заходи для підвищення рівня розвитку інноваційного потенціалу на підприємстві ПАТ «Інтерпайп НТЗ».

Ключові слова: *інноваційний потенціал підприємства, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія, рефреймінг, фрейм.*

Исследована значимость инновационного потенциала, как основа и результат инновационного развития предприятия. Выявлено, что управление инновационным потенциалом является одной из важнейших задач для любого предприятия. Рассмотрен методический подход к оценке инновационного потенциала на основе теории рефреймминга. Предложены меры для повышения уровня развития инновационного потенциала на предприятии ОАО «Интерпайп НТЗ».

Ключевые слова: *инновационный потенциал предприятия, инновационное развитие, инновационная стратегия, рефреймминг, фрейм.*

The article explored the importance of innovation potential as the basis of innovation and enterprise development. There was found that the innovative potential is one of the most important tasks for any company. The methodical approach to the evaluation of innovative potential was examined based on the theory of reframing. Measures to enhance the innovative capacity of the company JSC "Interpipe NTZ" were offered.

Key words: *innovative potential of enterprise, innovation development, innovation strategy, reframing, frame.*

Постановка проблеми. Для вітчизняних підприємств забезпечення інноваційного розвитку є, по суті, єдиною передумовою їх виживання та потенційного виходу на світові ринки.

Тому підприємствам в Україні слід приділяти більшу увагу вивченню питань сутності та складових власного інноваційного потенціалу. До того ж, успішне управління інноваційним потенціалом у сучасних умовах слід розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, а отже власне його існування.

Аналіз досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження й вирішення питань інноваційного потенціалу підприємств зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Ілляшенко С. М., Фатхутдинов Р. А., Гриньов А. В., Смиронова Г.А., Тітова М. М., Мазур Є. [1-6]. В той же час деякі питання щодо розробки методів оцінки та вибору показників ефективності інновацій, інноваційного потенціалу розроблені недостатньо та потребують подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування методичного підходу до оцінки та визначення напрямків розвитку інноваційного потенціалу підприємства на основі теорії рефреймінгу.

Виклад основного матеріалу. Вагоме місце у стратегії інноваційної діяльності підприємства посідає її наявний інноваційний потенціал, від можливостей використання якого залежить як ефективність впровадження інноваційної стратегії, так і результативність функціонування всього організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємства.

Інноваційний потенціал підприємства розглядається як комплексна категорія, яка характеризує частоту і ефективність впровадження на підприємстві інновацій, їх розробку, готовність персоналу до змін. Оскільки ризик під час фінансування, модернізації та оновлення виробництва є досить високим, оцінка інноваційного потенціалу підприємства з урахуванням його інтелектуальної складової дасть змогу потенційним інвесторам зорієнтуватися в прийнятті рішень щодо виділення коштів з метою реалізації інноваційної стратегії розвитку. Таким чином, інноваційний потенціал підприємства є важливим інформаційним ресурсом в процесі управління його розвитком [1].

Ефективність інноваційного процесу залежить від стану інноваційного потенціалу підприємства, основу якого складають фінансові, матеріальні, кадрові, інтелектуальні та інші ресурси.

Саме тому важливим є підвищення інноваційного потенціалу підприємства, що передбачає необхідність моніторингу інноваційного потенціалу та оцінки його в процесі реалізації [2].

Аналізуючи різні підходи та методики щодо оцінювання інноваційного потенціалу [1-6], розглянемо теорію рефреймінгу [3] .

Суть рефреймінгу полягає в баченні речей у різних перспективах або в різному контексті. Фрейм розглядається як багатокомпонентний концепт, смислове уявлення, модель, що містить певний обсяг інформації, описує якусь стереотипну ситуацію, фрагмент дійсності. Це одиниця знань, що ієрархічно організована навколо певного поняття, містить дані про істотне, типове і можливе для цього поняття, що складається з вузлів і зв'язків між ними. Отже фрейми – це рамки розгляду

питання необхідності та спрямованості стратегічних змін на підприємстві [3].

Є 9 фреймів, що визначаються станом як зовнішнього середовища підприємства прямого і непрямого впливу, так і інтегральним станом внутрішнього середовища підприємства. Їм відповідають певні сценарії інноваційного розвитку підприємства. Визначають інтервали значень інтегрального показника стану зовнішнього і внутрішнього середовища.

З урахуванням можливих варіантів співвідношення внутрішнього стану підприємства та стану зовнішнього середовища необхідно визначити певні сценарії інноваційного розвитку підприємства.

Таким чином, оцінка інноваційного потенціалу, а також рішення щодо вибору ключових напрямків управління стратегічними змінами щодо інноваційного розвитку з метою підвищення конкурентоспроможності та ринкової вартості залежать від того, в якому фреймі підприємство знаходиться в поточному періоді та в якому воно планує знаходитися в майбутньому.

Етапи моделювання оцінки ІП на підприємстві наведено на рис. 1.

Базою дослідження для оцінки інноваційного потенціалу було обрано підприємство ПАТ «Інтерпайп НТЗ».

ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод» – це сучасне підприємство, одне з найбільших у галузі на Україні, має сучасне обладнання, технології, що спеціалізується на виробництві безшовних труб для видобутку і транспортування продуктів в нафтогазовидобувній галузі, труб спеціального призначення для машинобудування та енергетичної промисловості, труб загального призначення для застосування в інших промислових галузях, а також коліс і бандажів для залізничного транспорту.

На ринку залізничних коліс і бандажів ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод» є монополістом в межах України, а також одним з найбільших експортерів суцільнокатаних залізничних коліс в світі.

Для оцінки стану зовнішнього і внутрішнього середовища було використано різні методи, такі як: SWOT-аналіз; PEST- аналіз; Gap-аналіз; аналіз рівня конкуренції в галузі за моделлю «П'ять сил конкуренції» М. Портера та ін.

За результатами дослідження отримуємо такі результати. Перший етап передбачає оцінку стану зовнішнього середовища підприємства. Результати надані в табл. 1.

Таблиця 1

Оцінка зовнішнього стану підприємства

Позначення	Показник	Значення
a_1	Оцінка ринків збуту	0,40
a_2	Оцінка кадрових ресурсів	0,70
a_3	Оцінка конкуренції	0,75
a_4	Оцінка екологічної політики	0,80
a_5	Оцінка динаміки валютних курсів	0,30
a	**Оцінка зовнішнього стану**	**0,59**

Узагальнений показник зовнішнього стану підприємства:

$$a = \frac{0,4 + 0,7 + 0,75 + 0,8 + 0,3}{5} = 0,59 \qquad (1)$$

Рівень інтегрального показника зовнішнього середовища – нейтральне[3]. А саме значення показників визначається за методом експертних оцінок.

Переходимо до оцінки внутрішнього середовища підприємства – етап другий. Відносно оцінки внутрішнього середовища, науковець Фатхутдинов Р.А. запропонував взяти за основу систему показників, які представлені в табл. 2 [4].

Розрахунок оцінки внутрішнього середовища підприємства ПАТ «Інтерпайп НТЗ» подано в табл. 3.

Показник внутрішнього стану підприємства:

$$b = \frac{0,43 + 0,60 + 0,62 + 0,75 + 0,49 + 0,53 + 0,58}{7} = 0,57 \qquad (2)$$

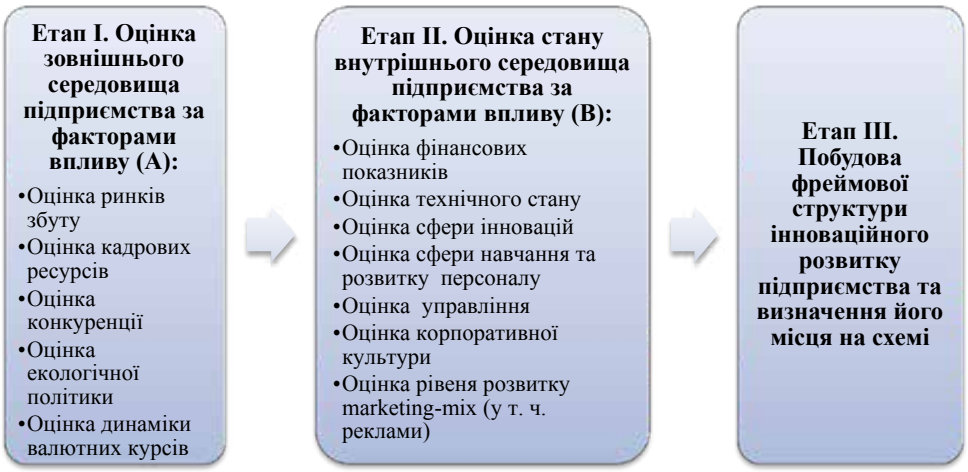


Рис. 1. Моделювання сценарію стратегічних змін на підприємстві

Рівень інтегрального показника внутрішнього середовища – стан стабілізації [3].

Останнім етапом – побудова фреймової структури сценаріїв інноваційного розвитку та визначення місця підприємства на ній.

Оскільки зовнішнє середовище підприємства було оцінено у 0,59 та внутрішнє також опинилось у 0,57, то підприємство потрапило у точку з координатами (0,59;0,57), тобто у фрейм С5 (стан стабілізації підпри-ємства в умовах нейтрального зовнішнього середовища) (рис 2.)

Це означає, що поряд з достатньо розвинутим зовнішнім середовищем підприємство не може утримати своє внутрішнє середовище на високому рівні, але все ж у підприємства є значні перспективи здійснення стратегічних змін.

З метою підвищення рівня розвитку інноваційного потенціалу необхідно запровадити наступні заходи:

– запровадити гнучку кредитно-страхову систему забезпечення виконання інноваційних проектів;

– сприяти розвитку співпраці підприємства з освітніми та науково-дослідними установами в галузі вдосконалення інноваційної діяльності підприємства;

– впровадити механізм страхування ризиків, що пов'язані із реалізацією інноваційних проектів;

– впровадити систему заходів, спрямованих на вдосконалення кадрової політики з метою мотивації інноваційної активності персоналу, підвищення кваліфікації суб'єктів підприємницької діяльності;

– розробити механізм стимулювання працівників залучених до науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, результати оцінки стану складових інноваційного потенціалу повинні лягти в основу розробки комплексу заходів, спрямованих на створення дієвого механізму підвищення інноваційного потенціалу підприємства. Дотримання зазначеної послідовності оцінки інноваційного потенціалу підприємства дозволить сформулювати найбільш повну характеристику інноваційного потенціалу та допоможе виявити можливості для його підвищення на підприємстві.

Таблиця 2

Система показників оцінки інноваційного потенціалу підприємств

Група	Показники
Перша – показники оцінки виробничо-технологічного потенціалу (ВТП)	1. Вартість та ступінь зносу основних виробничих засобів підприємства, коефіцієнт оновлення основних виробничих засобів
	2. Фондовіддача, матеріаломісткість, коефіцієнт оновлення продукції
Друга – показники оцінки кадрового потенціалу (КП)	1. Продуктивність праці, коефіцієнт підвищення кваліфікації персоналу
	2. Коефіцієнт підвищення професійних вимог
Третя – показники оцінки фінансового стану (ФС)	1. Річний приріст на НДДКР і освоєння нововведень зі всіх джерел фінансування
	2. Коефіцієнт платоспроможності, фінансування, забезпеченості власними оборотними засобами
	3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу
Четверта – показники оцінки науково-технічного потенціалу (НТП)	1. Об'єм інноваційної продукції в загальному обсягу виробництва, %
	2. Кількість отриманих патентів, винаходи, товарні знаки, промислові зразки, ноу-хау
П'ята – показники оцінки управлінсько-організаційного потенціалу (УОП)	1. Організація процесу планування, система інноваційних підприємств
	2. Форми управління інноваційною діяльністю, система стратегічного і тактичного планування

Таблиця 3

Оцінка внутрішнього стану підприємства

Позначення	Показник	Значення
b_1	Оцінка фінансових показників	0,43
b_2	Оцінка технічного стану підприємства	0,60
b_3	Оцінка сфери інновацій	0,62
b_4	Оцінка сфери навчання та розвитку персоналу	0,75
b_5	Оцінка управління	0,49
b_6	Оцінка корпоративної культури	0,53
b_7	Оцінка рівеня розвитку marketing-mix (у т. ч. реклами)	0,58
b	Оцінка внутрішнього стану	0,57

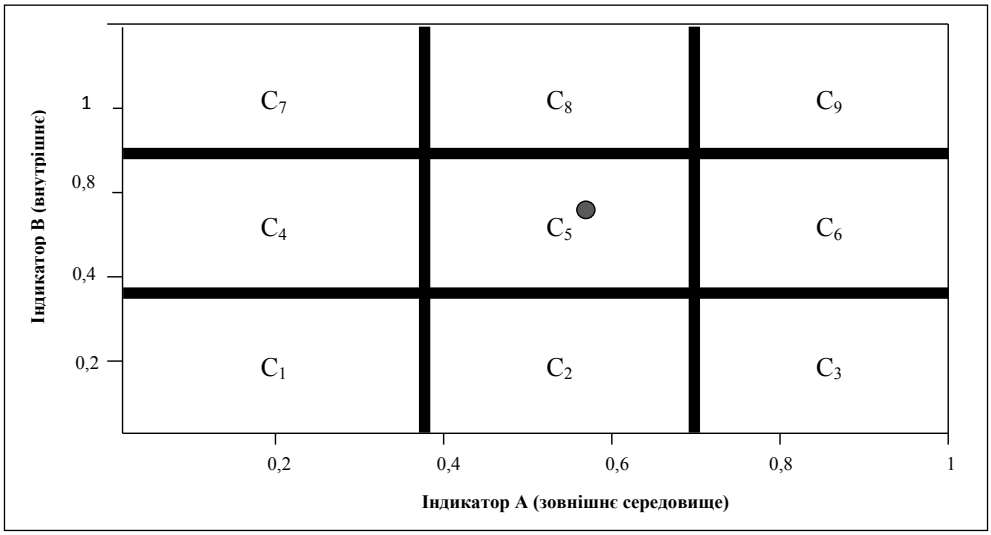


Рис. 2. Фреймова структура сценаріїв інноваційного розвитку підприємства ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ильяшенко С. Н. Составляющие инновационного потенциала субъекта хозяйственной деятельности / С. Н. Ильяшенко, Ю. С. Шипулина // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». – 2002. – № 7(40). – С. 118–125.
2. Гриньов А. В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / А. В. Гриньов // Проблеми науки. – 2003. – № 12. – С. 12–17.
3. Козаченко С.В. Управління змінами. Нові організаційно-методичні підходи: Монографія / С. В. Козаченко, В. О. Ярошенко – К: ПК Україна, 2003. – 107 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Інноваційний менеджмент: підручник для студентів вузів за фахом і напрямом «менеджмент» / Р.А. Фатхутдинов. − М.: Бізнес-школа «Інтел-Синтез», 1998. − С. 324.
5. Смиронова Г.А. Инновационный потенциал предприятий, его оценка и методы реализации / Г. А. Смиронова, М. Н. Титова, Е. П. Мазур и др. // Инновации. – 2001. – № 7 (44). – С. 49–51.
6. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник / Л. І. Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.

REFERENCES:

1. Il'yashenko S. N. Sostavlyayushchie innovatsionnogo potentsiala sub'ekta khozyaystvennoy deyatel'nosti / S. N. Il'yashenko, Yu. S. Shipulina // Visnik Sums'kogo derzhavnogo universitetu. Seriya "Ekonomika". – 2002. – № 7(40). – S. 118–125.
2. Hrynov A. V. Otsinka innovatsiinoho potentsialu pidpryiemstva / A. V. Hrynov // Problemy nauky. – 2003. – # 12. – S. 12–17.
3. Kozachenko S.V. Upravlinnia zminamy. Novi orhanizatsiino-metodychni pidkhody: Monohrafiia / S. V. Kozachenko, V. O. Yaroshenko – K: PK Ukraina, 2003. – 107 s.
4. Fatkhutdynov R.A. Innovatsyiinyi menedzhment: pidruchnyk dlia studentiv vuziv za fakhom i napriamom «menedzhment» / R.A. Fatkhutdynov. − M.: Biznesshkola «Intel-Syntez», 1998. − C. 324.
5. Smironova G.A. Innovatsionnyy potentsial predpriyatiy, ego otsenka i metody realizatsii / G. A. Smironova, M. N. Titova, E. P. Mazur i dr. // Innovatsii. – 2001. – № 7 (44). – S. 49–51.
6. Fedulova L. I. Innovatsiina ekonomika: Pidruchnyk / L. I. Fedulova. – K.: Lybid, 2006. – 480 s.

Stebliuk N.F.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Organizational Management and Administration
Dniprovsk State Technical University
Zhuravel I.I.
Student
Dniprovsk State Technical University

METHODICAL APPROACH OF INNOVATIVE POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES ESTIMATION

The article explored the importance of innovation potential as the basis of innovation and enterprise development. There was found that the innovative potential is one of the most important tasks for any company. The methodical approach to the evaluation of innovative potential was examined based on the theory of reframing. The latter is seeing things in different perspectives or in different contexts. Frame is considered as a multi-concept semantic representation model that contains a wealth of information that describes some stereotypical situation, fragment of reality.

JSC “Interpipe Nyzhniodniprovsk Piping” was chosen as the base of innovative capacity. JSC “Interpipe NTZ” – a modern enterprise, one of the largest in Ukraine has advanced equipment, technologies, methods of maintenance and quality control of steel pipes, wheels, tires, ring products, and the production of some products – unique in Ukraine. Scenario-modelling strategic changes the company accomplished according to the following stages: assessment of environmental enterprise; assessment of the internal environment; construction framing structure innovation.

The study yields: the first stage – assessment of the environment (0.59); second – assessment of the internal environment (0.57); The third stage – the construction of frame structures innovation and determine its place in the diagram (C5 frame). It means that along with sufficiently developed enterprise environment cannot keep their internal environment at a high level, yet the company has great prospects implement strategic changes. The measures were offered to improve the capacity for innovation, such as introduce a flexible credit insurance system for ensuring the implementation of innovative projects; promote cooperation venture with educational and research institutions in improving the innovation enterprise; develop mechanism to stimulate employees involved in research and development work and more.

ІНТЕГРАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

INTEGRAL METHODS OF ESTIMATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF ENTERPRISE

УДК 658

Стец І.І.
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільський національний економічний університет

У статті досліджено сучасні концепції і теоретико-методологічні підходи до визначення ефективності діяльності підприємства, проаналізовано та систематизовано методи її оцінювання. Запропонована методика оцінювання ефективності функціонування підприємства на основі визначення операційної ефективності здійснюваних ним бізнес-процесів.

Ключові слова: *ефект, економічна ефективність, методи оцінювання ефективності, операційна ефективність, бізнес-процес.*

В статье исследованы современные концепции и теоретико-методологические подходы к определению эффективности деятельности предприятия, проанализированы и систематизированы методы её оценки. Предложена методика оценки эффективности функционирования предприятия, на основе определения операционной эффективности осуществляемых им бизнес-процессов.

Ключевые слова: *эффект, экономическая эффективность, методы оценки эффективности, операционная эффективность, бизнес-процесс.*

In the article modern conceptions and theoretical and methodical approaches are probed near determination of efficiency of activity of enterprise, analysed and systematized methods of its estimation. The method of estimation of efficiency of functioning of enterprise is offered, on the basis of determination of operating efficiency of business processes.

Key words: *effect, economic efficiency, methods of estimation of efficiency, operating efficiency, business process.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах кризи, жорсткої конкуренції, невизначеності зовнішнього оточення, глобалізації економіки підприємствам в Україні для ухвалення й обґрунтування адекватних управлінських рішень потрібне удосконалення методичних підходів до оцінювання ефективності їхньої діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній науці дослідженню методів оцінювання ефективності функціонування підприємств різних галузей економіки присвячені роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних дослідників: А.А. Вороніна, З.В. Вдовенка, І.В. Гонтарової, А.В. Єфремова, Н.В. Каткової, Р. Каплана, М.В. Мейера, О.Б. Наумова, Д. Нортона, Т.С. Хачатурова, А.В. Шегди й інших. Різноманіття методичних підходів до оцінювання ефективності не ураховує функціонування сучасних підприємств в умовах інтегрованих бізнес-процесів, що концептуально відмінне від їхньої діяльності на основі функціональної спеціалізації, й це зумовлює необхідність детального опрацювання питань, пов'язаних із формуванням інтегральних методів та систем оцінних показників.

Постановка завдання. Проблематика, що склалася, обумовлює потребу у гнучкому методичному підході, що комплексно враховує вимоги сучасного ділового середовища й забезпечує підприємство необхідним методичним інструментарієм оцінювання ефективності й зумовлює необхідність розробки інтегрованих моделей оцінювання ефективності бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Актуальність завдань економічного оцінювання результатів функціонування господарюючих суб’єктів є неминущою й спонукає підприємства до нового погляду на аспекти своєї діяльності. Проблема оцінювання ефективності процесу виробництва, як будь-якого процесу, здійснюваного людиною, залишається однією із щонайгостріших і актуальних економічних проблем. Багато десятиліть ведуться наукові дискусії про теоретичні, методологічні й прикладні аспекти цієї проблеми, не припиняючись й у наші дні. Найзагальніше ефективність будь-якого процесу чи виду діяльності характеризує рівень досягнення поставленої мети.

Хачатуров Т.С. [1] таким чином визначає цю категорію: ефективність (соціальна й економічна) є відношенням економічного або соціального ефекту до витрат, необхідних для його досягнення. Тобто, ефективність є відносним ефектом, результативністю проектів, напрямів діяльності, бізнес-процесів, операцій, визначуваною відношенням отриманого ефекту, результату до затрат, витрат, що його зумовили й забезпечили.

Власов П.К. і Кисельова А.А. [2] визначають ефективність, як кращий результат функціонування, отриманий за найменший час, за витрат найменшої кількості ресурсів, що забезпечує довгострокову перспективу. При такому підході у визначенні ефективності відсутня база порівняння й вона розглядається виключно, як «миттєва» категорія, найменша кількість ресурсів перетворюється на їхню відсутність, й, відповідно, ефективність стає фізично недосяжною. Науковці приходять до висновку, що ефективність є відносною і істотною мірою – суб'єктивною.

Зауважимо, що ефект і ресурси повинні мати однакову одиницю виміру (як правило, вартісну), що навіть у чисто економічних розрахунках утруд-

нене, до прикладу, проблема оцінювання нематеріальних активів, соціального, психологічного або екологічного ефекту. Проблема ефективності завжди є проблемою вибору – які види продукції і яким способом виробляти, як їх розподіляти, які й скільки ресурсів використовувати для споживання – поточного й майбутнього. У підтвердження такого підходу Всесвітній банк стосовно характеристики окремих країн визначає ефективність, як здатність використовувати виробничий потенціал для задоволення суспільних потреб.

Інтегральний показник ефективності на різних рівнях економічної системи залежить від ефективності виробництва, управління, соціальної сфери. Економічну ефективність можна охарактеризувати якісно й кількісно. Якісна характеристика відображає її логічний, теоретичний зміст, тобто, суть категорії. Кількісна – розкриває дію закону заощадження часу при досягненні цілей.

Теоретичний аналіз показує, що для оцінювання ефективності функціонування підприємства необхідне не лише достатнє дослідження існуючих концепцій, але й обґрунтування нових теоретичних й оновлення прикладних підходів до цієї проблеми.

Перші моделі виміру й оцінювання ефективності діяльності підприємств були розроблені у 1920-х роках й будувалися виключно на основі фінансових показників (до прикладу, показник ROI, мультиплікативна модель Дюпона).

Р. Каплан і Д. Нортон [3] розглядають найбільш поширений метод оцінювання ефективності функціонування підприємства, заснований на збалансованій системі показників для аналізу й оцінювання ефективності на кожному рівні у ієрархії управління. Вадою системи є її складність, обмеженість у формуванні показників та області застосування. Американські економісти зауважують, що останніми роками інтелектуальний капітал, нематеріальні активи, не відображені у фінансовій звітності підприємства, набагато більше впливають на ефективність діяльності підприємств і їхню ринкову вартість, аніж фінансові і реальні активи. У цьому – головна проблема оцінювання вартості підприємства і його ефективності.

Двоїста природа ефективності бізнесу вимагає переосмислення теорії ефективності. М.В. Мейер [4] зауважує, що сучасне поняття ефективності, яке є за суттю економічним, не визнає можливості її повного виміру. Сучасна концепція оцінювання ефективності базується на оцінюванні майбутніх грошових потоків і їхньому дисконтуванні до поточної вартості. Іншими словами, підприємство є активом, здатним генерувати грошові потоки – у сьогоденні і в майбутньому. Майбутні грошові потоки виміряти точно не можливо за визначенням, рівно й як виміряти довгострокову стійкість і ефективність підприємства. Реально можна оцінити поточні грошові потоки (фінансові результати), чинники впливу на грошові потоки у майбутньому (нефінансові показники), й приблизно оцінити майбутні грошові потоки (ціни на акції). Науковець пропонує ефективність функціонування суб'єкта господарювання оцінювати за допомогою процесно-орієнтувального аналізу рентабельності (Activity-Based Profitability Analysis, ABPA), особливістю якої є можливість відокремлення рентабельних процесів від нерентабельних й проведення цього процесу для кожного споживчого сегменту, визначення рентабельності певних продуктів і послуг й рекомендація саме цих продуктів або послуг до продажу, можливо із знижкою. У ідеалі, як вважає науковець, показники ефективності будь-якого бізнесу повинні відповідати таким критеріям: мінімальності; придатності для прогнозування; всеохоплюючого характеру, стабільності, зв'язку загальних і специфічних показників.

Для систематизації багато учених розподіляють існуючі методи оцінювання ефективності функціонування підприємств на два підходи: кількісний і якісний. Найбільш опрацьованими методами кількісного оцінювання ефективності підприємств є вартісній і фінансово-економічний методи. У кількісному оцінюванні виділяють такі групи показників: вартісні; часові; технічні; показники якості й відповідності вимогам клієнтів. У якісних підходах дослідники акцентують увагу на організаційному, функціональному, соціальному, екологічному й інших аспектах діяльності підприємства. У сучасних умовах зовнішнього підприємницького середовища, що нестримно змінюється, не можна обмежуватися лише економічною стороною проблеми. Якісні методи оцінювання ґрунтуються на порівняльних характеристиках, візуальному вивченні, а також експертному оцінюванні аналізованих економічних явищ. Це методи ранжирування шляхом експертного оцінювання, аналіз відповідності світовим стандартам якості, візуальний аналіз графічних схем й інші.

Вдовенком З.В. [5] розглядаються математичні підходи до оцінювання ефективності діяльності суб'єкта господарювання, при цьому підприємство розглядається, як «динамічна система, стан якої може бути описаний рухом точки у фазовому просторі – найважливішою характеристикою цього простору є його розмірність». Визначені такі методи у рамках математичного підходу до оцінювання ефективності: нелінійної динаміки, узагальнених функцій, складних функцій, ергодична теорія. Основний недолік – складність розрахунків, що приводить до доволі рідкого їхнього практичного застосування.

Федосєєв В.В. і Орлова І.В. [6] пропонують класифікацію економіко-математичних методів за типом наукових дисциплін, до специфічного інструментарію яких відносять: методи матема-

тичної статистики (кореляційний, регресійний, дисперсійний аналіз, аналіз чинників); методи дослідження операцій в економіці (мережеві, програмно-цільові, методи гілок і меж, теорія масового обслуговування, теорія ігор); методи експериментального вивчення економічних явищ (методи машинної імітації, ділові ігри й інші).

Доволі поширеним у економічній літературі є використання узагальнених показників для оцінювання ефективності функціонування підприємств. Значущість і необхідність застосування інтегрального показника обумовлена тим, що при оцінюванні результативності функціонування підприємства із застосуванням системи часткових показників виникають певні труднощі. Так, по-перше, диференційовані показники вимірюються у різних вимірниках, що призводить до їхньої незіставності. По-друге, вони можуть змінюватися у різних співвідношеннях, а часто й напрямах. Й нарешті, кожен показник характеризує лише певну частину змін, але не відображає взаємозв'язок усієї сукупності показників. Як найбільш переважний, пріоритетний варіант узагальненого показника ефективності може бути виділене оцінювання ефективності діяльності підприємства за відношенням доданої вартості до економічних витрат.

Бондаренко Ю.Р. [7] пропонує метод оцінювання ефективності функціонування некомерційної організації шляхом формування критерію ефективності її діяльності у тривимірній системі координат: соціальної ефективності, стійкості, економічної ефективності. Прагнення результуючої кривої (наближення точки оцінки) до однієї із площин системи координат характеризуватиме поточний стан некомерційної організації, який необхідно регулювати.

Воронін А.А. [8] і Салига К.С. [9] розглядають витратний і ресурсний підходи до оцінювання ефективності діяльності підприємства. Витратний підхід полягає у розкладанні валового випуску на економічні елементи. Частину елементів відносять до ефекту (результату), решту – до поточних витрат, причому розподіл статей витрат є доволі умовним й зумовлюється метою аналізу. Перевагою такого методу оцінювання ефективності функціонування підприємства (модифікація ресурсного підходу), зокрема, його виробничої діяльності, є можливість його застосування суб'єктами господарювання на мікро й макрорівнях, дозволяючи оцінювати підсумки їхнього функціонування. Основними вадами є те, що, по-перше, не ураховуються чинники, що вплинули на збільшення або, навпаки, зменшення показників ефективності за аналізований період й, по-друге, окремо узяте підприємство для оцінювання ефективності його діяльності має свої особливості, пов'язані із специфікою сфери його функціонування (галузі діяльності).

Шегда А.В. [10] уважає, що для оцінювання ефективності функціонування підприємства доцільно використовувати систему показників, яка найточніше зможе відобразити економічний стан підприємства, й пропонує використовувати такі групи показників: ефективності використання основних засобів, оборотних коштів, праці й узагальнені показники ефективності діяльності підприємства, представлені нормою прибутковості, рентабельністю продукції і коефіцієнтом ефективності застосованих ресурсів. Головною вадою такої системи є оцінювання ефективності лише виробничої діяльності без урахування фінансової та інвестиційної.

Гонтарєва І.В. [11] зауважує, що науково-технічний прогрес змінює соціальну структуру трудових процесів, підвищує рівень інтелектуалізації виробництва й, отже, вимагає переходу від чисто економічного оцінювання ефективності діяльності підприємства до соціально-економічних показників. Рівень досягнення мети (результативність) залежить від кількості витрачених матеріальних трудових ресурсів (ресурсомісткості), часу (оперативності), функціональної організованості процесу руху до мети й початкової точки руху (початкового потенціалу).

Аналогічної думки дотримується Єфремов А.В. [12], який робить висновок, що у соціально-економічних системах слід визначати соціально-економічний ефект господарювання, який буде представлений інтегральним показником, об'єднуючим показник соціальної ефективності (головний показник оцінювання ефективності функціонування системи) і показник економічної ефективності (допоміжний показник, що оцінює ефективність функціонування структурної системи, тобто економіки). Для обґрунтування домінанти оціночного показника соціально-економічної ефективності науковець розглядає механізм господарювання з погляду закону термодинаміки.

Каткова Н.В. [13] пропонує економетричний підхід із застосуванням параметричних (метод найменших квадратів (МНК); скоректований метод найменших квадратів; метод без специфікації розподілу (DFA); стохастичний граничний аналіз (SFA); метод густої межі (TFA)) і непараметричних (аналіз середовища функціонування або оболонки даних (DEA); індекси продуктивності; метод вільного розміщення оболонки (FDH)) методів оцінювання, не надаючи остаточної переваги жодному із них, вважаючи рівноправними.

Наумов О.Б. [14] переконаний, що чим вищою є ринкова вартість підприємства порівняно із вартістю майна, задіяного в бізнесі, тим вищою є економічна ефективність виробництва. Проте, із таким твердженням важко погодитися, оскільки для оцінювання ефективності діяльності підприємства недостатньо знати його ринкову вартість

і вартість його активів, різницю у вартості може показати тільки гудвіл підприємства без урахування його фінансового стану.

Марганія К.Р. [15] виокремлює якісні методи оцінювання ефективності за виробничим, соціальним, екологічним аспектом, кількісні – на основі вартісного підходу (прибутковий, витратний, порівняльний) та фінансово-економічний.

Іващенко Н.П. [16] зауважує, що при оцінюванні рівня ефективності господарської діяльності підприємства з позицій динамічної рівноваги необхідно вийти за межі традиційних підходів й спробувати оцінити ефективність усіх сторін бізнесу. Початковими посилками у такому випадку виступають співвідношення темпів зростання доходу (прибутку) Тд, обороту То, активів Та і власного капіталу Тк. За заданої прибутковості вираз граничної ефективності бізнесу може бути таким: Тд ≥ То ≥ Та ≥ Тк. З мікроекономічних позицій вища ефективність бізнесу – це стан, коли за заданої прибутковості виконується вищезгадана нерівність. Знак рівності між параметрами означає стан рівноваги. Зазначені параметри характеризують стан бізнесу з трьох позицій: прибутковості, ліквідності, і ризику.

Останніми роками набуває популярності, особливо у європейських країнах, оцінювання ефективності управління підприємством за моделлю ділової досконалості EFQM, яка ґрунтується на восьми базових принципах: орієнтація на результати; орієнтація на споживача; лідерство і сталість мети; менеджмент на основі процесів і фактів; розвиток і залучення персоналу; постійне навчання, інновації і поліпшення; розвиток партнерства; корпоративна соціальна відповідальність.

До наведених вище критеріїв ми пропонуємо додати такі принципи побудови показників оцінювання ефективності: збалансованості інтересів власників, менеджерів і персоналу; стійкості бізнесу (стійкості рівноваги і стійкості розвитку); варіативності показників, що забезпечує відмінність високої ефективності від низької. З огляду на те, що у сучасній економічній науці склалися два напрями інтегрованого оцінювання ефективності (перший заснований на методології поєднання різнорідних показників за допомогою вагових коефіцієнтів, другий – на методології аналізу причинно-наслідкових зв'язків між різнорідними показниками) важливими ми вважаємо й принцип забезпечення можливості агрегації показників і принцип віддзеркалення причинно-наслідкових зв'язків між бізнес-процесами, витратами, споживачами і доходами підприємства.

Наведені принципи розповсюджуються на процес оцінювання ефективності як підприємства загалом, так і окремих видів діяльності та бізнес-процесів. Тому важливим напрямом аналізу ми вважаємо розподіл показників ефективності за бізнес-процесами підприємства, кожен з яких є відособленим центром утворення витрат і відповідної виручки (доходу) підприємства. Адже ефективність роботи підприємства розглядається, як сукупність ефективності усіх значимих внутрішніх процедур. Показники ефективності зазвичай стосуються вартості (до прикладу, зростання прибутку), часу (скорочення тривалості операційного циклу, часу доставки товару й т. інш.), якості (збільшення клієнтури, покращення рівня якості продукції й т. інш.). За процесного підходу до управління додатково виявляють показники, що характеризують: стабільність процесів; результативність процедур; цільові показники ефективності; ключові операційні показники; фінансові показники, показники конкурентоспроможності. Усі вони взаємопов'язані. При цьому показники ефективності базових і вторинних процесів використовуються для виправлення окремих проблем чи недоліків у роботі підприємства, операційні показники надають можливість оцінити варіативність діяльності.

Зауважимо на деякі проблеми оцінювання економічної ефективності бізнес-процесів підприємства:

– здійснення процесу підвищення ефективності неможливе без наявної системи чітко виділених бізнес-процесів;

– усі бізнес-процеси підприємства мають бути ієрархічно упорядковані й структуровані до певного рівня, що дозволить урахувати сукупні витрати й певною мірою деталізувати витрати на бізнес-процеси;

– у витратах на бізнес-процес слід ураховувати і поточні витрати (витрати виробництва й обігу), і одноразові вкладення, пов'язані із організацією процесу;

– поточні й одноразові витрати мають приведені до однакової розмірності;

– усі бізнес-процеси слід розподілити на дві групи: такі, що додають вартість (і формують прибуток), і такі, які не додають вартості. Ефективність бізнес-процесів, що додають вартість, розраховується відношенням доданої вартості (прибутку, доходу) до поточних витрат процесу або використовуваних ресурсів (частки необоротних і оборотних активів), задіяних у процесі. Ефективність бізнес-процесів, які не додають вартості, за існуючими методиками оцінювання ефективності розрахувати неможливо;

– незалежно від виду бізнес-процесу економічну ефективність заходів з його удосконалення, раціоналізації й оптимізації можна визначити за оцінюванням різниці економії (поточних витрат і одноразових вкладень), отриманої від упровадження заходу, й додаткових витрат.

Аналіз ефективності підприємства за бізнес-процесами може здійснюватися, виходячи з таких

алгебраїчних перетворень. Нехай підприємством здійснюється N бізнес-процесів, кожен із яких є джерелом утворення доходу (виручки) підприємства. Тоді:

$$B = \sum_{i=1}^{n} в_i \ , \qquad (1)$$

де: $в_i$ – частка доходу від здійснення підприємством *i*-го бізнес-процесу.

Відповідно,

$$З = \sum_{i=1}^{n} з_i \ , \qquad (2)$$

де: $з_i$ – витрати на здійснення *i*-го бізнес-процесу підприємства.

Із урахуванням (1) і (2) показник операційної ефективності підприємства може бути поданий так:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^{n} B_i}{З} = \sum_{i=1}^{n} r_i \times d_i \ , \qquad (3)$$

де: r_i – операційна ефективність *i*-го бізнес-процесу підприємства; d_i – частка витрат *i*-го бізнес-процесу у сукупних витратах підприємства.

$$r_i = \frac{B_i}{З_i} \ , \qquad (4)$$

$$d_i = \frac{З_i}{З} \ . \qquad (5)$$

Виходячи з цього, коефіцієнт операційної ефективності може бути записаний так:

$$K_r = \frac{\sum_{i=1}^{n} r_i \times d_i}{R} = \sum_{i=1}^{n} \frac{r_i}{R_i} \times \frac{R_i \times d_i}{R} = \sum_{i=1}^{n} \frac{r_i}{R_i} \times Y_i = \sum_{i=1}^{n} K_{ri} \times Y_i \ , \qquad (6)$$

де: R_i – операційна ефективність і-го бізнес-процесу; K_{ri} – коефіцієнт операційної ефективності *i*-го бізнес-процесу); Y_i – ваговий коефіцієнт впливу кожного бізнес-процесу на формування загального показника ефективності підприємства.

Таким чином, у результаті здійснених перетворень можна представити коефіцієнт операційної ефективності підприємства, як суму аналогічних показників за бізнес-процесами (K_{ri}), скоректованих на відповідні вагові коефіцієнти (Y_i). Це у свою чергу дозволяє оцінити вплив кожного бізнес-процесу підприємства на формування коефіцієнта операційної ефективності. Запропонований алгебраїчний розподіл може бути застосований й до часткових показників ефективності з метою глибшого аналізу ефективності. Іншим напрямом аналізу є розкладання коефіцієнта операційної ефективності (K_r) у розрізі витрат (ресурсів), зокрема: часових (цикл, тривалість, продуктивність, швидкість виконання замовлень); матеріальних (витрати засобів і матеріалів; активи, використовувані у вигляді дебіторської заборгованості; складські запаси й т. д.), витрат на брак, на навчання, підготовку й підвищення кваліфікації персоналу й інших. Витрати на здійснення бізнес-процесу розподіляються на деяку кількість складових за елементами витрат, ресурсами, калькуляційними статтями; або, залежно від цілей аналізу, за іншою класифікацією витрат. Показники операційної ефективності *i*-го елементу витрат:

$$r_i = \frac{B}{з_i} \ . \qquad (7)$$

Тоді такий показник набуде вигляду:

$$R = \frac{\sum_{i=1}^{n} r_i з_i}{З \times n} \ . \qquad (8)$$

Коефіцієнт операційної ефективності *i*-го елементу витрат:

$$K_r = \frac{\sum_{i=1}^{n} r_i d_i}{R \times n} \ . \qquad (9)$$

Увівши змінні d_i та y_i отримуємо:

$$K_r = \sum_{i=1}^{n} k_i y_i \ . \qquad (10)$$

Наведена схема, залежно від цілей аналізу ефективності підприємства й наявності початкових даних, може варіюватися. Найбільш доцільним є розподіл показників ефективності за бізнес-процесами підприємства, надалі – розподіл кожного із отриманих показників за складовими витрат. Аналіз ефективності повинен реалізовуватися у поєднанні з аналізом складу і структури чинників ефективності, повноцінний аналіз не може обмежуватися тільки обчисленням відповідних коефіцієнтів, на кожному своєму етапі він має бути збагачений економічним змістом. До комплексних методів оптимізації бізнес-процесів із низьким рівнем ефективності можна віднести: ощадливе виробництво; реінжиніринг процесів; системи автоматизації діяльності: системи управління ефективністю бізнесу; системи прогнозної аналітики; комплексні інтегровані системи управління підприємством; системи управління логістикою, складами, оптимізацію логістичних ланцюгів; системи управління транспортною логістикою; системи управління відносинами із клієнтами; системи управління основними засобами і активами.

Висновки з цього дослідження. Важливою економічною проблемою є побудова раціональної й обґрунтованої схеми оцінювання ефективності функціонування підприємства у різних сферах діяльності, що враховують усі чинники впливу, специфіку і вид діяльності, склад бізнес-процесів. Пропонована методика дозволяє здійснювати всебічний аналіз, а також оперативне управління й прогнозування діяльності підприємства на основі визначення ефективності бізнес-процесів, що у свою чергу обумовлює можливість визначення основних напрямів підвищення її рівня.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Экономика предприятия / Т.С. Хачатуров, Г.З. Суша, Г.К. Оноприенко; под ред. Т.С. Хачатурова – Мн.: Экономпресс, 2008. – 490 с.

2. Методы исследований и организация экспериментов / Под ред. проф. К.П. Власова. – Х.: Издательство «Гуманитарный Центр», 2002. – 256 с.

3. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 320 с.

4. Мейер М.В. Оценка эффективности бизнеса/ М.В. Мейер,– М.: ООО «Вершина», 2004. – 272 с.

5. Вдовенко З.В. Методологические подходы к оценке эффективности деятельности субъекта хозяйствования/ З.В. Вдовенко// Вестник Томского государственного университета. – 2004. – № 284. – С. 42-45.

6. Федосеев В.В. Экономико-математические методы и прикладные модели: Учеб. пособие для вузов / В.В. Федосеев, А.Н. Гармаш, И.В. Орлова и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 327 с.

7. Бондаренко Ю.Р. Методологические подходы к оценке эффективности деятельности некоммерческих организаций в новых социально-экономических условиях / Ю.Р. Бондаренко// Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика». – 2005. – № 1. – С. 23-30.

8. Салига К.С. Удосконалення методів оцінки економічної ефективності господарської діяльності промислових підприємств: автореф. дис. на зд. наук. ст. канд. ек. наук: спец. 08.06.01 / К.С. Салига. – Маріуполь, 2005. – 18 с.

9. Воронин А.А. Определение показателей экономической эффективности производства на основе модификации ресурсного подхода / А.А. Воронин // Экономика Украины. – 2007. – №10. – С. 29-37.

10. Економіка підприємства: підручник / А.В. Шегда; за ред. Шегди А. В. – Київ: Знання, 2006. – 614 с.

11. Гонтарева И.В. Временные факторы системной эффективности деятельности предприятия/ И.В. Гонтарева// Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – №1 (31). – С. 216-221.

12. Єфремов А.В. Эффективность хозяйствования. Как ее оценивать? / А.В. Ефремов // Экономика и управление. – 2008. – № 4. – С. 7-16.

13. Каткова Н.В. Економетричні методи аналізу ефективності діяльності підприємств / Н.В. Каткова // Вісник Харківського НАУ ім. В.В. Докучаєва, Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2009. – № 11. – С.11-19.

14. Наумов О.Б. Визначення економічної ефективності виробництва за узагальнюючими показниками / О.Б. Наумов // Економіка АПК. – 2000. – № 5. – С. 39-42.

15. Маргания К.Р. Совершенствование системы управления эффективностью предприятий реального сектора экономики: автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. эк. наук: спец. 08.00.05 / К.Р. Маргания. – М., 2009. – 18 с.

16. Экономика фирмы: учебник / под ред. Н.П. Иващенкою – Москва: Проспект, 2016. – 527 с.

REFERENCES:

1. Ekonomika predpriyatiya / T.S. Khachaturov, G.Z. Susha, G.K. Onoprienko; pod red. T.S. Khachaturova – Mn.: Ekonompress, 2008. – 490 s.

2. Metody issledovaniy i organizatsiya eksperimentov / Pod red. prof. K.P. Vlasova. – Kh.: Izdatel'stvo «Gumanitarnyy Tsentr», 2002. – 256 s.

3. Kaplan Robert S. Sbalansirovannaya sistema pokazateley. Ot strategii k deystviyu. 2-e izd., ispr. i dop. / Per. s angl. / Robert S. Kaplan, Deyvid P. Norton – M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2004. – 320 s.

4. Meyer M.V. Otsenka effektivnosti biznesa / M.V. Meyer,– M.: OOO «Vershina», 2004. – 272 s.

5. Vdovenko Z.V. Metodologicheskie podkhody k otsenke effektivnosti deyatel'nosti sub"ekta khozyaystvovaniya/ Z.V. Vdovenko// Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2004. – № 284. – S.42-45.

6. Fedoseev V.V. Ekonomiko-matematicheskie metody i prikladnye modeli: Ucheb. posobie dlya vuzov / V.V. Fedoseev, A.N. Garmash, I.V. Orlova i dr. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: YuNITI-DANA, 2012. – 327 s.

7. Bondarenko Yu.R. Metodologicheskie podkhody k otsenke effektivnosti deyatel'nosti nekommercheskikh organizatsiy v novykh sotsial'no-ekonomicheskikh usloviyakh / Yu.R. Bondarenko // Sbornik nauchnykh trudov SevKavGTU. Seriya «Ekonomika». – 2005. – № 1. – S. 23-30.

8. Salyha K.S. Udoskonalennia metodiv otsinky ekonomichnoi efektyvnosti hospodarskoi diialnosti promyslovykh pidpryiemstv: avtoref. dys. na zd. nauk. st. kand. ek. nauk: spets. 08.06.01/ K.S. Salyha. – Mariupol, 2005. – 18 s.

9. Voronin A.A. Opredelenie pokazateley ekonomicheskoy effektivnosti proizvodstva na osnove modifikatsii resursnogo podkhoda/ A.A. Voronin // Ekonomika Ukrainy. – 2007. – №10. – S. 29-37.

10. Ekonomika pidpryiemstva: pidruchnyk / A.V. Shehda; za red. Shehdy A. V. – Kyiv: Znannia, 2006. – 614 s.

11. Gontareva I.V. Vremennye faktory sistemnoy effektivnosti deyatel'nosti predpriyatiya / I.V. Gontareva // Trudy Odesskogo politekhnicheskogo universiteta. – 2009. – №1 (31). – S. 216-221.

12. Єfremov A.V. Effektivnost' khozyaystvovaniya. Kak ee otsenivat'? / A.V. Efremov // Ekonomika i upravlenie. – 2008. – № 4. – S. 7-16.

13. Katkova N.V. Ekonometrychni metody analizu efektyvnosti diialnosti pidpryiemstv / N.V. Katkova // Visnyk Kharkivskoho NAU im. V.V. Dokuchaieva, Seriia «Ekonomika APK i pryrodokorystuvannia». – 2009. – # 11. – S.11-19.

14. Naumov O.B. Vyznachennia ekonomichnoi efektyvnosti vyrobnytstva za uzahalniuiuchymy pokaznykamy / O.B. Naumov // Ekonomika APK. – 2000. – # 5. – S. 39-42.

15. Marganiya K.R. Sovershenstvovanie sistemy upravleniya effektivnost'yu predpriyatiy real'nogo sektora ekonomiki: avtoref. dis. na soisk. uch. st. kand. ek. nauk: spets. 08.00.05 / K.R. Marganiya. – M., 2009. – 18 s.

16. Ekonomika firmy: uchebnik / pod red. N.P. Ivashchenkoyu – Moskva: Prospekt, 2016. – 527 s.

Stets I.I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department
of Economics of Enterprises and Corporations
Ternopil National Economic University

INTEGRAL METHODS OF ESTIMATION OF ECONOMIC EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF ENTERPRISE

For the estimation of efficiency of functioning of enterprise not only sufficient research of existent conceptions but also ground of new theoretical and update of the applied approaches is needed to this problem. In the economy of enterprise efficiency in the most general view means effectiveness of by a production and economic and financial activity, correlation between charges and attained results. Economic efficiency can be described high-quality and in number. The integral index of efficiency on the different levels of the economic system depends on efficiency of production, management, social sphere. Methods of estimation of efficiency of functioning of enterprise on correlation of objective and subjective factors it is possible to divide into analytical, subjective, heuristic, mathematical, logical. An author considers principles of construction of indexes of estimation of efficiency: principle of balanced of interests of proprietors, managers and personnel; principle of business stability – to stability of equilibrium and stability of development; principle of alternativeness of indexes; principle of providing of possibility of generalizations of indexes; principle of reflection of causal connections between business processes, charges, users and profits of enterprise. The indicated principles spread on the process of estimation of efficiency of both enterprises on the whole and separate types of activity and business processes.

We consider distributing of indexes of efficiency important direction of analysis on business processes of enterprise, each of which is the isolated centre of formation of charges and proper profit of enterprise. The indexes of efficiency touch a cost, time, quality usually. At the process approach a management additionally determine indexes which characterize: stability of processes; effectiveness of procedures; having a special purpose indexes of efficiency; key operating indexes; financial indexes, indexes of competitiveness. All of them are associate. Thus the indexes of efficiency of base and second processes are utilized for the correction of separate problems or failings in work of enterprise, operating indexes give possibility to estimate alternativeness of activity.

Estimation of economic efficiency of business processes of enterprise requires: presences of the system of expressly selected business processes; to hierarchical efficiency and structures of business processes; account of current outlays, costs of production and non-permanent investments, related to organization of process, resulted to single proportionality; distributing of all business processes on adding and not adding costs; determinations of economic efficiency of measures on an improvement, rationalization and optimization of business process, regardless of his kind, by the difference of economy (current outlays and non-permanent investments), got from introduction of measure, and additional charges (investments).

The analysis of efficiency of enterprise on business processes can be carried out attitude of profit (effect) toward charges taking into account coefficients which determine influence of every business process on forming of general index of efficiency of enterprise and stake of charges of business processes in the combined charges of enterprise. The offered chart of analysis can be varied depending on the aims of analysis of efficiency of enterprise and presence of basic data. Most expedient is distributing of indexes of efficiency on business processes of enterprise, and then is distributing each of the got indexes on the elements of charges. It is necessary to conduct the presented directions of analysis efficiency, combining them with the analysis of composition and structure of factors of efficiency. A valuable analysis cannot be limited only by the calculation of the proper coefficients, on every stage he must be enriched economic maintenance. The offered method allows carrying out a comprehensive analysis, operative management and prognostication of activity of enterprise on the basis of determination of efficiency of business processes, that, in same queue, possibility of determination of basic directions of its increase stipulates.

АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ: НАПРЯМИ ДІЙ І ОСНОВНІ ПРОЦЕСИ

ANTI-CRISIS MANAGEMENT: HOW TO HANDLE AND BASIC PROCESSES

УДК: 005.7 : 330.341:65.014:65.015

Терентьєва О.В.
к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємств
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Антикризове управління підприємством – нове явище для економіки України, що забезпечує стабільність функціонування підприємства. Поява антикризового управління зумовлена необхідністю фінансового оздоровлення численних підприємств, що функціонують у стані неплатоспроможності або у стані кризи та потребують управління, яке орієнтоване на виведення підприємства з цього стану.

Ключові слова: *антикризова діяльність, попередження, локалізація та ліквідація кризи.*

Антикризисное управление – новое понятие для экономики Украины, что отражает производственные отношения на уровне предприятия. Появление антикризисного управления обусловлено необходимостью финансового оздоровления многочисленных предприятий, функционирующих в состоянии неплатежеспособности или в состоянии кризиса и требуют управления, которое ориентировано на вывод предприятия из этого состояния.

Ключевые слова: *антикризисная деятельность, предупреждение, локализация и ликвидация кризиса.*

Crisis management now – a new concept for the economy of Ukraine, which reflects industrial relations at the enterprise level. The emergence of crisis management due to the need of financial recovery of many companies operating in a state of insolvency or in crisis and require management that is focused on the withdrawal of enterprises of this state.

Key words: *anti-crisis activities, prevention, localization and liquidation crisis.*

Постановка проблеми. Незалежно від плинності і змінюваності ринкового середовища, ефективність здійснення підприємницької діяльності визначає потребу у реалізації управлінських рішень, що дозволяють підприємствам долати навіть будь-які кризові явища.

Даниною певної моди у менеджменті можна вважати твердження значного числа науковців про те, що сукупність дій із визначення імовірності, виявлення і ліквідації кризи на підприємстві – це антикризовий менеджмент [1-7]. Оскільки антикризова діяльність підприємства відрізняється від антикризового управління і є, на нашу думку першоосновою для управління, то є потреба більш глибокого її дослідження.

Метою статті є дослідження процесів, що виконуються при виявленні і ліквідації кризових проявів та станів.

Результати дослідження. Антикризова діяльність підприємства є своєрідною специфічною сукупністю. Дана діяльність має всі основні ознаки господарської діяльності підприємства, але з орієнтацією на виявлення і ліквідацію кризових процесів. Залежно від характеру наявних і можливих проблем суб'єкта господарювання антикризова діяльність може мати економічне, соціальне, виробниче або комерційне спрямування. Протидія фінансовим проблемам підприємства потребує здійснення відповідних антикризових процесів у економічній діяльності суб'єкта господарювання. Запобігання трудовим і міжособовим та міжгруповим конфліктам на підприємстві має місце у рамках соціальної діяльності. Техногенна криза передбачає здійснення відповідних дій у виробничій та інноваційній діяльності. Навіть післяпродажний сервіс та комерційна діяльність потребують певних антикризових процесів. Тому, виходячи зі своєрідності здійснюваних процесів антикризова діяльність має бути самостійним напрямом у діяльності підприємства.

При цьому, хоча антикризова діяльність і стосується всіх сфер та напрямів діяльності підприємства і спирається на єдину особливу методологічну основу формалізації відносин та оцінки їх ефективності в умовах використання обмежених ресурсів, вона здійснює свій вплив через трудові ресурси підприємства – соціальну діяльність, а також систему планування, організації і контролю виконання господарських процесів – економічну діяльність (рис. 1).

Здійснення процесів антикризової діяльності не може відбуватися без відповідної узгодженої координації дій, тобто антикризового управління.

Суб'єкти антикризового управління із відповідною сукупністю функцій слугують надбудовою над базисними процесами антикризової діяльності, здійснюють цілеспрямований вплив на ці процеси. Антикризове управління на підприємстві характеризується наявністю сукупності форм і методів реалізації антикризових процедур, що використовуються для конкретного підприємства, тобто це специфічна система управління підприємством, що має за мету на локалізацію чи ліквідацію негативних ситуацій на підприємстві. Таким чином, можна констатувати, що антикризова діяльність підприємства є першоосновою його антикризового управління і окремою складовою підприємства.

Діяльність, яка має за мету своєчасне виявлення і усунення кризи – антикризова діяльність, на нашу думку, є сукупністю скоординованих у певному напрямі дій з попередження, локалізації і ліквідації кризових явищ та процесів. Таким чином, можна констатувати, що антикризова діяльність передбачає виконання сукупностей дій із таких напрямів: попередження кризи на підприємстві;

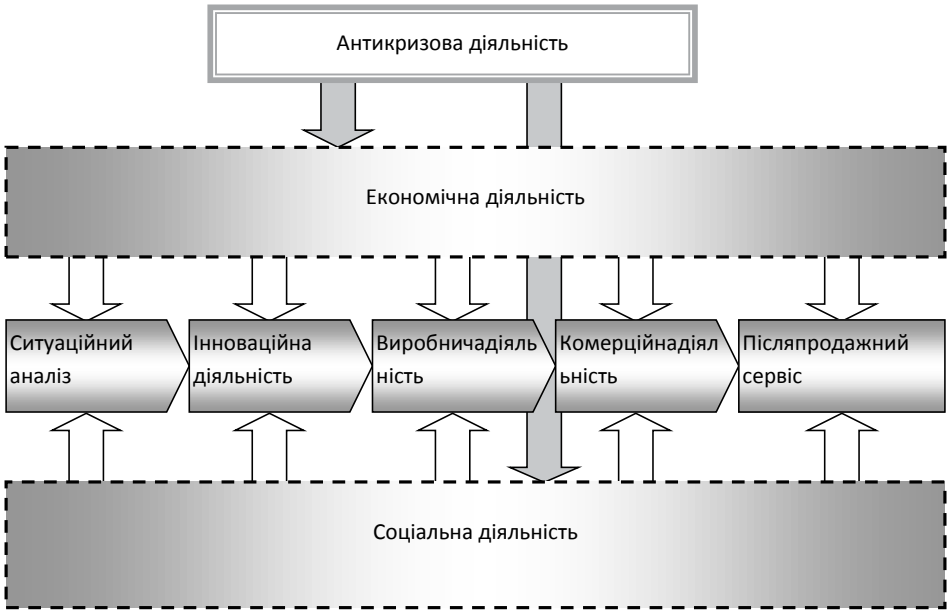


Рис. 1. Місце антикризової діяльності у сукупності напрямів діяльності підприємства [8]

локалізація кризи на підприємстві; ліквідація кризових процесів на підприємстві.

Дії із попередження кризи передбачають здійснення сукупності процесів із імовірності появи кризових виявів, їх можливого спрямування і масштабів розповсюдження. Локалізація кризи можлива у рамках дій, що спрямовані на визначення реальних масштабів і глибини проникнення кризових процесів, реалізації процедур щодо припинення активізації й розширення негативного впливу кризи на підприємство. Ліквідація кризи на підприємстві здійснюється у рамках санаційних процедур організаційно-технічного і фінансово-інвестиційного спрямування, а за відсутності дієвих результатів, ліквідаційних процедур локального і загального спрямування для підприємства.

При виконанні дій з напряму «Попередження кризи на підприємстві» необхідно виконати такі комплекси робіт, як: визначення сценаріїв розвитку кризи; прогнозування проявів кризових процесів; розробка заходів з попередження кризових явищ і процесів; реалізація заходів з попередження кризових явищ і процесів; оцінювання результативності заходів з попередження кризових явищ і процесів.

При визначенні сценаріїв розвитку кризи відбувається: формування сукупності можливих сценаріїв розвитку кризи; обрання найбільш імовірного сценарію розвитку кризи; опис ключових ознак найбільш імовірного сценарію розвитку кризи; підготовка звіту з імовірного сценарію розвитку кризи та його ключових ознак.

Для прогнозування виявів кризових процесів необхідно здійснити: розробку і актуалізацію методів моделювання розвитку кризи; вироблення і періодичну актуалізацію системи показників і індикаторів кризових явищ; визначення граничних значень показників і індикаторів кризових процесів; розрахунок і періодичну актуалізацію контрольних показників кризових явищ і процесів; інтерпретацію результатів розрахунку контрольних показників; складання звіту з прогнозування появи кризових процесів.

У складі комплексу робіт з розробки заходів щодо попередження кризових явищ і процесів необхідно здійснити: розроблення концепції подолання кризи за напрямами; розроблення плану (проекту) антикризових заходів; узгодження основних складових плану (проекту) антикризових заходів у часі, за ресурсами та виконавцями; затвердження плану (проекту) антикризових заходів.

Найбільш важливим при попередженні кризових явищ і процесів є комплекс дій щодо реалізації заходів з попередження кризових явищ і процесів необхідно: розробити концепцію подолання кризи за обраними напрямами; організувати виконання плану (проекту) антикризових заходів; формувати систему контролю параметрів виконання плану (проекту) попередження дестабілізації під впливом кризових проявів або процесів; створити умови для своєчасного і ефективного виконання робіт (заходів) антикризового проекту (плану).

Завершальним комплексом дій з попередження кризи є сукупність процедур щодо оцінювання результативності заходів з попередження кризових явищ і процесів. У рамках нього доцільно здійснювати: визначення складу об’єктів оцінювання результатів попереджувальних дій; встановлення меж (нормалей) оцінок показників, що характеризують результати попереджувальних дій; роз-

рахунок інтегрального значення результативності реалізації попереджувальних антикризових дій; формування оціночного висновку.

Здійснення антикризової діяльності за напрямом «Локалізація кризи на підприємстві» передбачатиме виконання комплексів робіт: діагностика кризових явищ і процесів; розробка заходів з локалізації кризи; реалізація заходів з локалізації кризи; оцінювання результативності заходів з реалізації кризи.

На початковому етапі локалізації кризи обов'язково проводиться діагностика наявних кризових явищ і процесів. Для цього необхідно здійснити: формулювання мети і визначення об'єкту діагностики (підприємство в цілому, функціонування окремих підрозділів, виробничі функції, види діяльності та ін.); визначення і обґрунтування системи показників (критеріїв), на основі яких проводиться діагностування; виконання різних за ступенем складності аналітичних процедур; інтерпретування результатів розрахунків; кількісну і якісну ідентифікацію стану об'єкта на основі обраної системи показників (критеріїв); перевірку результатів діагностики.

На основі діагностичних даних щодо масштабів та глибини проникнення кризових процесів у діяльність суб'єкта господарювання необхідно здійснити розробку заходів з локалізації кризи. Це передбачає виконання таких робіт: розроблення концепції подолання кризи за напрямами; розроблення базових положень плану антикризових заходів; погодження плану антикризових заходів; затвердження плану антикризових заходів.

Головним у процесі боротьби з кризовими явищами є реалізація заходів з локалізації кризи. Хоча заходи з локалізації кризи попередньо сплановані і врегульовані, але для їхнього виконання необхідно виконати роботи із забезпечення виконання спланованих заходів. Серед таких робіт є: організація виконання плану антикризових заходів; періодичний контроль параметрів і ходу виконання плану антикризових заходів; матеріально-технічне забезпечення виконання плану антикризових заходів; ресурсне забезпечення виконання плану антикризових заходів; аналіз динаміки контрольованих показників; корегування ходу виконання плану антикризових заходів.

Завершальним етапом при локалізації кризи є сукупність процесів з оцінювання результативності заходів щодо локалізації кризи. На основі результатів оцінювання визначається комплекс подальших дій із локалізації кризи і доцільності переходу до фази її ліквідації. До складу комплексу робіт з оцінювання результативності заходів щодо локалізації кризи включають: визначення складу об'єктів оцінювання результатів локалізації кризи; встановлення меж (нормалей) оцінок показників, що характеризують результати локалізації кризи; розрахунок інтегрального значення результативності локалізації кризи; формування оціночного висновку.

Третій напрям антикризової діяльності – «Ліквідація кризових процесів на підприємстві» за сукупностями процесів, що здійснюються, схожий з напрямом «Локалізація кризи на підприємстві», але має іншу цільову орієнтацію. Якщо при локалізації кризи основна мета виконання робіт полягає у стабілізації стану суб'єкта господарювання і недопущення розширення кризи, то при ліквідації кризи необхідно підвищувати ефективність діяльності підприємства і усунення негативного впливу кризових процесів. На третьому напрямі антикризової діяльності слід здійснювати такі комплекси робіт: діагностика динаміки локалізації кризи; розробка заходів з ліквідації кризи; реалізація заходів з ліквідації кризи; оцінювання результативності заходів з ліквідації кризи.

Початковим комплексом робіт з ліквідації кризи повинна бути діагностика динаміки локалізації кризи. У рамках цього комплексу робіт здійснюється: формулювання мети і визначення об'єкту діагностики; визначення системи показників (критеріїв) для діагностування; виконання аналітичних процедур; інтерпретування результатів діагностики; перевірка результатів діагностики.

На основі результатів діагностики динаміки процесів з локалізації кризи відбувається комплекс робіт із розробки заходів щодо ліквідації кризи. Дані заходи потрібні для упорядкування і раціональної організації проведення дій з ліквідації кризи, встановлення обсягів і узгодження часу використання різних ресурсів. До складу даних робіт слід включати процеси: розроблення концепції заходів ліквідації кризи; розроблення базових положень плану антикризових заходів з ліквідації кризи; погодження плану антикризових заходів з ліквідації кризи; затвердження плану антикризових заходів з ліквідації кризи.

Виходячи зі змісту плану антикризових заходів із ліквідації кризи здійснюється реалізація заходів із ліквідації кризи. На цьому етапі робіт вживаються всі заходи, що забезпечують повну ліквідацію кризових процесів. У складі таких робіт обов'язково повинні бути: організація виконання плану заходів з ліквідації кризи; періодичний контроль параметрів і ходу виконання плану заходів із ліквідації кризи; матеріально-технічне забезпечення виконання плану заходів із ліквідації кризи; ресурсне забезпечення виконання плану заходів із ліквідації кризи; аналіз динаміки контрольованих показників плану заходів із ліквідації кризи; корегування ходу виконання плану заходів із ліквідації кризи.

Завершальним у загальному комплексі робіт із антикризової діяльності, особливо при ліквідації кризи на підприємств, є комплекс дій з оцінювання результативності заходів щодо ліквідації кризи. Ця сукупність робіт найбільш важлива для забез-

печення подальшої стабільної діяльності підприємства, визначення способів антикризової діяльності. У складі процесів з даного комплексу робіт повинні бути виконані: визначення складу об'єктів оцінювання результатів ліквідації кризи; встановлення нормалей оцінок показників, що характеризують результати ліквідації кризи; розрахунок інтегрального значення результативності ліквідації кризи; формування оціночного висновку щодо результатів ліквідації кризи.

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумок, слід констатувати, що антикризова діяльність, на нашу думку, складається з трьох основних напрямів (попередження кризи на підприємстві, локалізація кризи на підприємстві, ліквідація кризових процесів на підприємстві), що у свою чергу поділяються на комплекси робіт, за допомогою яких виконуються процеси із протидії кризовим виявам. Дані антикризові дії повинні координуватися – управлятися, що утворює відповідну систему антикризового управління. Залежно від цільової орієнтації антикризової діяльності вона може бути упереджуючою – проактивною, або локалізаційною – реактивною. Це і визначає характер антикризового управління – проактивне чи реактивне. Ліквідаційні процедури виконуються як у процесі упереджуючої, так і локалізаційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антикризове управління виробничо-господарськими структурами у машинобудуванні : [монографія] / М. К. Колісник. – Л. : Видавництво Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2009. – 206 с.
2. Василенко В. О. Антикризове управління підприємствам / В.О. Василенко – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.
3. Інституціональні особливості превентивного антикризового управління підприємством / О. В. Мороз, І. В. Шварц. – Вінниця: Універсум-Вінниця, 2006. – 137 с.
4. Кукоба В. П. Стратегічні напрями розвитку антикризової системи управління радіотехнічних підприємств [Текст] / В. П. Кукоба / Стратегія економічного розвитку України: наук. зб.. Вип. 2-3 2000 – С. 259-263.
5. Кукоба В. П. Формування антикризових систем управління підприємств (на матеріалах радіотехнічних підприємств України) [Рукопис] : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / В. П. Кукоба ; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2001. – 242 с.
6. Механізми антикризового управління в корпоративному секторі економіки / О.В. Манойленко. – К.: Вид-во НАДУ, 2006. – 351 с.
7. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Л. С. Ситник. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2000. – 503 с.
8. Терентьева О.В. Організаційно-економічне забезпечення антикризової діяльності підприємств (за матеріалами підприємств з виробництва електродвигунів України) [Рукопись] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. В. Терентьєва; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ, 2015. – 237 с.

REFERENCES:

1. Antykryzove upravlinnia vyrobnycho-hospodarskymy strukturamy u mashynobuduvanni : [monohrafiia] / M. K. Kolisnyk. – L. : Vydavnytstvo Nats. un-tu "Lviv. Politekhnika", 2009. – 206 s.
2. Vasylenko V. O. Antykryzove upravlinnia pidpryiemstvam / V.O. Vasylenko – K.: TsUL, 2003. – 504 s.
3. Instytutsionalni osoblyvosti preventyvnoho antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvom / O. V. Moroz, I. V. Shvarts. – Vinnytsia: Universum-Vinnytsia, 2006. – 137 s.
4. Kukoba V. P. Stratehichni napriamy rozvytku antykryzovoi systemy upravlinnia radiotekhnichnykh pidpryiemstv [Tekst] / V. P. Kukoba / Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy: nauk. zb.. Vyp. 2-3 2000 – S. 259-263.
5. Kukoba V. P. Formuvannia antykryzovykh system upravlinnia pidpryiemstv (na materialakh radiotekhnichnykh pidpryiemstv Ukrainy) [Rukopys] : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01 / V. P. Kukoba ; Kyiv. nats. ekon. un-t. – K., 2001. – 242 s. -
6. Mekhanizmy antykryzovoho upravlinnia v korporatyvnomu sektori ekonomiky / O.V. Manoilenko. – K.: Vyd-vo NADU, 2006. – 351 c.
7. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvom / L. S. Sytnyk. – Donetsk: IEP NAN Ukrainy, 2000. – 503 s.
8. Terenteva O.V. Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia antykryzovoi diialnosti pidpryiemstv (za materialamy pidpryiemstv z vyrobnytstva elektrodvyhuniv Ukrainy) [Rukopys] : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04 / O. V. Terentieva; DVNZ "Kyiv. nats. ekon. un-t im. Vadyma Hetmana". – Kyiv, 2015. – 237 s.

Terentieva O.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Enterprise Economics
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman, Ukraine

ANTI-CRISIS MANAGEMENT: HOW TO HANDLE AND BASIC PROCESSES

Crisis management is now a new phenomenon for Ukraine's economy, providing stability to the company. The emergence of crisis management arose due to the need of financial recovery of many companies operating in a state of insolvency or in crisis and require management that is focused to the withdrawal of this state enterprise

This tendency towards a certain inclination in management statement has been put forward by a significant number of scientists that put forward a set of actions that pinpoint the occurrence, identify and eliminate the crisis in the company. This whole process is called crisis management. Since the anti-crisis activities of the company differ from the crisis management with the latter in our view being a fundamental principle for the management; thus there is a need of deeper study.

The aim of this article is to study the processes performed during the detection and elimination of critical symptoms and conditions. Depending on the nature of existing and potential future problems, the company's anti-crisis activities may be related to economic, social, industrial or commercial areas. Combating financial problems requires the implementation of relevant company processes in the economic crisis of the entity. The process of anti-crisis activities cannot be coordinated without proper coordination, i.e. crisis management.

Anti-crisis management in our opinion, consists of three pillars (prevention of crisis in the company, identifying thus containing the situation of crisis within the company, liquidation of the crisis processes in the company), which in turn are divided into complex stage in which processes are implemented to counter the crisis.

This anticrisis management actions should be coordinated to be properly handled and tackled thus forming an appropriate system of crisis management. Depending on the implementation to target anti-crisis activities, it can be preventive, meaning – proactive or localized- reactive thus determining the nature of crisis management – proactive or reactive. Liquidation procedures are performed in the process of prevention and restriction of activities.

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

MARKETING SUPPORT OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT

УДК 637.1:339.137.2

Халімон Т.М.
к.е.н., докторант кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій

У статті розглянуто сутність маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, його особливості, процес здійснення та розроблено пропозиції щодо створення ефективного маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства.
Ключові слова: *конкурентоспроможність, маркетингове забезпечення, підприємство.*

В статье рассмотрены сущность маркетингового обеспечения управления конкурентоспособностью предприятия, его особенности, процесс осуществления и разработаны предложения по созданию эффективного маркетингового обеспечения управления конкурентоспособностью предприятия.
Ключевые слова: *конкурентоспособность, маркетинговое обеспечение, предприятие.*

The essence of marketing support of enterprise competitiveness management, its features, process of implementation and proposals on creation of effective marketing support of enterprise competitiveness management are considered in the article.
Key words: *competitiveness, marketing support, enterprise.*

Постановка проблеми. Сьогодні підприємству не достатньо лише виготовляти високоякісну продукцію, адже жорстка конкурентна боротьба зумовлює необхідність належного маркетингового забезпечення. Нині споживач є більш вибагливим, і порівняно з ціновими чи якісними характеристиками продукції роль нематеріальних чинників зростає. Ефективне використання маркетингу для забезпечення належного рівня управління конкурентоспроможністю дозволить підприємству змінювати якісні та економічні параметри продукції відповідно до запитів споживачів та ринкових тенденцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, розробленням маркетингових підходів у даній сфері займалося багато дослідників. Варто згадати вагомі розробки таких учених, як: І. Ансоф, О. Виноградова, А. Войчак, А. Воронкова, О. Гудзь, І. Коломоєць, Ф. Котлер, Ж-Ж.Ламбен, М. Портер, П. Стецюк, Дж. Робінсон, А. Томпсон, Р. Фатхутдинов, А. Чандлер та інших. Вивчення останніх публікацій засвідчує, що у дослідженнях науковців, переважно увага зосереджена на загальнотеоретичних аспектах маркетингу, а не на питаннях практичного застосування інструментів, процесу маркетингу та створення ефективного маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства.

Метою статті є розгляд сутності маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, його особливостей, процесу здійснення та розробка пропозицій щодо створення ефективного маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства.

Виклад основного матеріалу. Важливу роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства відіграє маркетинг. Використання маркетингу в поєднанні з управлінськими інструментами здатне забезпечити підприємству сталі конкурентні переваги на ринку. Впроваджуючи в управління конкурентоспроможності маркетингові аспекти, підприємства повинні будувати свою діяльність за основним принципом маркетингу – виробляти те, що можна продати і задовольняти запити та бажання клієнтів, а не продавати те, що можна виробити. Ф. Котлер стверджував, що «маркетинг – це сфера швидкого визначення завдань, політичних установ, стратегій та програм. Кожна фірма повинна періодично переоцінювати свій загальний підхід до ринку, користуючись для цього прийомом, відомим під назвою ревізія маркетингу» [6, с. 18]. У кінці минулого століття практику використання маркетингових інструментів вітчизняні підприємства сприймали, як засіб удосконалення методів продажу чи реклами. Але сьогодні стало очевидним, що маркетинг є підґрунтям різновекторного процесу управління конкурентоспроможністю на кожному підприємстві. Тобто, маркетингове забезпечення включає: формулювання і стимулювання попиту, розроблення стратегій кожного з підрозділів підприємства, управління конкурентними перевагами. Л. Балабанова визнає [2, с. 130], що для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно обрати стратегію конкурентної переваги і реалізовувати її за допомогою розробки та використання комплексної системи управління конкурентоспроможністю підприємства на основі маркетингу.

Щодо сутнісного наповнення поняття «маркетинг» доцільно зазначити, що у сучасних публікаціях знаходимо багато окреслень маркетингу, які можна означити, як спроби дослідників уточнити цю дефініцію або конкретизувати її зміст [3; 7]. Широковідомим вважається визначення Ф. Котлером маркетингу, як «соціального процесу, унаслідок якого окремі індивіди та групи отримують те, чого потребують і чого бажають на засадах створення та обміну одних товарів і вартостей на інші». Проте, загальновідомим є ствердження Ф. Кот-

лера, що «маркетинг − це вид діяльності, спрямованої на задоволення потреб людини шляхом обміну …» [6, с. 22]. Розширюючи таке бачення, Л. Балабанова обґрунтовує, що «маркетинг це концепція управління виробництвом і збутом товарів та послуг з орієнтацією на споживача, заснована на системному підході, що забезпечує задоволення потреб ринку, прискорення товарообігу та збільшення прибутковості виробництва й торгівлі» [1]. А. Войчак переконаний, що «маркетинг – це комплексно-системний підхід до вирішення проблем ринку, який включає стадії руху товарів, починаючи з визначення запитів і попиту, організації виробництва, надання послуг, пов'язаних з продажем, і закінчуючи організацією обслуговування після продажу» [2].

Переважно вчені трактують маркетинг, як систему організації та управління конкурентоспроможністю підприємства, що зорієнтована на задоволення існуючого чи потенційного попиту споживачів, а також досягнення цілей підприємства шляхом планування і розроблення випуску продукції, ціни, ефективних каналів збуту, здійснення активної комунікаційної та рекламної політики. Цікаво, що Дж. Хемел і П. Дойль визначають маркетинг та менеджмент, як поняття, що характеризуються креативністю, гнучкістю та здатністю швидкої адаптації до мінливого середовища функціонування [4].

Переважно дослідники визнають залежність рівня конкурентоспроможності від технічної та економічної складових, а ось вплив нематеріальних складових занижують, хоча їх роль із сучасним загостренням конкурентної боротьби істотно підвищується. Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність взаємопов'язаних елементів маркетингової діяльності, що забезпечують довгострокову конкурентну перевагу підприємств за допомогою задоволення конкретних потреб і запитів споживачів з метою досягнення (утримання, зміцнення) відповідних конкурентних позицій на ринку.

Розгляд структури маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє згрупувати маркетингові інструменти для заходів стратегічного та тактичного характеру. Заходи стратегічного характеру дозволять забезпечити певний рівень конкурентоспроможності підприємства через управління асортиментом, освоєння інновацій, корпоративної поведінки та стилю, стратегічного ціноутворення, клієнтоорієнтованість, управління збутом, комунікаціями, брендинг та заходи формування попиту. Тобто, маркетингова орієнтація в бізнесі дозволяє максимально ефективно задовольнити потреби споживача через застосування маркетингових інструментів у сфері комунікаційної, товарної, цінової політики та політики розподілу. Маркетингове забезпечення дозволяє розробити та реалізувати конкурентну стратегію підприємства, максимально орієнтуючись на ринкові потреби з допомогою ефективної ринкової сегментації, орієнтації на інновації з метою отримання цільового прибутку та забезпечення конкурентоспроможності підприємства та його продукції [8].

Тактичні інструменти маркетингу передбачають контроль якості продукції та сервісу, тактичне ціноутворення та формування ціни, логістику та якість роботи посередників, використання реклами, інформаційних технологій, зв'язків з громадськістю, прямого маркетингу, заходів стимулювання збуту.

Р. Фатхутдінов акцентує, що маркетинг сприймається і використовується менеджментом підприємства, як набір стратегічних інструментів, що є чітко визначеними для кожного з елементів ринкового управління [8]. Д. Хассі зазначає, що стратегічний маркетинг є активним інструментарієм у процесі розвитку підприємства та забезпечення її конкурентоспроможності, і має переважати у структурі загальної стратегії підприємства [5]. Підтримуючи таку позицію, Ж.-Ж. Ламбен вказує на ефективність стратегічного маркетингу у процесі аналізу ринкового середовища та процесі розробки та реалізації товару. Все ж інше у процесі управління підприємством має регулюватись інструментами загальної стратегії підприємства [9].

Водночас, згадаємо, що операційна діяльність попри свою ресурсомісткість у аспекті затрат часу та людських ресурсів не має переважати над реалізацією стратегічних зусиль, а навпаки орієнтуватися на виконання довгострокових цілей підприємства із використанням маркетингового інструментарію у ринковому середовищі [4].

Відповідно до необхідності стратегічного конкурентного розвитку підприємства, управління торговою маркою, побудови бренду, максимальної наближеності до запитів споживачів доцільно використовувати наступні ключові принципи маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємств:

– комплексності, що знаходить свій вияв у створенні систем засобів − marketing – mix;

– усеохоплення усіх ланок управління, що дозволяє включити процеси формування, виробництва, реалізації та модернізації продукції підприємств маркетинговим впливом відповідно до результатів маркетингових досліджень щодо потреб споживачів та конкурентного середовища;

– підвищення нематеріальної вартості підприємства, що передбачає довготривалий процес побудови бренду для підсилення впливу нематеріальної складової у структурі конкурентоспроможності продукції;

– інноваційність, що дозволить використовувати новітні інструменти в маркетингу;

– таргетування, що забезпечить клієнтоорієнтованість на цільовий сегмент споживачів;

– цілеспрямування, що передбачає підпорядкування маркетингових цілей стратегічним цілям підприємства для досягнення конкретних вимірних результатів на ринку (частки ринку, маржинального прибутку, обсягу продажу тощо);

– уніфікованого позиціонування для формування корпоративних стандартів, планів продажу та маркетингових планів посередників з метою максимальної уніфікації позиціонування продукції підприємства для підтримання певного рівня якості перед- та після продажного обслуговування і сервісу;

– систематизація, що враховує взаємозв'язок маркетингових інструментів з іншими елементами управління підприємством;

– клієнтоорієнтація, що включає перманентне проведення маркетингових досліджень та моніторинг продукції з позиції споживача;

– гнучкості для формування набору ургентних маркетингових інструментів, які призначені для регулювання процесу реалізації маркетингових цілей підприємства;

– вимірювання цілей, що дозволить реалізовувати процес маркетингового забезпечення конкурентоспроможності підприємства відповідно до чітко встановлених та вимірних цілей.

Дотримання означених ключових принципів маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства зумовлюють менеджмент підприємства використовувати засади стратегічного маркетингу для підтримки процесу формування конкурентних переваг підприємства. Проте, важливою є роль тактичного маркетингу, що дозволяє підтримувати належний рівень конкурентоспроможності, регулювати стадії життєвого циклу продукції тощо.

Процес маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможності підприємства піддається впливу чинників, які можна розділити на два блоки: внутрішні та зовнішні. До зовнішніх чинників впливу відносяться ті, на які підприємство не може вплинути. Такі чинники формуються з об'єктивних причин зовнішнього середовища і чинять як прямий, так і непрямий вплив. Для процесу маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможності підприємств до зовнішніх чинників доцільно віднести такі: науково-технічні; економічні; культурні; психологічні; екологічні; інфраструктурні; політико-правові та чинники конкурентного середовища.

Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства включає:

– організаційний блок маркетингової діяльності підприємства;

– блок маркетингових досліджень конкурентоспроможності підприємства;

– блок розробки стратегій та планів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У свою чергу, організаційний блок маркетингової діяльності включає наступні етапи:

– організація маркетингового підрозділу;

– укомплектування маркетингового підрозділу відповідним персоналом, комунікаціями, ресурсами;

– визначення компетенцій працівників маркетингового підрозділу.

При побудові маркетингового підрозділу на підприємстві доцільно врахувати, що цей підрозділ має стати мозковим центром, що координує діяльність інших служб підприємства на основі результатів маркетингових досліджень і готує пропозиції щодо визначення стратегії і тактики підприємства з підвищення його конкурентоспроможності.

Блок маркетингових досліджень включає наступні етапи:

– формування інформаційного масиву;

– аналіз конкурентного середовища та ключових конкурентів;

– діагностика конкурентоспроможності підприємства.

Акцентуємо, що діагностика конкурентоспроможності підприємства, зумовлює необхідність наступних дій: виявлення проблеми, вибір джерел і накопичення інформації, розрахунок індикаторів та аналіз показників конкурентоспроможності, систематизація й узагальнення результатів дослідження та підготовка звіту. Головна проблема має виявлятися з використанням матриці сильних та слабких сторін підприємства. Узагальнення результатів діагностика і якісно підготовлений звіт зможе дати уявлення про конкурентне середовище підприємства, виявить існуючи та потенційні, загрози, ризики та проблеми, тобто стане інформаційним підґрунтям для розробки стратегій та планів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Блок розробки стратегій та планів підвищення конкурентоспроможності підприємства має вирішальне значення для маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства і включає наступні етапи:

– встановлення мети щодо маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства;

– визначення основних орієнтирів та завдань з урахуванням життєвого циклу підприємства;

– розробка стратегічних альтернатив маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства;

– розробка комплексу планів маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства для кожної стадії життєвого циклу підприємства;

– контролінг маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Встановлення мети щодо маркетингового забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства має ґрунтуватись на усвідомленні його намірів з урахуванням виявлених можливостей. Визначення основних орієнтирів та завдань залежить від життєвого циклу підприємства. Відповідно до свого життєвого циклу підприємство розробляє сукупність заходів щодо маркетингового забезпечення, який включає різноманітні стратегічні альтернативи, за допомогою яких підприємство зможе підвищувати свою конкурентоспроможність.

Головною особливістю сучасного маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства вважається цільова спрямованість і комплексність, яка здебільшого реалізується за допомогою використання маркетингу-міксу, який включає наступні інструменти: товар, ціна, канали розподілу, комунікації. При цьому, мікс товару має такі складові: якість, асортимент, марка, сервіс. Ціновий мікс складається з таких елементів: ціни, кредити, знижки, сконто. Мікс каналів розподілу − це канали збуту та логістика (транспорт, склади, строки постачання). Комунікаційний мікс в якості головних складових елементів використовує: рекламу, стимулювання продажу, зв'язок з громадськістю, персональний продаж [6].

Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на: нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них; використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства; забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку [10; 11].

Узагальнюючи існуючі дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, переконуємося, що особливостями сучасного маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства слід уважати:

– трансформацію від маркетингу трансакцій до маркетингу відносин;

– довготривалі стосунки підприємств із своїми клієнтами;

– розвиток споживчої демократії;

– акцент не на пошук нових, а збереженні існуючих клієнтів;

– індивідуалізація маркетингових заходів;

– орієнтація підприємств на обслуговування своїх клієнтів протягом всього їх життєвого циклу;

– інтерактивні форми комунікацій із клієнтами;

– заміна орієнтації підприємства на ту чи іншу частку ринку на орієнтацію на те чи інше клієнтське коло;

– формування клієнтських баз даних;

– спільне створення споживчих цінностей;

– маркетингове забезпечення – важливе завдання всіх працівників підприємства [5; 7; 8; 10; 11].

Маркетингове забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємств динамічно розвивається переважно за рахунок розвитку комунікацій та каналів просування й розподілу продукції. Водночас в останні роки формуються нові напрями маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, а саме:

– підвищення якості продукції, впровадження сучасних систем управління нею;

– розвиток технологій виробництва, впровадження інновацій;

– вдосконалення маркетингового забезпечення на принципах партнерського маркетингу, активізація збутових зусиль;

– перехід від маркетингової забезпечення просування до комунікаційного забезпечення завдяки передусім розвитку зовнішніх комунікацій підприємств;

– розвиток довіри клієнтів до ділової репутації, підвищення лояльності клієнтів до бренду та іміджу підприємства, використання концепції соціально-відповідального маркетингу.

Принципово новими інструментами маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства, у порівнянні з класичною концепцією «4Р», є наступні: інструкції, претензії, комунікації, ефективність, імідж, технологічні зручності, соціальні мережі, цінова гнучкість, сервіс, лобіювання, дистанційні комунікації, цінова привабливість, умови зберігання, партнерські стосунки, інформаційні зв'язки, суспільна думка, фірмовий стиль, кваліфікація, особиста етика та репутація персоналу, добровільність стосунків зі споживачами, їх задоволеність та лояльність, популярність товарної марки, оцінка витрат на маркетинг.

Висновки з проведеного дослідження. Фактично, довготривала конкурентоспроможність підприємства залежить від того, наскільки воно зможе розвинути свої ресурси та компетенції, використати їх у відповідності з можливостями і шансами, які надаються навколишнім бізнес-середовищем. Нарощення темпів економічного циклу, зростаюча диверсифікація підприємств та деталізація процесу сегментування ринку зумовили необхідність використання маркетингового інструментарію, орієнтованого на цільовий підхід на довгострокових засадах з можливістю адекватного аналізу конкурентного середовища, що дозволяє оперативно реагувати на його зміни. До конкретних завдань маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства відносять: задоволення вимог споживачів; завоювання частки ринку; розширення клієнтського кола; забезпечення обсягів збуту; підвищення лояльності клієн-

тів; примноження конкурентних переваг; активізацію стимулювання збуту і ефективність рекламної діяльності.

Для створення ефективного маркетингового забезпечення управління конкурентоспроможністю підприємства потрібно: визначити мету, цілі, завдання маркетингового забезпечення; оптимально використати можливості ринкової ситуації, конкурентного, науково- виробничого, збутового і сервісного потенціалу підприємства; розробити стратегічні альтернативи, плани й заходи маркетингового забезпечення; ефективно здійснити організаційні заходи відповідно до визначеної мети; здійснювати діагностику, ефективний контроль і оцінку маркетингового забезпечення; своєчасно коригувати завдання та заходи; здійснювати адекватне оперативне втручання в маркетингові процеси; стимулювати ефективну роботу працівників для отримання максимальної творчої віддачі; формувати інформаційний масив про зовнішнє та внутрішнє конкурентне середовище.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова І.В. Управління конкурентною раціональністю: [моногр.] / І.В. Балабанова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 538 с.
2. Войчак А. В. Маркетингові дослідження : навч.-метод. посіб. / А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2001. – 119 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. – 710 с.
4. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. − СПб.: ПИТЕРб, 1999. − 560 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентирований на ринок. Стратегический и операционний маркетинг: учебник / Ж.-Ж. Ламбен. − [пер. с англ. С. Жильцов]. − СПб.; М.; Нижний Новгород; Воронеж: Питер, 2008. − 796с.
6. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
7. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – 2-е изд. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2002. – 944 с.
8. Фатхутдінов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник / Р.А. Фатхутдинов. − М.: Бизнес-Школа «Интел-Синтез», 2000. − 640 с.
9. Хасси Д. Стратегия и планирование. Путеводитель менеджера / Д. Хасси // СПб.: ПИТЕР, 2001. − 378 с.
10. Шульц Д. Е. Новая парадигма маркетинга: интегрируемые маркетинг- коммуникации / Д. Е. Шульц, Стэнли И. Танненбаум, Роберт Ф. Лаутерборн. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 233 с.
11. Эванс Д. Р. Маркетинг : пер. с англ. / Д. Р. Эванс, Б. Берман. – М. : Сирин ; МТ-Пресс, 2004. – 278 с.

REFERENCES:

1. Balabanova I.V. Upravlinnia konkurentnoiu ratsionalnistiu: [monohr.] / I.V. Balabanova. – Donetsk: DonNUET, 2008. – 538 s.
2. Voichak A. V. Marketynhovi doslidzhennia : navch.-metod. posib. / A. V. Voichak. – K.: KNEU, 2001. – 119 s.
3. Harkavenko S. S. Marketynh: pidruchnyk / S. S. Harkavenko. – K.: Libra, 2002. – 710 s.
4. Doyl' P. Menedzhment: strategiya i taktika / P. Doyl'. − SPb.: PITERb, 1999. − 560 s.
5. Lamben Zh.-Zh. Menedzhment, orientirovaniy na rinok. Strategicheskiy i operatsionniy marketing: uchebnik / Zh.-Zh. Lamben. − [per. s angl. S. Zhil'tsov]. − SPb.; M.; Nizhniy Novgorod; Voronezh: Piter, 2008. − 796s.
6. Marketynhovyi menedzhment: pidruchnyk / F. Kotler, K. L. Keller, A. F. Pavlenko ta in. – K.: Khimdzhest, 2008. – 720 s.
7. Osnovy marketinga: per. s angl. / F. Kotler, G. Armstrong, D. Sonders, V. Vong. – 2-e izd. – M.: Izdat. dom «Vil'yams», 2002. – 944 s.
8. Fatkhutdinov R.A. Stratehycheskyi marketynh: uchebnyk / R.A. Fatkhutdynov. − M.: Byznes-Shkola «Yntel-Syntez», 2000. − 640 s.
9. Khassi D. Strategiya i planirovanie. Putevoditel' menedzhera / D. Khassi // SPb.: PITER, 2001. − 378 s.
10. Shul'ts D. E. Novaya paradigma marketinga: integriruemye marketing- kommunikatsii / D. E. Shul'ts, Stenli I. Tannenbaum, Robert F. Lauterborn. – M. : INFRA-M, 2004. – 233 s.
11. Evans D. R. Marketing : per. s angl. / D. R. Evans, B. Berman. – M. : Sirin ; MT-Press, 2004. – 278 s.

Khalimon T.M.
Candidate of Economic Sciences,
Doctoral Student at Department of Management,
State University of Telecommunications

MARKETING SUPPORT FOR THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS MANAGEMENT

Today, for the enterprise, it is not enough to produce high-quality products because rigid competition leads to the need for proper marketing support. Today, the consumer is more discerning and, in comparison with the price or quality characteristics of the product, the role of non-material factors is increasing. Effective use of marketing to ensure an adequate level of management of competitiveness will allow the enterprise to change the quality and economic parameters of production in accordance with consumer demands and market trends.

The problem of marketing provision of enterprise competitiveness management, the development of marketing approaches in this area involved many researchers. It is worth mentioning the significant developments

of such scientists as I. Ansoff, O. Vynohradova, A. Voichak, A. Voronkova, O. Hudz, I. Kolomoiets, F. Kotler, J.-J. Lambin, M. Porter, P. Stetsiuk, J. Robinson, A. Thompson, R. Fatkhutdinov, A. Chandler, and others.

An important role in managing the competitiveness of the company belongs to marketing. The use of marketing combined with management tools can provide the enterprise with sustainable competitive advantages in the market. The specific tasks of the marketing management of the enterprise competitiveness include: satisfaction of consumer demands; gaining market share; expanding customer circle; ensuring sales volumes; increasing customer loyalty; increasing competitive advantages; activating sales promotion and advertising effectiveness.

To create an effective marketing support for the enterprise competitiveness management, it is necessary to: define the purpose, objectives, tasks of the marketing support; optimally use opportunities of the market situation, competitive, research, production, sales, and service potential of the enterprise; develop strategic alternatives, plans, and measures of marketing provision; effectively carry out organizational measures in accordance with the stated purpose; carry out diagnostics, effective control, and evaluation of marketing provision; timely adjust tasks and measures; carry out an adequate operational intervention in marketing processes; stimulate an effective work of workers for the maximum creativity; form an information array about the external and internal competitive environment.

ВИКОРИСТАННЯ SCRUM МЕТОДОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНІСТІ ПІДПРИЄМСТВ

USE OF SCRUM METHODOLOGY IN MARKETING ACTIVITIES OF ENTERPRISES

УДК 339.138:004.001

Ярмолюк О.Я.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет
Сабірова І.М.
асистент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто сутність scrum методології та особливості її використання маркетинговій діяльності підприємств. Проведено порівняння класичних підходів до маркетингової діяльності та підходів з використанням scrum методології. Обґрунтовано ключові принципи використання agile-маркетингу.

Ключові слова: *agile-маркетинг, маркетинг, скрам, маркетингова діяльність, маркетинг взаємовідносин.*

В статье рассмотрены сущность scrum методологии и особенности ее использования маркетинговой деятельности предприятий. Проведено сравнение классических подходов к маркетинговой деятельности и подходов с использованием scrum методологии. Обоснованно ключевые принципы использования agile-маркетинга.

Ключевые слова: *agile-маркетинг, маркетинг, скрам, маркетинговая деятельность, маркетинг взаимоотношений.*

In the article the essence of scrum methodology and peculiarities of its use of marketing activity of enterprises are considered. A comparison of classical approaches to marketing activities and approaches using the scrum methodology was carried out. The key principles of using agile-marketing are grounded.

Key words: *agile-marketing, marketing, scram, marketing activity, relationship marketing.*

Постановка проблеми. Нестабільність зовнішнього та внутрішнього середовища економіки нашої країни, зростання рівня конкуренції та інші фактори, стають передумовами для пошуку більш ефективних методів управління маркетинговою діяльністю. Також рушійними чинниками, що впливають на пошук більш ефективного управління маркетинговою діяльністю є постійна зміна вподобань споживачів, підвищення ними вимог до продукції або послуг та їх наміри брати активну участь у процесах створення цінності продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням використання скрам методології в маркетингу присвячені праці таких вчених, як: Х. Такеучі [1], Д. Рігби і Дж. Сазерленд [2], К. Уотерс [4], Сердюк С. [5] та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення маркетингових аспектів та принципів використання скрам методології в маркетинговій діяльності підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розкриття суті нашої теми перш за все потрібно звернутись до історії, а саме: звідки бере свій початок скрам методологія. Вперше дану методологію описали Хіротака Такеуті і Ікудзіро Нонака у своїй статті The New Product Development Game [1]. Ними було встановлено, що проекти, над якими працюють невеликі команди з фахівців різного профілю, зазвичай систематично проводять кращі результати, і назвали такий підхід – «підхід регбі». Термін SCRUM (пер. з англ. сутичка) взято з регбі і означає метод командної гри, що дозволяє заволодіти м'ячем і вести його далі по полю, а для цього потрібні злагодженість, єдність намірів і чітке розуміння мети. «Сутичка» представляє собою ідеальну модель повної взаємодії гравців у командній роботі.

Така методологія не залишилася без уваги в компаніях, що займаються розробкою програмного забезпечення, але вона з легкістю може бути використана і в підприємствах інших галузей економіки, у тому числі і в авіапідприємствах.

Scrum – це набір принципів, на яких будується процес розробки, що дозволяє в жорстко фіксовані і невеликі за часом ітерації, так звані спринти (sprints), надавати кінцевому користувачеві працююче програмне забезпечення з новими можливостями, для яких визначено найбільший пріоритет. Можливості програмного забезпечення до реалізації в черговому спринті визначаються на початку спринту на етапі планування і не можуть змінюватися на всьому його протязі. При цьому строго фіксована невелика тривалість спринту надає процесу розробки передбачуваність і гнучкість.

Таким чином головною ідеєю методології scrum – є ітеративний підхід до планування і виконання всього проекту.

На відміну від класичного каскадного (модель водопаду) підходу, коли проект має бути спланованим від самого початку та до завершення, а результат буде виднітись на кінцевій стадій, скрам методологія дозволяє в короткі терміни та з мінімальними витратами отримати готовий продукт (на рівні прототипу), який вже можна показувати замовникам та використовувати. Під час проекту виконавець підтримує постійний зворотний зв'язок з клієнтом (власник продукту), на основі якого здійснюється циклічне нарощування функціональності, а також вдосконалення продукту.

Основна характеристика scrum методології – це гнучкість (адаптивність). Що дозволяє оперативно реагувати на зміни у вимогах замовника і швидко адаптувати продукт до них.

На сьогоднішній день скрам – добре опрацьована методологія, яка зарекомендувала себе із найкращої сторони. Її популярність зростає з кожним днем, у тому числі і в нашій країні.

Agile-маркетинг (від англ. «agile» – «рухливий» – зазвичай використовують переклад, як гнучкий, адаптивний) – це підхід до маркетингу, який прийшов з Agile-розробки [3]. Як і в розробці програмного забезпечення, він має свої певні цінності і переваги на відміну від традиційного маркетингу, які ми розглянемо нижче.

Беручи до уваги стан економіки країни, ті процеси які відбуваються на мікро та макро рівнях, то першою цінністю може бути швидке реагування на зміни важливіше проходження попереднього плану. На відмінну від величезних бізнес-планів традиційного маркетингу, щоквартально складається план на одну сторінку, в якому описуються усі цілі і завдання, а також пріоритети по ним, що заплановані на даний проміжок часу. Через кожні 2-4 тижні пріоритети перевстановлюються.

Другою цінністю є швидкі (невеликі) цикли (ітерації) на відміну від тривалих кампаній. Зазвичай у традиційному маркетингу запускають кампанію на період від 3-6 місяців до року, з розписаним планом по маркетинговій діяльності в її межах, використовують значну суму коштів і в кінці дивляться на результат. У agile-маркетингу використовується ітеративний підхід, який починається з невеликою стратегії (зазвичай перша зустріч може тривати від чотирьох годин). Кожен день починається з короткої зустрічі (stand up meeting) від п’ятнадцяти хвилин до півгодини-години, щоб розібратися, що зроблено, що може спрацювати (буде зроблено), які є проблеми. Потім розбирається, як це можна протестувати та вимірюються отримані результати, після чого обов’язково все це документується. Таким чином цикл триває і ми отримуємо результат.

Третьою цінністю є тестування й факти замість думок. Перевірка гіпотез і реальні дані важливіше думок і умовностей. Agile маркетинг не має за мету тривалі попередні дослідження, вивчення чужого досвіду, думки, минулі результати маркетингових активностей, а тільки часті та невеликі експерименти і обов’язковий аналіз результату. У скрам методології дуже важливо обрати правильні метрики, а не ті, що дають можливість відчути себе краще, але насправді не призводять до поліпшення бізнесу.

Четвертою цінністю agile є проведення великої кількості невеликих експериментів замість одного великого. Завдяки привнесення такої рольової ясності можна дуже різко підвищити ККД і реалізувати той потенціал, який існує в невеликих колективах, де велика ступінь зв'язності, відкритості, довіри і взаємодії.

П’ятою цінністю даної методології є співпраця замість ієрархічної моделі керування та роз'єднаності. Поширеним явищем в компаніях, що ведуть традиційну маркетингову діяльність є те, що окремі підрозділи часто не контактують один з одним. Маркетологи не спілкуються з менеджерами по продажах або ж маркетинг не цікавить вище керівництво. При використанні agile-маркетингу використовуються процеси, що забезпечують співпрацю між різними групами в організації. Тобто, спираючись на маркетинг взаємовідносин та використання CRM систем [6] для ведення маркетингової діяльності. А в результаті можна краще встановлювати пріоритети та аналізувати результати діяльності компанії.

Таким чином, можна визначити цілі Agile-маркетингу – збільшити швидкість маркетингової діяльності, прогнозованість, прозорість та гнучкість до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах.

На основі вищезазначеного agile-маркетинг має ряд наступних переваг перед традиційною моделлю проведення маркетингової діяльності [4].

Першою перевагою є адаптація до змін. Невід'ємною частиною маркетингової діяльності є зміни. І використовуючи скрам, можна з легкістю реагувати на них.

Другою перевагою є можливість зробити більше. Зростання продуктивності вдається досягти за рахунок роботи над правильними пріоритетами та за рахунок відсутності переробок.

Третьою перевагою є те, що робиться тільки те, що потрібно. У продуктових компаніях керівництво працює над визначенням пріоритетів для запланованих заходів. За допомогою гнучкого маркетингу маркетологи завжди можуть підказати керівництву, що потрібно робити в першу чергу.

Agile-маркетологи також слідують декількома принципами – твердженням, що допоможуть зрозуміти, що значить agile для маркетингу.

Перший принцип, найголовніший пріоритет для компанії – це задовольнити потребу покупця за допомогою раннього та постійного маркетингу, який вирішує проблеми і створює цінність для всіх стейкхолдерів [7].

Абсолютна концентрація на досягненні мети всіх членів команди. Кожен учасник, незалежно від своєї ролі в команді, повинен знати і розуміти кінцеву мету. Скрам не має на увазі жорсткий контроль з боку керівника, а спирається на усвідомленість, мотивацію і співробітництво усіх членів команди.

Автономність. Команда повинна мати у своєму розпорядженні можливість вільно приймати самостійні рішення, могти діяти на власний розсуд. Суть у здатності працювати нестандартно в будь-якій ситуації.

Багатофункціональність. Команда повинна мати такий набір фахівців, які володіють усіма навичками, необхідними для завершення проекту, яка б не була поставлена задача.

Колектив компанії готовий та відкритий до змін. А здатність швидко відповідати на зміни – це конкурентна перевага компанії.

При agile-маркетингу розробляються нові маркетингові активності та намагаються якомога зменшити інтервали між активностями та намагаються запускати їх раз на два тижні, максимум – раз в два місяці.

Хороша маркетингова діяльність передбачає тісну взаємодію з бізнесом, продажами і командою розробки продукту чи послуги.

Мотивовані співробітники розробляють найкращі маркетингові програми. Якщо компанія буде зацікавлена у своїх робітниках, створить для них необхідне середовище та надасть максимальну підтримку та довіру, працівники зроблять свою роботу.

Знання, отримані в результаті процесу «розроби-протестуй-врахуй помилки» – основа для прогресу у скрам проектах.

У Agile-маркетингу відповідальність за результат – загальна. У команді повинна бути можливість взаємозамінності.

Стійка успішна маркетингова діяльність вимагає збереження постійного темпу та різноманітності активностей.

Для того, щоб більш чітко розібрати структуру скрам методології, необхідно виділити наступні елементи, з яких вона складається [3]:

1. Артефакти. В Agile-маркетингу є три основні документи (або артефакти):

Беклог продукту (Product Backlog) – це пріоритезувати список справ, необхідних для створення продукту. Наповненням та оновленням беклога займається власник продукту (Product owner).

Беклог спринту (Sprint Backlog) містить всі завдання поточного спринту. Завдання в даному беклогу узгоджуються на зборах (meeting) з планування спринту.

Діаграма згоряння завдань (Burndown Chart) – це візуальне відображення прогресу команди в поточному спринті. Кожен учасник повинен щодня звірятися з ним, щоб знати скільки невиконаних завдань залишилося до завершення спринту.

2. Ролі. У Agile-маркетингу є три основні ролі. Всі вони автономні, крос-функціональні, самоорганізуються і несучі колективну відповідальність:

Власник продукту – відповідальний за планування роботи. Розпоряджається беклогом (це список, що відслідковує завдання і прогрес кожного проекту). Власник призначає пріоритети завданням, приймає або відхиляє роботу.

Розробник (Implementer) – член команди, відповідальний за виконання надходить роботи. Він здатний організувати свою роботу і виконати її якнайкраще. До тих пір, поки робота виконується правильно і у строк, розробник зберігає повну автономність.

Скрам-майстер (Scrum Master) – організовує роботу команди, несе відповідальність за її ефективність. Скрам-майстер забезпечує проведення ритуалів і усуває будь-які перешкоди, які могли б зашкодити команді виконати свої завдання. Він також допомагає власникові продукту в плануванні.

3. Ритуали. Ритуали Scrum – це три різні типи зустрічей в Agile-маркетингу. На відміну від традиційної структури зборів, ритуали мають високу ефективність.

Щоденний скрам – щоденна зустріч команди, що дозволяє бути в курсі поточного стану справ. Його мета – вирішення будь-яких нагальних проблем. Зазвичай такі наради проводяться стоячи, тому їх тривалість не перевищує 15 хвилин. На цих зборах команда повинна відповісти на наступні 3 питання:

Що ви зробили вчора, щоб просунути команду ближче до результату?

Що ви будете робити сьогодні?

Які є проблеми?

Планування спринту – зустріч з планування спринту (тривалістю близько 1 години), на якій власник продукту повідомляє розробникам основні вимоги і завдання спринту. Після обговорення деталей з власником продукту розробники переходять до виконання певного переліку завдань, які можливо виконати до кінця спринту.

Ретроспектива і огляд спринту – зустріч, яка проводиться по завершенню спринту (тривалістю близько 1 години), для аналізу отриманих результатів. Ретроспективна частина цієї зустрічі зосереджена на обговоренні того, що спрацювало, а що ні. На підставі цієї інформації команда повинна виробити пропозиції і план дій щодо поліпшення результатів і підвищення ефективності в наступному спринті.

Таким чином при використанні Agile підходів маркетологи слідують scrum методології, яка покликана підвищити відповідність маркетингових активностей та бізнес цілей компанії, налагодити спілкування зі співробітниками відділу продажів, поліпшити комунікацію як всередині, так і поза маркетингової команди, налагодити зворотній взаємозв'язок зі споживачами, а також збільшити швидкість маркетингової діяльності. Процес близький до процесу agile-розробки IT компаній, але є деякі певні особливі відмінності.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасна маркетингова діяльність підприємств, що займаються різною бізнес діяльністю та хочуть бути адаптованими до постійних і швидких змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах, вимагає від керівників застосування відповідних управлінських методів. Agile-філософія проста, її принципи розумні. Але перехід до реального застосування agile – це серйозний виклик для кожної компанії. Потрібно не тільки освоїти новий підхід до управління проектами, але також підібрати людей, здатних працювати в такому режимі. Використання agile-маркетингу в управлінні маркетинговою діяльністю та і взагалі усією діяльністю компанії може прискорювати терміни реалізації їх планів, сприяє мінімізації та оптимізації використання ресурсів, часу та зусиль персоналу, а також призведе до підвищення рівня задоволеності споживачів та клієнтів від кінцевого результату та отримання ними бажаних цінностей, а також покращення конкурентних позицій підприємства на ринку України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Takeuchi H., Nonaka I. The New New Product Development Game. Harvard Business Review. January 1986. URL: https://hbr.org/1986/01/the-new-new-product-development-game
2. Ригби Д., Сазерленд Дж., Такеучи Х. Новый рецепт инноваций: модель agile. Harvard Business Review (Россия). 22 июля 2016. URL: http://hbr-russia.ru/upravlenie/strategiya/a17966/
3. Agile project management. URL: http://searchcio.techtarget.com/definition/Agile-project-management
4. Professional Sequence in Agile management/UC Berkeley Extension. URL:http://extension.berkeley.edu/spos/agile.html
5. Сердюк А. Agile-лікбез: що таке agile та для кого він підходить // Менеджмент.com.ua: Інтернет-портал для управлінців. 13 липня 2015 р. URL: http://www.management.com.ua/notes/agile.html?print
6. Ярмолюк О.Я. Вплив довірчого маркетингу в системі взаємовідносин з клієнтами – Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук.пр.-К.:НАУ, 2013. – Вип. 44. – С. 198-202.
7. http://agilemanifesto.org/iso/ru/principles.html

REFERENCES:

1. Takeuchi H., Nonaka I. The New New Product Development Game. Harvard Business Review. January 1986. URL: https:// hbr.org/1986/01/the-new-new-product-development-game
2. Ryhby D., Sazerlend Dzh., Takeuchy Kh. Novыi retsept ynnovatsyi: model agile. Harvard Business Review (Rossyia). 22 yiulia 2016. URL: http://hbr-russia.ru/upravlenie/strategiya/a17966/
3. Agile project management. URL: http://searchcio.techtarget.com/definition/Agile-project-management
4. Professional Sequence in Agile management/UC Berkeley Extension. URL:http://extension.berkeley.edu/spos/agile.html
5. Serdiuk A. Agile-likbez: shcho take agile ta dlia koho vin pidkhodyt // Menedzhment.com.ua: Internet-portal dlia upravlintsiv. 13 lypnia 2015 r. URL: http://www.management.com.ua/notes/agile.html?print
6. Yarmoliuk O.Ya. Vplyv dovirchoho marketynhu v systemi vzaiemovidnosyn z kliientamy – Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi: Zb. nauk.pr.-K.:NAU, 2013. – Vyp. 44. – S. 198-202.
7. http://agilemanifesto.org/iso/ru/principles.html

Yarmoliuk O.Ya.
Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University
Sabirova I.M.
Assistant Lecturer at Department of Marketing
National Aviation University

USE OF SCRUM METHODOLOGY IN MARKETING ACTIVITIES OF COMPANIES

In the article the essence of scrum methodology and peculiarities of its use of marketing activity of enterprises are considered. A comparison of classical approaches to marketing activities and approaches using the scrum methodology was carried out. The key principles of using agile-marketing are grounded.

Agile and Scrum are currently the biggest buzz words in business today.

The agile process is the universal remedy for software development project failure. Software applications developed through the agile process have three times the success rate of traditional waterfall method and a much lower percentage of time and cost overruns. The secret is the trial and error and delivery of the iterative process.

There are many tools designed to track the product backlog, the individual requirements and any issues. The terminology is somewhat different from what we would use for marketing, but these tools can still be used to track and report on marketing progress.

Scrum is process designed to increase alignment with the business aims of the organization and the sales staff, to improve communication, both within and outside the marketing team, and to increase the speed and responsiveness of marketing. The process copies that of agile development, with some differences in the details.

In general, scrum is intended to be a lightweight project management methodology, trying to get out of the way of marketers getting the job done, while at the same time providing visibility to the team and to management of progress.

The goals of Agile Marketing are to improve the speed, predictability, transparency, and adaptability to change of the marketing function.

Innovative management methods brought to marketing make a company more agile and let it respond quicker to the needs of the emerging markets. It makes a company even more successful.

Scrum helps a company make its marketing policy nimble and lets it promote its products with lower costs, avoiding unnecessary money and resource spending and helping to reveal possible mistakes in the initial planning. The result is maximization a company's benefit.

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF BUSINESS ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN UKRAINE

УДК 334.012.64

Чайкіна А.О.
к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту і логістики
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка
Леонова О.Й.
директор ТОВ «РЕПУТАЦІЯ-ХАРКІВ»

У статті проаналізовано проблеми та перспективи діяльності малих та середніх підприємств в Україні, зокрема, зміни, що відбулися після нововведень у законодавстві. Доведено, що державна регуляторна політика має прямий вплив на функціонування малого та середнього підприємництва. Визначено, що на сьогоднішній момент підприємства перебувають у процесі адаптації до нових умов існування. Досліджено, як впливають нові зміни у законодавстві на підприємницьку діяльність, а також запропоновано перспективні напрями покращення середовища існування та діяльності малих і середніх підприємств. Проаналізовано європейський досвід підтримки малого і середнього підприємництва, а також охарактеризовано основні інструменти європейської регуляторної політики.

Ключові слова: *мале та середнє підприємництво, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, нормативно-правове регулювання, норми і тарифи.*

В статье проанализированы проблемы и перспективы деятельности малых и средних предприятий в Украине, в частности изменения, произошедшие после нововведений в законодательстве. Доказано, что государственная регуляторная политика имеет прямое влияние на функционирование малого и среднего предпринимательства. Определено, что на сегодняшний момент предприятия находятся в процессе адаптации к новым условиям существования. Исследовано, как влияют новые изменения в законодательстве на предпринимательскую деятельность, а также предложены перспективные направления улучшения среды обитания и деятельности малых и средних предприятий. Проанализирован европейский опыт поддержки малого и среднего предпринимательства, а также охарактеризованы основные инструменты европейской регуляторной политики.

Ключевые слова: *малое и среднее предпринимательство, органы государственной власти, органы местного самоуправления, нормативно-правовое регулирование, нормы и тарифы.*

In article was analyzes problems and perspectives of business activity of small and medium enterprises in Ukraine, including changes that appeared after innovations in the legislation. It was also proved that the state regulatory policy have direct impact on the functioning of small and medium-sized enterprises. It was determined that right small and medium enterprises are in the process of adaptation to the new conditions of existence. In article was investigated how new changes in the legislation affect on entrepreneurial activity, as well as was proposed directions for improving the habitat and activities of small and medium-sized enterprises. The European experience of supporting small and medium-sized enterprises has been analyzed, as well as the main tools of the European Union regulatory policy.

Key words: *small and medium enterprises, state authorities', local governments, normative and legal regulation, norms and tariffs.*

Постановка проблеми. Розглядаючи малі та середні підприємства (складові підприємницького потенціалу регіону) у контексті державного регулювання, можна із впевненістю сказати, що саме вони впливають на розвиток національної економіки та підвищують рівень життя населення. Від того, який вектор державної підтримки реалізується в країні залежить економічний розвиток, соціальна стабільність, захищеність людей та їх добробут.

Держава, маючи юридичну та політичну владу, розробляє механізми реалізації своїх функцій і одним із таких механізмів виступає нормативно-правове регулювання, яке забезпечує розвиток підприємництва, стале економічне зростання, добробут населення та створює в країні юридичну відповідальність та захищеність. У розвинених країнах світу вже давно економічна функція держави реалізується через підтримку підприємництва, створення сприятливого клімату для розвитку ділової активності серед населення, що забезпечує виконання і соціальної функції, адже зростає матеріальний добробут, створюється середній прошарок населення, кожен із членів суспільства самореалізується та саморозвивається.

Саме тому необхідно проаналізувати, як саме державна політика впливає на діяльність та розвиток малих підприємств в Україні у контексті сьогочасних змін у законодавстві (за 2016 та 2017 роки).

Формулювання цілей статті. Метою даної статті є визначити, як саме вплинули зміни у законодавстві на діяльність та розвиток малих та середніх підприємств, а також проаналізувати європейський досвід з державного регулювання та підтримки стабільної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Малі та середні підприємства складають майже 99% від загальної

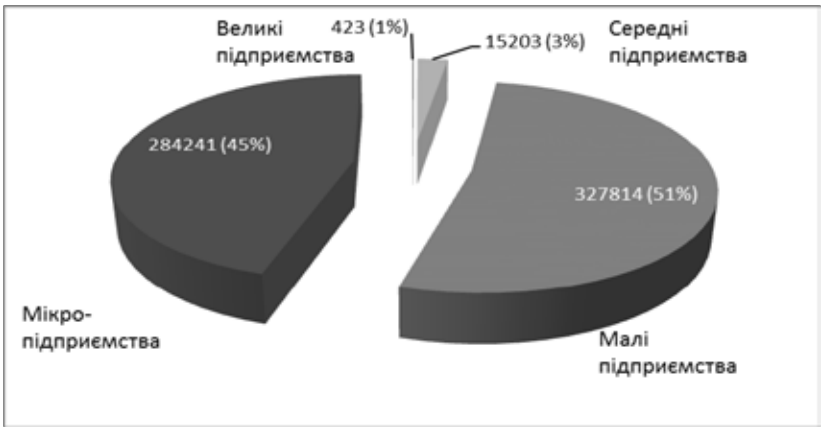


Рис. 1. Кількість підприємств в Україні за розмірами у 2015 році, од.

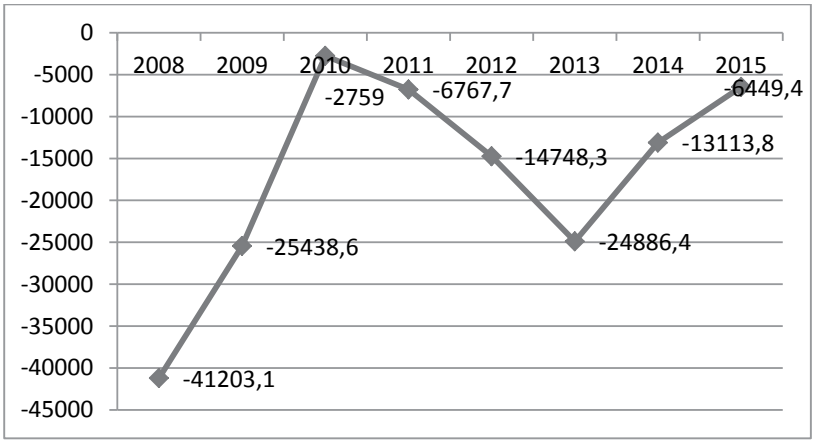


Рис. 2. Фінансовий результат діяльності малих підприємств, млн. грн.

кількості підприємств, що здійснюють свою господарську діяльність в Україні (рис. 1).

Якщо, починаючи з 2010 до 2013 року, офіційна статистична інформація [1] свідчить про прибутковість середніх підприємств, то малі з 2008 року і дотепер як не отримували прибуток від здійснення своєї діяльності та від реалізації робіт, товарів, послуг, так і не отримують і досі (рис. 2).

На жаль, діяльність малих та середніх підприємств відбувається в жорстких конкурентних умовах з великими підприємствами та іноземними агентами, в умовах економічної та політичної нестабільності, недосконалості вітчизняного законодавства.

Нова податкова реформа, що була уведена в дію у 2017 році [2], поки не покращила становище малих та середніх підприємств. По-перше, були внесені зміни щодо оподаткування «спрощенців» другої та третьої груп. До другої групи відносяться фізичні особи-підприємці, які надають послуги платникам єдиного податку або населенню, здійснюють виробництво та продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, мають у своєму складі до 10 найманих працівників і річний обсяг доходу до 1,5 млн грн. До третьої групи відносяться фізичні особи-підприємці та юридичні особи, які мають річний обсяг доходу до 5 млн грн. (у 2015 році обсяг доходу міг становити 20 млн грн.).

Раніше підприємства другої та третьої групи оподатковувалися лише в тому випадку, коли мали прибуток у певному періоді, то тепер з 1 січня 2017 року вони будуть змушені платити єдиний соціальний внесок 704 гривні на місяць, навіть за умови, коли ними не отримано прибутку взагалі. При цьому «спрощенці», що відносяться до першої групи оподаткування отримали можливість платити лише половину мінімального внеску в розмірі 352грн. на місяць. Така зміна до Податкового кодексу України (ПКУ) призвела до того, що малі та середні підприємства почали масово припиняти свою господарську діяльність, про що свідчать численні черги у ЦНАП. Адже, де брати кошти на сплату податку, якщо підприємство не отримує жодного прибутку. Хоча варіант є – підприємець може певний час платити його із свого «карману», проте, тоді постає питання, чи вартий бізнес таких витрат і , на що жити підприємцю та його сім'ї.

Ще однією зі змін у ПКУ стало запровадження на період до 31 грудня 2021 року податкових кані-

кул для підприємств, у яких річний дохід не перевищує 3-х мільйонів гривень та розмір нарахованої за кожний місяць звітного періоду заробітної плати (доходу) працівників є не меншим, ніж дві мінімальні заробітні плати (тобто, не менше, ніж 6400 грн.). Звільнення від оподаткування податком на прибуток нових суб'єктів малого підприємництва, які відповідають певним критеріям відбувається терміном на 5 років. Новостворені підприємства при цьому отримують вибір, на якій системі краще працювати – у загальній в умовах канікул, або на спрощеній зі сплатою єдиного податку. При цьому такі підприємства повинні відповідати критеріям: або бути утворені після 1 січня 2017 року; або протягом трьох послідовних попередніх років, мати щорічний обсяг задекларованих доходів у сумі, що не перевищує 3-х мільйонів гривень із середньообліковою кількістю працівників від 5 до 20 осіб; або бути зареєстрованими платниками єдиного податку в період до 1 січня 2017 року та мати за останній календарний рік обсяг виручки від реалізації продукції (товарів робіт, послуг) до 3-х мільйонів гривень із середньообліковою кількістю працівників від 5 до 50 осіб.

Одне із нововведень у Бюджетному Кодексі України [3] призвело до погіршення діяльності малих та середніх підприємств. Починаючи з 2017 року, підвищився розмір мінімальної заробітної плати (01.05.2016-30.11.2016 було 1450 грн, 01.12.2016-31.12.2016 було 1600 грн) до 3200 грн. Тут зазначимо, що для робітника таке нововведення безумовно має позитивний ефект. Адже підвищення мінімальної заробітної плати мало на меті «вивести із тіні» реальну заробітну плату працівників (робітників) підприємства. Зазвичай підприємці задля того, щоб знизити податкові відрахування оформлювали своїх працівників на мінімальну заробітну плату, а усю іншу суму виплачували неофіційно «у конверті». Тепер же підприємцям стало не вигідно платити працівнику зарплату не легально. Для підприємців така зміна у законодавстві, на жаль, мала негативний ефект. Підвищення рівня мінімальної заробітної плати тягне за собою також підвищення інших відшкодувань, що сплачує підприємець, зокрема ЄСВ, військового збору і інших податків та зборів. Саме тому деякі підприємці вирішили покращити своє становище завдяки звільненню працівників з підприємства, або навіть через ліквідацію існуючого бізнесу.

Для підприємців, що відносяться до «спрощенців» підвищення мінімальної зарплати призвело до збільшення розміру ставки єдиного податку так, як «спрощенці» 1 і 2 груп прив'язані до мінімальної заробітної плати. Тобто при збільшенні у два рази мінімальної зарплати їм доведеться збільшувати відрахування до пенсійного фонду, податкового та інших.

Можемо зробити висновок, що, хоч зміни у ПКУ та у БКУ були спрямованні на покращення умов господарювання для малих та середніх підприємств, та на жаль сьогодні в кризових умовах, ці зміни не призвели до позитивного ефекту від свого запровадження. Хоча поки що від моменту змін пройшло не так багато часу, але навіть беручи до уваги середовище функціонування підприємств, яке було створено за роки незалежності України, можемо говорити про відсутність сформованих організаційно-економічних механізмів покращення умов для діяльності малих та середніх підприємств.

Ще однією із актуальних проблем, що стримує розвиток малого та середнього підприємництва в Україні є недотримання контрактових зобов'язань. Багато підприємств надають свої послуги, виконують певного виду роботи або виробляють продукцію в межах укладених контрактів із постачальниками, посередниками, замовниками. Практика показує, що з певною частотою у процесі здійснення господарської діяльності відбувається затримки з виконання контрактів різними сторонами з різних причин. Проте, хоч в угоді і прописуються штрафи з приводу певних спірних моментів при роботі між підприємствами, але реально спочатку ніхто не вирішує свої претензії через суд, вирішуючи все через домовленості, «під чесне слово». На жаль, підприємству, якому заборгували за виконанні роботи замовники або партнери, отримують на своєму балансі дебіторську заборгованість. Це призводить до того, що підприємство не має вільних коштів для розпорядження у власних потребах, а іноді навіть не має можливості розрахуватись і по своїх зобов'язаннях.

Навіть коли спір вирішується через суд і видається судовий наказ на стягнення заборгованих коштів, то відповідно за законодавством підприємець може повернути свої кошти у разі наявних грошових коштів на рахунку підприємства-боржника. Якщо ж на рахунках підприємства немає вільних коштів, то на жаль, жодна структура не допоможе їх повернути. Повернення усієї суми заборгованості можливо чекати роками, або до того моменту, поки підприємство-боржник не розпочне процес своєї ліквідації. Але і тут згідно законодавства, кошти розподіляють за черговістю. Перші, хто отримує грошове відшкодування – це працівники підприємства (коли існує заборгованість по виплаті заробітної пати), а вже потім ідуть розрахунки з усіма іншими організаціями, підприємствами і т.д. Тобто, підприємство, яке вчасно виконало усі роботи, поставило виготовлений товар, може отримати величезні збитки або навіть бути доведеним до ліквідації.

Іншою проблемою, що торкнулася усіх українців, не тільки підприємців, є подорожчання вартості комунальних послуг. Якщо підприємство має певну площу (орендовану або власну), то щомісяця воно сплачує комунальні послуги з опалення, водопостачання і т.д. У середньому у 2017 році по Україні вартість водопостачання та водовідведення становить 11,65 грн / куб. м., що стосується

оплати тарифів за централізоване опалення та гаряче водопостачання, то середня вартість по Україні складає 1450 грн за 1 Гкал теплової енергії. Вартість газу для промислових споживачів та інших категорій споживачів з 1 січня 2017 року підвищилася за 1000 куб. м. і становить приблизно від 9,2 до 10,1 тисяч гривень за 1 тисячу кубометрів. Отже, малому та середньому підприємству, щоб сплатити усі комунальні послуги, необхідно збільшувати вартість свого товару або послуги. Але тоді виникає питання, чи захочуть купляти споживачі їх продукцію за вищою ціною, чи буде вона конкурентною на ринку і за рахунок чого можна знову знизити собівартість товару, робіт, послуг?

Виходить, що підприємцю задля свого виживання та стабільного функціонування свого бізнесу необхідно швидко адаптуватись до нових викликів середовища, мати певні резервні фонди, вміти швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та бути неабияким винахідником, щоб не дивлячись ні на які перешкоди виходити переможцем із складних ситуацій.

Разом з тим, досвід розвинених країн свідчить, що, попри кризові ситуації, періодичні спади та підйоми в економіці, малі та середні підприємства залишаються головним джерелом забезпечення населення робочими місцями, створення додаткової вартості, ВНП, формування середнього прошарку населення, наповнення бюджету країни та регіону. Цьому допомагає чітка система державної підтримки, а також сформовані інструменти покращення підприємницької діяльності. Беручи до уваги Європейський Союз, зазначимо, що ще у 2008 році було прийнято Закон про малий бізнес (Small Business Act – SBA), який за своєю суттю став першим актом, що визначив умови та перспективи діяльності малого та середнього підприємництва у стратегічній перспективі. Цей акт мав перш за все на меті закласти базові підходи до розвитку підприємництва в Європі, спростити нормативне та політичне середовище для малих і середніх підприємств, а також усунути існуючі перешкоди на шляху їхнього розвитку. Основними пріоритетами в Законі визначено:

- розвиток малого та середнього підприємництва;
- зменшення регуляторного впливу;
- вільний доступ до фінансування;
- доступ МСП до будь-яких ринків і його постійна інтернаціоналізація.

Щорічно проводиться моніторинг з дотримання та реалізації Закону, яким в Європейській комісії займається Мережа посередників малого і середнього підприємництва (Network of SME Envoys) та Асамблея малого та середнього підприємництва (SME Assembly).

Розробленні відповідні інструменти, що дозволяють забезпечувати розвиток МСП на основі принципу «Спочатку подумай про малий бізнес»:

1) тест МСП;

2) зміна положень у законодавстві, щоб уникнути надмірного навантаження на малі і середні підприємства;

3) консультування та постійна комунікація з представниками МСП;

4) ефективна робота посередників малого і середнього підприємництва;

5) використання загальних дат впровадження регуляторних змін, тобто зміни у законодавстві вступають у силу у точно визначені дати [4].

Відповідно актуальною є адаптація європейського досвіду з державної підтримки та регулювання діяльності малого та середнього підприємництва до вітчизняних умов, запровадження постійних комунікацій між представниками органів державної влади, представниками підприємництва, громадськістю щодо створення ефективних важелів розвитку підприємництва.

Висновки з проведеного дослідження. Після проведеного дослідження можна зазначити, що на сьогодні перспективними напрямами покращення середовища існування та діяльності малих та середніх підприємств можна виділити такі:

1. Вихід малих та середніх підприємств на закордонні ринки збуту продукції (інтернаціоналізація МСП).

2. Диференціація відсоткової ставки кредиту у державних банках України для підприємств різних розмірів та організаційно-правових форм.

3. Створення бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів на базі провідних університетів з метою надання консультацій підприємцям-початківцям; проведення тренінгів та семінарів; допомоги у пошуку грантів для реалізації найкращих бізнес-ідей; заохочення молоді, жінок та воїнів АТО до створення власної справи, а також постійний супровід бізнесу на всіх його етапах існування.

4. Розроблення чітких законодавчих норм щодо заснування та здійснення електронної комерції (E-Commerce) та електронного бізнесу (E-Business), що дозволить вивести із тіні бізнес, який існує завдяки електронній мережі Інтернет, а також наповнювати бюджет країни.

5. Взаємодія між органами державної влади, місцевого самоврядування, науковцями та підприємцями щодо узгодження усіх законодавчих актів, проектів та постанов, що стосуються підприємницької діяльності.

6. Цільове використання податкових відрахувань малих та середніх підприємств для допомоги новоствореним підприємствам; підприємцям, що впроваджують інновації або допомагають суспільству та ін.

Отже, можна зазначити, що малі та середні підприємства намагаються адаптуватися до нових умов здійснення господарської діяльності. Зміни, що відбулися у законодавстві мали як позитивний, так і негативний ефект на діяльність МСП. Проблеми у діяльності підприємців в Україні як існували, так і будуть існувати доти, поки не буде

усунено надмірний бюрократизм, суперечності у законодавстві, рейдерські атаки, не виникне конструктивний діалог між владою та підприємцями. Якщо підприємці відчують себе захищеними у правовому та особистісному плані, будуть знати, що усі податки та збори ідуть на забезпечення соціально-економічного розвитку, використовуються не на покриття дефіцитів у бюджеті, а на запровадження нових технологій, впровадження інновацій, допомогу новим підприємствам та громаді, то тоді можна вести мову про економічний розвиток України як європейської держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Податковий кодекс України (редакція від 01.01.2017, підстава 1795-19, 1791-19, 1797-19) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17
3. Бюджетний кодекс України (редакція від 05.01.2017, підстава 1800-19) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
4. Euro commerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurocommerce.eu/policy-areas/smes.aspx#

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Podatkovyi kodeks Ukrainy (redaktsiia vid 01.01.2017, pidstava 1795-19, 1791-19, 1797-19) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17
3. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy (redaktsiia vid 05.01.2017, pidstava 1800-19) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2456-17
4. Euro commerce [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.eurocommerce.eu/policy-areas/smes.aspx#

Chaikina A.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Management and Logistics,
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University
Leonova O.Y.
Director of Ltd. “Reputacia – Kharkiv”

PROBLEMS AND PERSPECTIVES OF BUSINESS ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN UKRAINE

The experience of developed countries shows us that despite on crisis situations, recurrent recessions, and downs in the economy, SME’s are the main source that provides new jobs, create additional value, GDP, forms a middle segment of the population, fills budget of the country and the region. This helps clear system of state support and formed tools that improve business activity.

In European Union was accepted appropriate tools that ensure the development of SME’s on the principle: “Firstly, think about small enterprises”: SME’s Test; change of provisions in the legislation that help to avoid excessive burden; counselling and constant communication with representatives of SME’s; efficient work of SME’s brokers; use of common implementation date of regulatory changes it means that legislative changes come into force in precisely defined date.

Nowadays is a relevant adaptation of European experience of government support and regulation of small and medium enterprises to Ukraine conditions, implement of continuous communication between public authorities, business representatives, and community on creating effective instruments of business development.

The study showed that changes in the law have both positive and negative effects on the activity of SME’s. So, we can say if the government wants to provide stable operation of SME’s it needs to implement such tools:

1. The output of SME’s to foreign markets (internationalization of SME’s).
2. Differentiation interest rate loan in State Banks of Ukraine for the different sizes and legal forms enterprises.
3. Create business centres and business incubators on the base of leading universities.
4. Develop clear legislation norms of the establishment and implementation of E-Commerce and E-Business.
5. Constant interaction between government agencies, local authorities, scientists and entrepreneurs about harmonization of all legislation projects and regulations.
6. Target use of SME’s tax deductions for the financial help to new enterprise, entrepreneurs that implement innovations or helps public authority, etc.

If entrepreneurs will feel themselves secure in the legal and personal terms, will know that all taxes and fees go to the socio-economic development of the region, are not used to cover deficits in the budget but to the introduction of new technologies, innovation, support new enterprises, then we can talk about economic development of Ukraine as a European state.

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ЯК ФУНКЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

GREENING AS A FUNCTION OF INNOVATION DEVELOPMENT OF ECONOMY UKRAINE

УДК 351

Іванова Т.В.
д.держ.упр., професор
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто необхідність проведення інноваційної еколого-економічної політики, виокремлено ключові напрями еколого-економічної політики для досягнення сталого розвитку країни. Запропоновано основні напрями комплексного еколого-економічного та екологічного розвитку як держави в цілому, так і окремих її регіонів.
Ключові слова: *екологізація, еколого-економічна політика, економіка, інноваційний розвиток, сталий розвиток.*

В статье рассмотрена необходимость проведения инновационной эколого-экономической политики, выделены ключевые направления эколого-экономической политики для достижения стбального развития страны. Предложены основные направления комплексного эколого-экономического и экологического развития как государства в целом, так и отдельных ее регионов.
Ключевые слова: *экологизация, эколого-экономическая политика, экономика, инновационное развитие, устойчивое развитие.*

In the article the necessity of carrying out of innovative ecological and economic policy is considered, the key directions of the ecological and economic policy are singled out for achievement of the country's development. The main directions of the complex ecological-economic and ecological development of the state as a whole and its separate regions are proposed.
Key words: *greening, environmental and economic policy, economy, innovative development, sustainable development.*

Постановка проблеми. Проблема екологізації економіки має глобальне значення і полягає в тому, що простого розвитку продуктивних сил в сучасний період недостатньо. Якщо, впроваджуючи досягнення науково-технічного прогресу у виробництво, мати на увазі лише економічні фактори і не враховувати екологічні, то це призведе до екологічної кризи. З метою узгодження між соціально-економічним розвитком і збереженням довкілля необхідно впроваджувати в життя ідеї забезпечення збалансованого сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам збалансованого сталого розвитку держави та окремих її регіонів присвячено багато наукових праць і нормативних документів, більшість з яких, правда, все ще перебуває в якості проектів.

Серед українських вчених-економістів найбільш відомі розробки проблеми сталого розвитку С. Дорогунцова, Б. Данилишина, В. Трегобчука, І. Лукінова, Л. Руденка, О. Невелєва, П. Шищенка тощо.

Одним із найважливіших, з нашої точки зору, невирішених питань впровадження принципів сталого розвитку в практику господарювання є відсутність системного механізму поєднання економічної та природоохоронної діяльності.

Метою статті є обґрунтування об'єктивних передумов і формування механізмів екологізації соціально-економічного розвитку на інноваційній основі.

Виклад основного матеріалу. Стратегічним пріоритетом перспективного розвитку України у XXI столітті визначено «утвердження інноваційної моделі розвитку» .

Існує багато визначень поняття «інноваційний розвиток», але усі вони формулюють його, як впровадження нової техніки і технологій, не вкладаючи у визначення цього процесу поняття екологізації виробництва.

Інноваційний розвиток господарського комплексу на будь-якому рівні управління (підприємство, галузь, регіон, держава) повинен розглядатися, як такі вкладання коштів в нову техніку, технології та організацію господарської діяльності, які б стимулювали не тільки зростання продуктивності праці, а й безумовно забезпечували б збереження навколишнього природного середовища, тобто забезпечували екологізацію господарської діяльності [4, ст. 145].

Без застосування інноваційного фактору в розвитку соціально-економічного потенціалу держави та її регіонів їх економіка буде приречена на моральне старіння і відставання від передових світових стандартів розвитку, а природне середовище – на подальше забруднення з перспективою остаточного знищення.

Світова громадськість, розглядаючи процеси соціально-економічного розвитку і збереження навколишнього середовища, стверджує, що ці процеси необхідно вирішувати в комплексі і забезпечувати екологізацію розвитку економіки та соціальної сфери на інноваційній основі.

Доцільно вважати, що екологізація соціально-економічного розвитку країни і її регіонів за своєю

суттю рівнозначна поняттю розвитку її економіки і соціальної сфери на інноваційній основі.

Аналіз господарської практики сучасного періоду, на жаль, свідчить, що дуже часто процес застосування навіть нової техніки не пов'язується із необхідністю збереження довкілля та здоров'я людей. Наприклад, це бездумна вирубка лісів або організація екологічно небезпечних виробництв у межах людських поселень.

Очевидно, що при цьому не може бути мови про інноваційний розвиток, хоча і має місце використання найсучаснішої техніки.

У той же час очевидно, що сучасне виробництво дуже часто все ще несе загрозу природному середовищу і з цим необхідно боротися.

Саме тому ще у 1992 р. на конференції ООН з питань навколишнього середовища і економічного розвитку в Ріо-де-Жанейро теоретично розглядався «Порядок денний на XXI століття» і була запропонована ідея так званого «сталого розвитку», а у 1997 р. на 19-й спеціальній сесії Генеральної Асамблеї ООН була прийнята вже конкретна програма дій щодо впровадження цієї ідеї в практику господарювання в усіх країнах та населених пунктах у XXI столітті [3].

Ідея сталого розвитку полягає в гармонійному поєднанні розвитку економічного потенціалу з безумовним збереженням навколишнього природного середовища і його поступовим поліпшенням, яке досягається завдяки проведенню екологізації усіх процесів соціально-економічного розвитку.

Аналізуючи сучасний стан соціально-економічного розвитку України в цілому та її регіонів, зокрема, доводиться, на жаль, констатувати, що інноваційна діяльність у нашій країні ще не набула необхідного розмаху, а екологічна ситуація знаходиться під загрозою.

Не вдаючись в аналіз причин такого стану, зауважимо, що носять вони не стільки організаційно-економічні та технічні аспекти, а переважно соціально-політичні.

Тому для досягнення сталого розвитку країни і її регіонів необхідно жорстко проводити інноваційну еколого-економічну політику, яка повинна передбачати перш за все:

− інтеграцію науки та виробництва з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу в господарську практику. Це є визначальною складовою інноваційного розвитку економіки. При цьому необхідно забезпечити на державному, регіональному рівнях та на рівні окремих підприємств замовлення та використання нормативно-правових, організаційно-методичних та науково-технічних розробок, які б забезпечували на кожному рівні управління вирішення завдань виробничого і природоохоронного характеру в комплексі, обов'язково в комплексі, а не так, як часто можна спостерігати зараз, коли для досягнення максимальних прибутків підприємці, особливо приватні, нехтують екологічним фактором функціонування виробництв і переслідують лише одну мету – отримання прибутку;

− удосконалення структури окремих галузевих господарських комплексів і господарських комплексів регіонів таким чином, щоб забезпечити рішення трьох найважливіших завдань – зростання виробництва конкурентоспроможних товарів та послуг, досягнення екологічної безпеки в процесі соціально-економічного розвитку та поліпшення соціальних умов життя населення;

− розвиток ефективних транспортно-економічних зв'язків між окремими регіонами країни на основі раціонального розміщення продуктивних сил по території країни з метою зниження екологічного навантаження на природне середовище в окремих перевантажених зараз економічних регіонах;

− створення привабливого інвестиційного клімату в країні з метою залучення вітчизняних та іноземних інвесторів для забезпечення інноваційного розвитку на основі використання прогресивної техніки та технологій, що відповідають світовим стандартам, зокрема, щодо екологічності.

Варто зауважити, що господарська політика повинна будуватися так, щоб були тісно пов'язані економічна та природоохоронна складові. Треба враховувати, що чим більший природно-ресурсний потенціал має держава або окремий регіон, тим кращі передумови їх економічного розвитку; чим більші масштаби економічного розвитку держави або регіону, тим більше загроз виникає для навколишнього природного середовища. Це – внутрішнє протиріччя економічного прогресу.

Нейтралізація цього протиріччя може бути досягнута лише за умови забезпечення ресурсозберігаючого (екологічного) розвитку економічного потенціалу держави в цілому і окремих її регіонів.

Для цього повинна бути розроблена і реалізована стратегія гармонійного розвитку виробничого і природоресурсного потенціалу, тобто досягнута екологізація економічного розвитку регіонів і держави в цілому [4, ст. 86]. Саме це означає досягнення того стану суспільного розвитку, який визначено, як сталий збалансований розвиток.

Вважаємо, що у програмі сталого розвитку усі завдання соціально-економічного розвитку країни на стратегічну перспективу, а також на середньострокову та поточну перспективу необхідно вирішувати за кожним розділом такої діяльності на основі комплексного підходу, який повинен забезпечити вирішення не тільки соціальної або економічної, а й екологічної складової одночасно з тим, щоб зберегти природне середовище. Зокрема [1, ст. 73]:

– розвиток промислового потенціалу на інноваційній основі повинен забезпечити перебудову техногенного середовища, технічного переозброєння виробничого комплексу на основі впрова-

дження новітніх ресурсо- та енергозберігаючих технологій, безвідходних та екологічно безпечних технологічних процесів, розв'язання проблем знешкодження і використання в якості вторинних ресурсів усіх видів відходів, в першу чергу промислових;

– розвиток енергетичного потенціалу на інноваційній основі повинен забезпечити екобезпеку завдяки широкому застосуванню твердого палива в теплоенергетиці, науковому обґрунтуванню вибору ядерних технологій, устаткування та обладнання на АЕС, створення і забезпечення умов функціонування системи безпечного поводження з радіоактивними відходами;

– розвиток сільського господарства на інноваційній основі повинен забезпечити збереження та відтворення земельних, водних, біологічних, зокрема рибних та лісових, а також мінерально-сировинних ресурсів;

– розвиток транспортного потенціалу на інноваційній основі повинен забезпечити, перш за все, захист атмосферного повітря від впливу забруднюючих речовин, які викидаються до атмосфери і є основним фактором її забруднення, а також скидами забруднюючих речовин у воду в процесі функціонування водного транспорту;

– розвиток житлово-комунального господарства на інноваційній основі повинен забезпечити максимально певний збір та ефективну переробку усіх видів побутових відходів, утилізацію осадів стічних та природних вод.

Звичайно, усі ці напрями роботи представлені схематично і на практиці повинні бути конкретизовані і доповнені. Але саме такими мають бути, на наш погляд, основні галузеві напрями комплексного еколого-економічного та екологічного розвитку як держави в цілому, так і окремих її регіонів.

Необхідно ще раз підкреслити основну думку: ні політика соціально-економічного розвитку, ні екологічна політика не повинні формуватися окремо одна від одної. Це єдиний взаємопов'язаний комплекс.

Саме через те, що сьогодні така єдність практично відсутня, вважаємо необхідним суттєво удосконалити механізми забезпечення сталого розвитку.

Досягнення сталого розвитку господарського комплексу держави повинно відбуватися завдяки впровадженню таких механізмів:

– нормативно-правового, суть якого повинна полягати в розробці нового і впорядкуванні діючого законодавства з метою забезпечення комплексного вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем країни та її регіонів, а також у введенні жорсткої відповідальності, аж до кримінальної, за управлінські господарські рішення, які наносять шкоду навколишньому середовищу (посилення вимог щодо природоохорони);

– інформаційного, суть якого повинна полягати в забезпеченні державних та регіональних органів управління даними, необхідними для прийняття управлінських рішень щодо впровадження нової техніки та прогресивних технологій в економічну практику з метою її екологізації. Необхідно запровадити жорсткий екологічний моніторинг господарської діяльності, з тим, щоб виявляти першочергові напрями еколого-інноваційної діяльності;

– організаційного, суть якого повинна полягати в організації розробки та реалізації комплексних, саме комплексних, а не окремих програм вирішення економічних, соціальних і екологічних проблем держави в розрізі окремих регіонів та галузей господарства;

– економічного, суть якого повинна полягати в забезпеченні необхідним фінансуванням виконання усіх заходів зазначених комплексних програм як за рахунок державного та регіональних бюджетів, так і шляхом залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій під державні гарантії їх захисту. Треба підкреслити, що включення до комплексних програм будь-яких заходів, в т. ч. екологічного спрямування, повинно здійснюватися виключно за умови можливості їхнього ресурсного забезпечення, в іншому разі це будуть порожні декларації. Необхідно також застосовувати жорсткі економічні санкції до порушників природоохоронного законодавства. Такі санкції повинні спонукати винних у порушенні правил природоохорони проводити інтенсивну екологічно-інноваційну діяльність;

– кадрового, суть якого повинна полягати у навчанні нових та створенні умов для відповідного навчання діючих управлінських кадрів комплексному підходу до вирішення економічних і соціальних проблем виключно з урахуванням необхідності природозбереження, тобто впровадження екологічної складової на усіх стадіях господарської діяльності. Треба розуміти, що одними санкціями неможливо вирішити ніякої проблеми. Необхідна цілеспрямована, наполеглива виховна робота, починаючи з дитячого садка, школи, вищого навчального закладу з тим, щоб ще з дитинства людина починала розуміти роль і значення природи, навколишнього середовища для виживання людства в епоху шаленого розвитку техніки і поступового скорочення мінерально-сировинних ресурсів.

Таким чином, варто зауважити, що забезпечення інноваційного розвитку економіки не є самоціллю, а має на меті підвищення ефективності вирішення цілої низки економічних і соціальних проблем.

Однією із найважливіших соціальних проблем є збереження навколишнього природного середовища, забезпечення екологічної рівноваги, яка постійно знаходиться під загрозою в результаті антропогенної діяльності. Розширення масштабів цієї діяльності обумовлює зростання забруднення повітря (атмосфери), води і землі, що може призвести до самознищення людства, якщо не вживати дійових заходів щодо захисту навколишнього

середовища. В основі цих заходів лежить розробка і впровадження в практику господарства інноваційних технологій та нової техніки які повинні, в першу чергу, забезпечити екологічну безпеку від їх впровадження і застосування, а вже потім (або паралельно) забезпечувати зростання продуктивності праці [2, ст. 99].

Тому основною рекомендацією щодо розробки програм діяльності на усіх рівнях управління від держави до окремого підприємства є необхідність комплексного, в нерозривній єдності, формування будь-якого завдання з тим, щоб будь-яка економічна і екологічна проблема вирішувалися разом, але з екологічним пріоритетом. У сучасний період екологічних катаклізмів та катастроф інноваційний фактор розвитку економіки повинен мати першочергове завдання – екологізацію соціального виробництва та допомогу природі у її збереженні та відновленні.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сучасний широкомасштабний розвиток господарської діяльності створює реальні загрози довкіллю. Для екологізації господарської діяльності необхідно впровадження нової техніки та прогресивних технологій, що у свою чергу обумовлює технічний прогрес. Проблеми виживання людства пов'язані з необхідністю впровадження досягнень науково-технічного прогресу в практику господарювання. Жодне рішення щодо подальшого соціально-економічного розвитку не може прийматися без того, щоб не передбачити природоохорону складову. А проблеми екологізації господарської діяльності можуть бути вирішені лише на інноваційній основі і тому вона є визначальним фактором інноваційного розвитку економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александров І. О. Стратегія сталого розвитку регіону: монографія / І. О. Александров [та ін.] / НАН України. Ін-т економіки пром-ті. – Донецьк: Ноулідж, 2010. – 203 с.
2. Касьяненко Т.В. Комплексний підхід до наукового обґрунтування екологічно спрямованого інноваційного розвитку на різних рівнях управління / Касьяненко Т.В., Прокопенко О.В., //Актуальні проблеми економіки. – 2013. – С. 98-100.
3. Яценко Л. Напрямки державної політики щодо екологізації національної економіки. Аналітична записка [Електронний ресурс] / Л.Яценко. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/807/\
4. Прокопенко О.В. Соціально-економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності: [монографія] / О.В. Прокопенко. – Суми : Вид-во СумДУ, 2010. – 395 с.

REFERENCES:

1. Aleksandrov I. O. Stratehiia staloho rozvytku rehionu: monohrafiia / I. O. Aleksandrov [ta in.] / NAN Ukrainy. In-t ekonomiky prom-ti. – Donetsk: Noulidzh, 2010. – 203 s.
2. Kasianenko T.V. Kompleksnyi pidkhid do naukovoho obgruntuvannia ekolohichno spriamovanoho innovatsiinoho rozvytku na riznykh rivniakh upravlinnia / Kasianenko T.V., Prokopenko O.V., //Aktualni problemy ekonomiky. – 2013. – S. 98-100.
3. Yatsenko L. Napriamky derzhavnoi polityky shchodo ekolohizatsii natsionalnoi ekonomiky. Analitychna zapyska [Elektronnyi resurs] / L.Yatsenko. – Rezhym dostupu : http://www.niss.gov.ua/articles/807/\
4. Prokopenko O.V. Sotsialno-ekonomichna motyvatsiia ekolohizatsii innovatsiinoi diialnosti: [monohrafiia] / O.V. Prokopenko. – Sumy : Vyd-vo SumDU, 2010. – 395 s.

Ivanova T.V.
Doctor of Public Administration, Professor,
Vice Rector for Academic and Educational Affairs
National Aviation University

GREENING AS A FUNCTION OF INNOVATION DEVELOPMENT OF ECONOMY UKRAINE

Modern large-scale development of economic activity poses a real threat to the environment. Therefore, the need for innovative environmental and economic policy, singling out key areas of environmental and economic policies for sustainable development is an extremely important task today.

The processes of socio-economic development and environmental conservation must be addressed together and ensure the greening of the economy and social innovation at the base.

The problem of greening the economy has global significance and is just the development of the productive forces in modern times is not enough. For greening of economic activity necessary to introduce new equipment and advanced technologies that, in turn, causes technological progress. When introducing scientific and technological progress in industry to consider only the economic factors and not ignore environmental, will lead to ecological crisis.

For the purpose of coordination between social and economic development and environmental preservation is necessary to implement the ideas for balanced sustainable development. Therefore, the problem of greening economic activity can be resolved only on the innovation and because it is a determining factor of innovation development of economy.

УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРІВ БАНКУ В КОРПОРАТИВНОМУ СЕГМЕНТІ

IMPROVEMENT IN BANKS' MANAGERS SERVICE IN THE CORPORATE SEGMENT

УДК 005.941:336.71

Баланчук Д.В.
аспірант кафедри банківської справи
Київський національний торговельно-економічний університет

Запропоновано формування організаційного забезпечення корпоративного сегменту банку здійснювати за галузевою приналежністю. Розглянуто ключові складові діяльності корпоративних менеджерів у процесі збуту банківських продуктів. Запропоновано виокремити ступені індивідуалізації обслуговування корпоративних клієнтів.

Ключові слова: *корпоративний бізнес банку, організаційна структура банку в сегменті корпоративного бізнесу, менеджери корпоративних клієнтів, ступені індивідуалізації обслуговування корпоративних клієнтів.*

Предложено формирование организационного обеспечения корпоративного сегмента банка осуществлять по отраслевой принадлежности. Рассмотрены ключевые составляющие деятельности корпоративных менеджеров в процесс сбыта банковских продуктов. Предложено выделить степени индивидуализации обслуживания корпоративных клиентов.

Ключевые слова: *корпоративный бизнес банка, организационная структура банка в сегменте корпоративного бизнеса, менеджеры корпоративных клиентов, степени индивидуализации обслуживания корпоративных клиентов.*

The formation of organizational support for the corporate segment of the bank is proposed to be carried out according to industry affiliation. The key components of the activity of corporate managers in the process of selling banking products are considered. It is offered to allocate degrees of an individualization of servicing of corporate clients.

Key words: *corporate business of the bank, organizational structure of the bank in the segment of corporate business, managers of corporate clients, degree of individualization of servicing corporate clients.*

Постановка проблеми. Бізнес банків з корпоративними клієнтами постійно змінюється та ускладняється. У таких умовах зростає роль менеджерів банку, які безпосередньо відповідають за налагодження та підтримку відносин з корпоративними клієнтами банку. Тенденції до постійних змін означають, що менеджери банку, які задіяні в роботі з корпоративними клієнтами, мають удосконалювати свою діяльність з огляду сучасних тенденцій розвитку корпоративного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням різних аспектів відносин менеджерів банків із клієнтами приділена значна увага у роботах закордонних та вітчизняних вчених, зокрема: О. Лаврушина [1], І. Лютого [2], О. Криклія [3], І. Стояна [4], Є. Сєрова [5], Н. Шульги [6], Н. Маслової [7] та ін. Незважаючи на суттєві досягнення в цьому напрямі, існує низка невирішених питань, які стають дедалі актуальнішими. Зокрема, подальшого дослідження вимагає комплекс питань, що пов'язані з підвищенням ефективності роботи корпоративних менеджерів банку. Це обумовлює необхідність даного наукового дослідження, визначає його мету та завдання.

Мета статті полягає в аналізі сучасних підходів щодо організації ефективної роботи банків у сегменті корпоративного бізнесу. Досягнення цієї мети пов'язано з вирішенням наступних завдань: формування ефективного організаційного забезпечення корпоративного сегменту банку та підвищення результативності обслуговування корпоративних клієнтів менеджерами банку.

Результати дослідження. Одним із ключових елементів для досягнення успіху в сегменті корпоративних клієнтів є ефективно налагоджений збут продуктів та послуг корпоративним клієнтам банку. Значна роль у розв'язанні цієї проблеми належить побудові дієвої організаційної структури банку в сегменті корпоративного бізнесу та чітко окреслених функцій корпоративних менеджерів.

Отже, організаційна структура банку в сфері корпоративного бізнесу виступає ключовим чинником успіху банку. На наш погляд, виявляється доречним запровадження в банках України організаційної структури фронт-офісу на базі внутрішньої сегментації корпоративних клієнтів, що обумовлено переходом до європейської моделі функціонування. З урахуванням висококонкурентного середовища побудова структури фронт-офісу на базі внутрішньої сегментації корпоративних клієнтів виступає рушієм активного банківського збуту продуктів та послуг. Така організаційна структура передбачає формування підрозділів корпоративних клієнтів за сегментними групами у відповідності до внутрішньої сегментації. Наприклад, за галузевою приналежністю (відділи сільського господарства, харчової промисловості, транспорту, роздрібних мереж, промислового виробництва, енергетичного сектору тощо), за формою власності (відділи держпідприємств, ЖКГ, комунальних

підприємств тощо), за обсягами діяльності (відділ великих підприємств, середніх, малих). До того ж, відділи по роботі з корпоративними клієнтами можуть бути створені на основі змішаних форм – у залежності від переважання в банку тих чи інших груп підприємств за певними сегментними ознаками (наприклад, відділ факторингу, відділ підприємств-нерезидентів, відділ підприємств східного регіону або відділ продажу пасивних продуктів).

Зазначена організаційна структура максимально орієнтована на корпоративних клієнтів, оскільки логічно слідує за внутрішньою їх сегментацією. Кожну сегментну групу клієнтів мають супроводжувати фахові менеджери, які добре знають відповідний ринок, першочергові потреби своїх клієнтів або специфіку їх функціонування.

Варто наголосити на необхідності виділення окремого підрозділу, що займається обслуговуванням кредитів, наданих корпоративним клієнтам. Це відповідає стандартам управління ризиками, що викладені Базельським комітетом з банківського нагляду (Базель). Даний підрозділ повинен взяти на себе всі функції щодо підготовки та підписання будь-яких договорів з корпоративними клієнтами, у т.ч.: отримання необхідних документів від клієнта, всебічний їх аналіз, підготовку та підписання договорів, а також передачі для подальшого супроводження в бек-офіс. Цей процес, навіть за умови його максимальної стандартизації, потребує, як правило, багато часу та зусиль менеджера корпоративного клієнта, який повинен, у першу чергу, витрачати максимальні зусилля не на документальне оформлення досягнутих домовленостей, а на подальшу співпрацю з існуючим клієнтом та на пошук нових.

Аналізуючи ефективно налагоджений збут продуктів та послуг, не варто недооцінювати ефективність роботи самих корпоративних менеджерів, які значною мірою можуть впливати на результативність сегменту корпоративних клієнтів.

Ефективна організація діяльності менеджерів у сфері збуту банківських послуг для корпоративних клієнтів можлива тільки на основі чіткого уявлення процесу збуту. Без виокремлення конкретних кроків та етапів обслуговування клієнтів ця робота буде несистемною та нерезультативною.

Ключовими складовими діяльності корпоративних менеджерів ву процесі збуту банківських продуктів, на наш погляд, є чітко сформульовані їх обов'язки, методи залучення клієнтів та інтенсивності їх обслуговування; налагодження дієвої управлінської звітності корпоративних менеджерів, на основі якої приймаються управлінські рішення.

В обов'язки менеджера має входити, крім супроводження існуючих корпоративних клієнтів, постійний пошук і залучення нових. Такий пошук може здійснюватися шляхом загального моніторингу ринку та відслідковування новин, використання різноманітних клієнтських баз з контактними даними керівництва підприємств. Менеджери повинні систематично контактувати із цільовою аудиторією, проводячи зустрічі з потенційними та існуючими клієнтами та надаючи їм вичерпну інформацію щодо продуктів і послуг банку. На погляд автора, пошуку та залученню нових корпоративних клієнтів повинно бути приділено не менше 70% загального робочого часу менеджерів, а також регламентовано внутрішніми документами банку та опосередковано прив'язано з їх винагородою.

Для залучення корпоративних клієнтів банкам доречно використовувати традиційні маркетингові інструменти: розміщення рекламних матеріалів у ЗМІ (рекламу та статті у спеціалізованих газетах та журналах бізнесової спрямованості), встановлення біл-бордів у місцях найбільшої концентрації та переміщення потенційних клієнтів тощо.

Для залучення потенційних корпоративних клієнтів менеджерам варто на регулярній основі проводити зустрічі з керівниками потенційно привабливих підприємств, відвідувати різноманітні бізнес-зустрічі та семінари, брати участь у спеціалізованих виставках та презентаціях з метою інформування потенційних клієнтів про послуги банку. Під час проведення таких зустрічей (переговорів) з потенційними корпоративними клієнтами уповноважені менеджери банку повинні обов'язково з'ясовувати:

– загальну інформацію щодо бізнесу клієнта (галузь та обсяги діяльності, основні контрагенти, конкуренти тощо);
– потреби потенційного клієнта у банківських послугах;
– фінансовий стан клієнта;
– наявність співпраці клієнта з банками (відкриті рахунки, кредитна історія, наявні кредити, перелік банківських продуктів).

Після проведення першої зустрічі обов'язковим має стати складання менеджерами звіту про зустріч із клієнтами у письмовій стандартизованій формі (з метою можливості ознайомлення керівництва з діяльністю корпоративного клієнта та подальшого зберігання в банку). На підставі такого звіту керівництвом може прийматися рішення про доречність подальшої співпраці з клієнтом. У позитивному випадку менеджер повинен почати вести роботу щодо отримання від потенційного клієнта необхідного переліку документів з метою його подальшої передачі (і особистого контролю) на розгляд у відповідні підрозділи банку, в залежності від виду банківського продукту чи послуги, про які з даним клієнтом досягнуто попередні домовленості.

У випадку необхідності розгляду будь-яких питань стосовно конкретного корпоративного клі-

єнта на засіданнях профільного комітету банку корпоративний менеджер надає свої пропозиції щодо параметрів майбутньої угоди.

З метою налагодження ефективної взаємодії задіяних підрозділів із корпоративними менеджерами доречним є розробка та обов'язкове запровадження в банку відповідних внутрішніх нормативних документів з визначенням термінів проведення кожного робочого кроку.

Необхідно зазначити, що всі корпоративні клієнти потребують різного обсягу часу на їх обслуговування. Іноді менеджер може втратити багато часу на обслуговування корпоративного клієнту, співпраця з яким може виявитись для банку взагалі непродуктивною або збитковою. До того ж, під час обслуговування такого клієнту менеджер через брак часу може не встигнути приділити достатньо уваги іншому важливому корпоративному клієнту, що призведе до втрати його лояльності по відношенню до банку. Оскільки у корпоративному бізнесі банків саме час є надзвичайно цінним ресурсом, постає необхідність здійснити виокремлення *ступенів індивідуалізації обслуговування корпоративних клієнтів*, яка в авторській інтерпретації виглядає наступним чином:

По-перше, *інтенсивне обслуговування*. Для залучених корпоративних клієнтів з високими доходами для банку та існуючим значним потенціалом головною ціллю менеджерів має бути ще більш інтенсивне його «прив'язування». Таким клієнтам необхідно приділяти увагу першочергово. Для цього необхідне постійне, регулярне та активне підтримання та розвиток ділових зв'язків, внаслідок у клієнта формується певна «імунізація» проти зміни обслуговуючого банку.

По-друге, *обслуговування «з намірами переманювання»*. Ряд високодохідних (як правило, добре відомих на ринку) корпоративних клієнтів окрім свого основного банку завжди мають певні зв'язки з іншими банківськими установами в якості другорядних (наприклад, для здійснення розрахунково-касових операцій). У порівнянні із загальним потенціалом такого клієнта другорядний банк отримує лише окремі вигоди. Метою менеджерів має стати максимальне приділення уваги задоволенню потреб цих клієнтів, швидке вирішення виникаючих питань та максимальне залучення зусиль і часу для розширення їх співпраці з банком, що сприятиме переходу даної групи клієнтів до категорії інтенсивнообслуговуючих. Нерегулярні дії з боку менеджерів будуть малоефективними для досягнення зазначеної мети.

По-третє, *прагматичне обслуговування.* Існує багато корпоративних клієнтів, що є малопривабливими для банку. При цьому між ними вже існують інтенсивні ділові відносини, що супроводжуються низьким ризиком виникнення ускладнень. Для підтримання зв'язків з клієнтами необхідно виходити з раціональності понесених банком витрат. На першому плані формуються умови для отримання банком доходу. Відповідно такі корпоративні клієнти обслуговуються у міру їх потреб.

По-четверте, *стандартизоване обслуговування*. У випадку, коли корпоративні клієнти не потребують індивідуальних вимог, мають невисокий потенціал доходу, увага, в першу чергу, має зосереджуватися на ефективному виконанню стандартизованих операцій, передусім, розрахунково-касових.

Групування за ступенем індивідуалізації має здійснюватися індивідуально за кожним корпоративним клієнтом, за участю менеджера банку та його вищого керівництва. При цьому рекомендуємо здійснювати аналіз взаємовідносин з корпоративними клієнтами за наступними загальними критеріями:

– масштаби діяльності;
– обороти та залишки на рахунках в банку;
– галузева приналежність;
– чисельність співробітників;
– перелік та інтенсивність використовуваних послуг банку.

Варто наголосити, що підвищення ефективності обслуговування корпоративних клієнтів потребує спеціального досвіду та компетенції відповідних менеджерів, а також у кожному окремому випадку індивідуальних методів дій.

Проведений автором аналіз закордонної практики засвідчив, що все більше провідних світових банків запроваджують розгалужену систему декількох рівнів менеджерів. Узагальнюючи існуючу практику за кордоном, пропонуємо застосувати банкам в Україні наступну трирівневу систему обслуговування корпоративних клієнтів:

П*ерший рівень – менеджер безпосередньо розвиває відносини з корпоративним клієнтом у випадку, якщо він є «міжнародним» і обслуговується у різних країнах в одній банківській групі*. До менеджерів першого рівня варто віднести вище керівництво банку, що відповідає за корпоративний сегмент.

Другий рівень – менеджер безпосередньо розвиває відносини з корпоративним клієнтом у межах однієї країни. До менеджерів другого рівня варто віднести керівництво підрозділів банку, що супроводжують його корпоративних клієнтів.

Третій рівень – менеджер безпосередньо розвиває відносини з корпоративним клієнтом або його окремим підрозділом у межах окремого регіону країни. У разі, коли корпоративний клієнт має розгалужену мережу філій або підприємств у різних регіонах країни, таких менеджерів у одного корпоративного клієнта може бути декілька.

Необхідною вимогою є підпорядкування менеджерів нижчого рівня відповідним менеджерам вищого рівня. До того ж необхідно зазначити, що

на практиці лише найбільші корпоративні клієнти (транснаціональні корпорації) можуть мати клієнтських менеджерів усіх трьох рівнів. Більшість корпоративних клієнтів мають обмежуватися клієнтським менеджером або виключно лише третього рівня (звичайний корпоративний клієнт, що веде свою діяльність та обслуговується банком у межах одного окремого регіону країни, наприклад, області), або одночасно третього та другого рівня – при здійсненні господарської діяльності у різних областях України.

Таким чином, у одного корпоративного клієнта може бути декілька менеджерів третього рівня, наприклад, при обслуговуванні окремих його підприємств у різних географічних регіонах у межах країни. За наявності у корпоративного клієнта групи підприємств у різних країнах банк може здійснювати його обслуговування із залученням кількох менеджерів другого рівня. При цьому, у одного корпоративного клієнта може бути тільки один менеджер першого рівня, який є відповідальним за розвиток відносин банку з даним корпоративним клієнтом.

Висновки з проведеного дослідження. Організаційна структура фронт-офісу банку має базуватися на внутрішній сегментації клієнтів. Запропоновано формування організаційного забезпечення корпоративного сегменту банку здійснювати за галузевою приналежністю (відділи сільського господарства, харчової промисловості, транспорту, роздрібних мереж, промислового виробництва, енергетичного сектору тощо), за формою власності (відділи держпідприємств, ЖКГ, комунальних підприємств тощо), за обсягами діяльності (відділ великих підприємств, середніх, малих).

Кожну сегментну групу корпоративних клієнтів мають супроводжувати обслуговування корпоративні менеджери. Ключовими складовими діяльності корпоративних менеджерів у процесі збуту банківських продуктів є чітко сформульовані їх обов'язки, методи залучення клієнтів та інтенсивності їх обслуговування; налагодження дієвої управлінської звітності корпоративних менеджерів, на основі якої приймаються управлінські рішення.

З метою підвищення результативності обслуговування корпоративних клієнтів банку запропоновано виокремити ступені індивідуалізації їх обслуговування: інтенсивне обслуговування, обслуговування "з намірами переманювання", прагматичне обслуговування та стандартизоване обслуговування.

Групування за ступенем індивідуалізації має здійснюватися індивідуально за кожним корпоративним клієнтом, за участю менеджера банку та його вищого керівництва.

Доречним є впровадження в банках України трирівневої системи обслуговування корпоративних клієнтів.

У одного корпоративного клієнта може бути декілька корпоративних менеджерів.

Такий підхід сприятиме підвищенню результативності обслуговування корпоративних клієнтів банку, що є запорукою зростання дохідності за прийнятного рівня ризику.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Банковское дело / под ред. О.И. Лаврушина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 678 с.
2. Лютий І.О., Солодка О.О. Банківський маркетинг. Підручн. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
3. Криклій О.А. Банківський менеджмент. Монографія / [О. А. Криклій, Н. Г. Маслак, О.М. Пожар та ін.]. – Суми : ДВНЗ УАБС НБУ, 2011. – 152 с.
4. Стоян Игорь Игоревич. Развитие взаимоотношений коммерческих банков с корпоративными клиентами : Дис. канд. экон. наук : 08.00.10 Ставрополь, 2006.
5. Серов Е.Р. Организация работы с корпоративными клиентами как важный элемент повышения эффективности предпринимательской деятельности кредитных организаций // Проблемы современной экономики. – 2012. – №1 (41). – С. 165–172.
6. Організаційне забезпечення ризик-менеджменту в банках України / Н. Шульга, М. Мельничук // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2012. – № 1. – С. 44-56.
7. Теоретичні аспекти обслуговування корпоративних клієнтів банку / Н. О. Маслова, А. В. Дідик // Молодий вчений. – 2015. – № 7(1). – С. 87-91.

REFERENCES:

1. Bankovskoe delo / pod red. O.I. Lavrushina. – 4-e izd., pererab. i dop. – M.: Finansy i statistika, 2010. – 678 s.
2. Liutyi I.O., Solodka O.O. Bankivskyi marketynh. Pidruchn. dlia stud. vyshch. navch. zakl. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2010. – 776 s.
3. Kryklii O.A. Bankivskyi menedzhment. Monohrafiia / [O. A. Kryklii, N. H. Maslak, O.M. Pozhar ta in.]. – Sumy : DVNZ UABS NBU, 2011. – 152 c.
4. Stoyan Igor' Igorevich. Razvitie vzaimootnosheniy kommercheskikh bankov s korporativnymi : Dis. kand. ekon. nauk : 08.00.10 Stavropol', 2006.
5. Serov E.R. Organizatsiya raboty s korporativnymi klientami kak vazhnyy element povysheniya effektivnosti predprinimatel'skoy deyatel'nosti kreditnykh organizatsiy // Problemy sovremennoy ekonomiki. – 2012. – №1 (41). – S. 165–172.
6. Orhanizatsiine zabezpechennia ryzyk-menedzhmentu v bankakh Ukrainy / N. Shulha, M. Melnychuk // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. – 2012. – # 1. – S. 44-56.
7. Teoretychni aspekty obsluhovuvannia korporatyvnykh kliientiv banku / N. O. Maslova, A. V. Didyk // Molodyi vchenyi. – 2015. – # 7(1). – S. 87-91.

Balanchuk D.V.
Postgraduate Student at Department of Banking
Kyiv National University of Trade and Economics

IMPROVEMENT OF BANKS' MANAGERS SERVICE IN THE CORPORATE SEGMENT

The formation of organizational support for the corporate segment of the bank is proposed to be carried out according to industry affiliation. The key components of the activity of corporate managers in the process of selling banking products are considered. It is offered to allocate degrees of an individualization of servicing of corporate clients.

МОЖЛИВОСТІ ЗЛОВЖИВАННЯ СПРОЩЕНОЮ СИСТЕМОЮ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ ТА НАПРЯМИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ

FEATURES ABUSE SIMPLIFIED SYSTEM OF TAXATION, ACCOUNTING AND REPORTING AND DIRECTIONS TO MINIMIZE THEM

УДК 336.228.34

Данилишин В.І.
к.е.н., доцент кафедри обліку та фінансів
Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету
Стефанків О.М.
к.е.н., доцент кафедри обліку та фінансів
Івано-Франківський інститут менеджменту
Тернопільського національного економічного університету

У статті розглянуто можливості зловживання спрощеною системою оподаткування великим та середнім бізнесом, який використовує її для уникнення сплати податків. Також спрощена система оподаткування використовується контрабандистами, бо відсутність обліку не дає змогу митниці провести постаудит. Крім того, спрощеною системою оподаткування зловживають зсередини. За браком системи ефективного контролю за реальними обсягами продажів, платники податків можуть досить легко применшувати свій оборот. Податкова реформа має бути спрямована на удосконалення єдиного податку та очищення від тих громадян, які ним зловживають, а не на його фактичну ліквідацію. Можемо зробити висновок, що більшість проблем податкової системи України міститься не у спрощеній системі оподаткування, а у загальній системі оподаткування, тому вкрай необхідно провести комплексну модернізацію саме загальної системи.

Ключові слова: *спрощена система оподаткування, єдиний податок, малий бізнес, податкова реформа, загальна система оподаткування.*

В статье рассмотрены возможности злоупотребления упрощенной системой налогообложения крупным и средним бизнесом, который использует ее для ухода от уплаты налогов. Также упрощенная система налогообложения используется контрабандистами, ибо отсутствие учета не позволяет таможне провести постаудит. Кроме того, упрощенной системой налогообложения злоупотребляют изнутри. За неимением системы эффективного контроля за реальными объемами продаж, налогоплательщики могут достаточно легко преуменьшать свой оборот.Налоговая реформа должна быть направлена на совершенствование единого налога и очистки от тех граждан, которые им злоупотребляют, а не на его фактическую ликвидацию. Можем сделать вывод, что большинство проблем налоговой системы Украины содержится не в упрощенной системе налогообложения, а в общей системе налогообложения, поэтому крайне необходимо провести комплексную модернизацию именно общей системы.

Ключевые слова: *упрощенная система налогообложения, единый налог, малый бизнес, налоговая реформа, общая система налогообложения.*

The article discusses the possibility of abuse of the simplified taxation system of large and medium businesses, which uses it for tax evasion. Also simplified tax system used by smugglers for lack of consideration does not allow Customs to conduct postaudyt. In addition, the simplified tax system abuse inside. In the absence of effective control of real sales, taxpayers may quite easily underestimate its turnover. Tax reform should be aimed at improving the single tax and purification of those citizens who abuse it, and not its actual liquidation. We can conclude that most of the problems of the tax system in Ukraine does not contain a simplified tax system and tax system in general, so it is necessary to conduct comprehensive modernization is the overall system.

Key words: *the simplified system of taxation, single tax, small business, tax reform, the overall tax system.*

Постановка проблеми. Розвиток економіки будь-якої країни залежить від ефективності діяльності малого підприємництва. Доходи від його діяльності становлять значну частку державного та місцевого бюджетів, розширюється спектр товарів та послуг, які пропонуються споживачам, підтримується високий рівень конкуренції тощо. Податкове стимулювання суб'єктів малого підприємництва є одним з ключових чинників, що забезпечує його стабільний розвиток. Слід зазначити, що розвиток малого бізнесу – це не тільки розширення податкової бази, але і збільшення кількості робочих місць, стимулювання населення до самозайнятості, розвиток інфраструктури та ін. Історія податкового стимулювання розвитку малого бізнесу в Україні є нетривалою, вона має свої успіхи та провали. Спрощеною системою оподаткування зловживає великий та середній бізнес, який використовує її для уникнення сплати податків. Зокрема, більшим компаніям іноді буває вигідніше розділитися на декілька, щоб скористатися відносно низькими ставками єдиного податку або для працедавців може бути вигідно реєструвати своїх працівників як підприємців. Також спрощена система оподаткування використовується контрабандистами, бо відсутність обліку не дає змогу митниці провести постаудит. Крім того, спрощеною системою оподаткування зловживають зсередини. За браком системи ефективного контролю за реальними обсягами продажів, платники податків можуть досить легко применшувати свій оборот.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам податкового стимулювання малого бізнесу присвячені праці Ю. Іванова, А. Крисоватого, М. Слатвінської, А. Соколовської та ін. Зазначені вчені зробили вагомий внесок у розвиток вітчизняної системи оподаткування в цілому та розбудову єдиного податку зокрема. Однак, необхідність подальшого розвитку механізму справляння єдиного податку диктується змінами макроекономічної кон'юнктури та потребує розвитку подальших досліджень у цьому напрямі. Тому метою статті є оцінка можливостей зловживання спрощеною системою оподаткування, обліку і звітності та напрями їх мінімізації.

Постановка завдання. Метою дослідження є встановлення можливостей зловживання спрощеною системою оподаткування, обліку та звітності та напрями реформування податкової системи України з метою їх мінімізації

Виклад основного матеріалу. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності (ССО) була запроваджена в Україні з 1 січня 1999 року. Визначальною рисою ССО є спрощення способу оподаткування. Підприємства та підприємці, що використовують ССО, сплачують особливий податок (єдиний податок), який заміняє частину інших податків та зборів, перш за все податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб та податок на додану вартість. Єдиний податок має спрощений механізм нарахування, що дозволяє його платникам зменшити витрати на ведення обліку та подання звітності. Зокрема, частина платників єдиного податку мають право не використовувати реєстратори розрахункових операцій (касові апарати).

Метою запровадження ССО була підтримка малого бізнесу та сприяння його розвитку. З одного боку ССО була покликана сприяти легалізації малого бізнесу, оскільки складність обліку та процедур сплати податків, а також зловживання представників держави при застосуванні норм податкового законодавства були однією з причин перебування частини малого бізнесу «в тіні». З іншого боку ССО мала сприяти активізації підприємницької діяльності, оскільки зменшення вимог до обліку та звітності знижувало бар'єр для входу на ринок нових суб’єктів підприємництва особливо фізичних осіб-підприємців (ФОП).

З часу запровадження ССО зазнавала неодноразових змін, які стосувалися ставок єдиного податку, порядку його нарахування, переліку податків, які замінялися єдиним податком, а також критеріїв надання підприємствам та ФОП права на використання ССО. Найбільшими були зміни 2010 року, що передбачали збільшення зобов'язань для платників єдиного податку зі сплати внесків до Пенсійного фонду, та 2012 року, що включали перегляд ставок та зміну способу нарахування єдиного податку для частини платників [3].

Відповідно до Податкового кодексу платники єдиного податку ведуть спрощений бухгалтерський облік. Зокрема, фізичні особи-підприємці, які є платниками єдиного податку та не є платниками ПДВ, мають вести лише книгу обліку доходів, яка заповнюється раз на день та може існувати в електронному вигляді. Юридичні особи з аналогічним статусом мають вести бухгалтерський облік у спрощеному порядку, який передбачає, серед іншого, збереження первинних документів обліку. Додаткові зобов'язання з ведення бухгалтерського обліку накладаються на тих платників єдиного податку, які є також платниками ПДВ. Спрощення бухгалтерського обліку тягне за собою скорочення витрат на оплату праці бухгалтерів або самостійне ведення бухгалтерського обліку, навчання працівників, оплату бланків документів та спеціалізованого програмного забезпечення. Крім цього, скорочуються підстави для проведення перевірок та накладення штрафів податковими органами, а отже зменшуються відповідні витрати часу та грошей [5].

До субсидій, які надаються за допомогою ССО, можуть отримувати доступ також середні та великі підприємства. Такий доступ може реалізовуватися кількома способами:

1) формальне подрібнення бізнесу (наприклад, шляхом реєстрації продавців у закладах роздрібної торгівлі та закладах харчування як ФОП, що використовують ССО).

2) співпраця із суб’єктами господарювання, що використовують ССО, для ухилення від оподаткування. Приклад: підприємство, що використовує загальну систему оподаткування, продає продукцію ФОП, що використовує ССО. При цьому ціна продукції в документах занижується, а різницю ФОП передає представникам підприємства готівкою. Це дозволяє підприємству занизити виручку і відповідно зменшити зобов'язання зі сплати ПДВ та податку на прибуток. Підприємство також отримує необліковану готівку, яку можна використати, зокрема, для неформальної виплати зарплати працівникам (з ухиленням від сплати ПДФО та ЄСВ) та дивідендів, а також для фінансування виробничих витрат, сплати хабарів тощо.

3) економія на ПДФО та ЄСВ шляхом оформлення найманих працівників як ФОП, що використовують ССО.

Певний рівень зловживань властивий будь-якій системі оподаткування чи її частині. Звичайно з ними необхідно боротися, однак заходи проти них мають бути економічно ефективними. Видатки, зокрема, включають адміністративні витрати на контроль та перевірки; збитки добросовісних платників податків від додаткових заходів з контролю; корупційні ризики та інше зловживання владою – наприклад, політичні репресії, зачищення ринків для кола наближених осіб тощо. Крім того, необхідно враховувати, що фіскальний ефект означає лише більш ефективний перерозподіл, а не збільшення добробуту; у той же час видатки часто є чистими втратами. Таким чином, якщо, наприклад, витрата однієї гривні допомагає зібрати п’ять гривень доходу до бюджету, це є економічно продуктивним лише, якщо уряд може використати їх на 20% ефективніше, ніж платник податків. З іншого боку звичайно ухиляння від сплати податків також призводить до численних негативних побічних наслідків.

Зловживання спрощеною системою оподаткування є дуже очевидними. Зокрема «ззовні» зло-

вживає великий та середній бізнес, який використовує її для уникнення сплати податків на працю. Зокрема, більшим компаніям іноді буває вигідніше розділитися на декілька, щоб скористатися відносно низькими ставками єдиного податку, або для працедавців може бути вигідно реєструвати своїх працівників як підприємців. Також спрощена система оподаткування використовується контрабандистами, бо відсутність обліку не дає змогу митниці провести постаудит. Загалом, зловживання спрощеною системою оподаткування слід уважати третім за важливістю способом ухилення після офшорів та «податкових ям». Дослідження Програми USAID ЛЕВ оцінює їх у 6,3 мільярди гривень (у 2013 році), що склало 0.4% ВВП, що становить лише на 10% менше, ніж сукупний дохід від єдиного податку. Водночас, це приблизно у десятеро менше, ніж, наприклад, зловживання у сфері повернення ПДВ, що за оцінками становило 50-70 мільярдів гривень того ж року [7].

Крім того, спрощеною системою оподаткування зловживають зсередини. За браком системи ефективного контролю за реальними обсягами продажів, платники податків можуть досить легко применшувати свій оборот. У цьому немає сенсу для платників єдиного податку (1 та 2 група), оскільки таким чином вони не можуть зменшити свої податкові зобов'язання – з одним, але важливим, виключенням. А саме, ті, у кого обсяг продажів перевищує ліміт, відтак унеможливлюючи застосування ними відповідного режиму спрощеної системи оподаткування, мають серйозну зацікавленість у тому, щоб применшувати обсяги, оскільки в іншому разі вони будуть змушені платити набагато більше. Це є особливо важливим для верхньої межі другої групи, де платники податків користуються максимальною вигодою від фактичної регресивної шкали єдиного податку, у той час, як підприємці 3 групи повинні сплачувати 5% (без сплати ПДВ) від загального обороту. У той же час стимул приховувати обсяги продажів у межах 3 групи є знову ж таки меншим, бо можна заощадити лише 5% від прихованого обсягу. Таким чином, можна очікувати, що аномально висока кількість підприємців буде звітувати про оборот ближчий до верхньої межі 2 групи, можливо фактично заробляючи при цьому більше.

Зазвичай не викривлений розподіл фірм за їх розміром чітко відповідає кривій Парето. Будь-яке відхилення від цього правила свідчить про певні проблеми. Таким чином, якщо ми відкладемо на графіці кількості фірм, які декларували обсяги продажів у певних вузьких діапазонах, тоді надлишок над кривою Парето дасть нам приблизну оцінку кількості підприємців, які перевищують ліміт. Використовуючи цей метод дослідження, Програма USAID ЛЕВ виявила, що 28600 підприємців (або близько 5,4% всіх підприємців, які користуються групою II спрощеної системи оподаткування) можна запідозрити у перевищенні ліміту – хоча, можливо, багато з них звітують чесно, просто воліють не перевищувати свій ліміт. Також трохи менша кількість підприємців задекларувала приблизні (круглі) цифри, що виглядає дещо підозріло, але скоріш за все просто означає, що ті підприємці не були достатньо точними у фіксуванні своїх продажів – оскільки це все одно не впливає на їхні податкові зобов'язання. Однак, саме з цієї причини ці порушення є незначними і не призвели до будь-яких втрат доходів урядом. Загалом, приховані обороти за оцінками становили 7,8-13,2 мільярдів гривень понад задекларовані надходження, отже разом – в межах 40 млрд. Беручи до уваги, що в іншому випадку ці підприємці були б змушені платити 5% на 3 групі спрощеної системи оподаткування, фіскальні втрати внаслідок цих зловживань становлять близько 1.6 мільярда гривень [7].

У той же час, для 3 групи (де надання недостовірної інформації означає уникнення від сплати податків) розподіл є майже рівномірним, окрім невеличких надлишків ближче до верхньої межі. Хоча це не означає, що таких порушень взагалі немає, але навіть опоненти ССО не наводять жодних доказів щодо систематичного та значного заниження декларованих доходів на 3 групі. Отже, проблема скоріше за все, обмежується наведеними вище цифрами.

Таким чином, дослідження показує, що зловживання таки існують і вони дійсно охоплюють багато тисяч людей. Однак, вони не є фіскально важливими. Що, у свою чергу означає, що найбільш економічно ефективний спосіб боротьби з ними – це є точкові втручання, а не наступ на спрощену систему оподаткування як таку чи масований тиск на потенційних зловживачів, як, наприклад, примусове використання касових апаратів.

Останній випадок є хорошим прикладом того, яку шкоду можна нанести, керуючись неправильними підходами, що базуються на поодиноких свідченнях. Загальна (пряма і непряма) вартість купівлі, встановлення та обслуговування касових апаратів платниками податків 2 групи у перший рік оцінювалася Державною регуляторною службою України на рівні 37 мільярдів гривень. Звичайно, ця сума буде меншою просто тому, що економіка може пристосуватися. А саме кілька сотень тисяч підприємців, для яких такі витрати будуть не підйомними будуть змушені закрити свій бізнес та звільнити своїх працівників, так само, як це вже сталося у 2010 році. Вони будуть змушені або шукати роботу (а робочих місць в кризовий період бракує), або звертатися по соціальну допомогу, або піти в тінь. У той же час ті, хто встановлять касові апарати не обов'язково сплачуватимуть більше податків – адже є багато способів для ухилення від сплати, особливо в такій корумпованій

країні, як Україна. Натомість з цими зловживаннями можна боротися (коли збитки від них стануть співмірним з іншими видами зловживань) шляхом ідентифікації непрямих ознак асоційованих з високою ймовірністю заниження обсягів обороту. Наприклад, серед них можуть бути розмір приміщень, використання реклами чи брендів, галузь і т.п. або певна комбінація цих ознак. Відповідні категорії повинні розглядатися окремо – можливо вилучені з 2 групи (відтак, повинні перейти на 3 групу або взагалі на загальну систему), можуть бути зобов'язані встановити касовий апарат – у цьому випадку на це буде поважна причина; можливо якісь інші заходи. Однак, ці ускладнення не будуть і не повинні наносити збитки решті 95% підприємців, які нічого не порушили.

Як згадувалося вище, спрощена система оподаткування є певного роду пільгою. Хоча це і не було частиною початкового задуму її авторів, у цьому немає нічого поганого, оскільки певний пільговий режим для малого бізнесу може бути виправданий принаймні з двох причин: соціальної (оскільки це допомагає скоротити безробіття) та інституційної (як компроміс у детінізації). Звичайно як і будь-яка пільга, вона є несправедливою і, що важливіше, привносить економічні викривлення.

За дослідженням USAID ЛЕВ, прямі фіскальні втрати від пільгового режиму для малого і дрібного бізнесу з відносно низькими ставками, які передбачає українська спрощена система оподаткування, складають 4,8 мільярди гривень або 0,3% від ВВП. Разом із втратами від вищезгаданих зловживань вони становлять 11,1 мільярдів, що приблизно на 60% більше, ніж заощаджується на непотрібному бухгалтерському обліку, адміністративних витратах та витратах на дотримання законодавства. Однак, зазначимо, що доходи, які не були зібрані до державного бюджету, все ще не витрачені даремно, оскільки вони залишилися доходом приватного сектору. Разом з тим на іншій шальці ми маємо чисті втрати – тому на цьому рівні, спрощена система оподаткування ймовірно все ж сприяє підвищенню суспільного добробуту, незважаючи на її недоліки [7].

Однак, викривлення, які вона створює, можуть призвести до безповоротних втрат, які перевищують доходи. Однак, зрозуміло, що принаймні деякі з цих викривлень можуть вести до наслідків, які є бажаними з інших точок зору. У таких випадках їх слід уважати елементами політики конкурентоздатності, соціальної політики, тощо; і, відтак, подібні «викривлення» краще називати «стимулами». Деякі фірми свідомо обмежують зростання або штучно розділяються на декілька дрібніших, аби не наражатися на ризик і не мати справ із загальною системою оподаткування, де адміністрування – складне та дискреційне, а податкові зобов'язання є обтяжливими та непередбачуваними. Такі дії повинні уважатися шкідливими, однак, із застереженням, що багато таких фірм взагалі не з'явилися б і ніколи не виросли б, якщо б не були на початковому етапі захищені від негараздів загальної системи оподаткування. Очевидний спосіб зменшити негативний ефект цього явища – зробити так, щоб загальна система оподаткування була більш сприятливою для ведення бізнесу. Існує велика кількість малих підприємств, які зі своїми бізнес-моделями вже виросли з парникових умов спрощеної системи оподаткування, однак все ще не готові брати на себе всі проблеми, пов'язані з загальною системою. Крім того, використання схем з мінімізації податків, які описані вище, несе за собою високі ризики та інші транзакційні витрати, тому фірми середнього розміру, які користуються ними, були б раді позбутися цих ускладнень, якщо б умови стали більш сприятливими. Ці категорії бізнесу можуть створити політичний тиск для проведення справжньої податкової реформи, що є позитивним моментом цієї ситуації.

Поширеними є скарги на те, що малі фірми конкурують нечесно, оскільки вони сплачують менше податків. Це може у багатьох випадках відповідати дійсності, оскільки в середньому їх податкове навантаження є справді нижчим, ніж в середньому по економіці. Однак, насамперед ніщо не вказує на те, що вони платили б більше, якби їх виштовхнули на загальну систему. Нагадаємо, що ССО була запроваджена, серед іншого, з фіскальних міркувань – як презумптивне оподаткування, від якого важко ухилитися; і її запровадження призвело до значного зростання надходжень від відповідних категорій платників податків. Зараз відповідно до даних, оприлюднених проектом USAID SURE, пересічний підприємець на загальній системі сплачує до бюджету в середньому не більше, ніж на ССО. Ці проблеми можуть гостро стояти лише у деяких невеликих за обсягом секторах, оскільки платники податків за спрощеною системою становлять 1/16 частину усього сектора підприємств (за обсягами реалізації). Також варто зазначити, що немає тенденції до зростання цієї частки, що мало би спостерігатися, якби такі компанії справді масово перемагали у конкурентній боротьбі. Ці викривлення варто порівняти з викривленнями, які толеруються (і навіть створюються) при загальній системі оподаткування, коли деякі наближені до можновладців фірми можуть користуватися фактичним привілеєм з сплати податку на прибуток підприємств, ухиленням від сплати ПДВ чи шахрайством із ним та іншими видами «несправедливості». Більше того, ті самі фірми можуть зловживати дискреційними можливостями, які надає загальна система оподаткування, для придушення своїх конкурентів санкціями за нібито порушення податкового законодавства або просто рейдерським захопленням конкурентів.

У той же час, відповідно до оцінок Програми USAID ЛЕВ, без ССО загальне податкове навантаження на маленьку фірму становило б у середньому до 14%, порівняно з нинішніми 7.7%. Це б взагалі знищило більшість малих підприємств, особливо зважаючи на те, що більші компанії часто мають більшу ефективність завдяки ефекту масштабу та часто користуються домінантним становищем на ринку [7].

У світлі останнього, створення деяких пільг для малих підприємств може бути виправданим, оскільки вони допомагають підтримувати конкуренцію. Наприклад, лобі великих роздрібних мереж, що найголосніше скаржиться на «несправедливу конкуренцію», насправді представляє ряд компаній, яких українські антимонопольні органи неодноразово звинувачували у ціновій змові та інших анти-конкурентних практиках. Цілком ймовірно, що якщо їм вдасться позбавитися ССО, яка тримає на плаву їхніх менших конкурентів, ці компанії зможуть легко придушити конкуренцію через ініціювання масових перевірок дрібних торгівців та отримати домінантне становище на ринку. Зазначимо, що такий розвиток подій може серед іншого загострити проблему бідності, оскільки на разі бідні мають доступну можливість придбати необхідні товари – можливо з меншим захистом та менш зручно, але натомість недорого завдяки жорсткій конкуренції проміж дрібними торгівцями, з яких збирають не так вже й багато податків.

Нарешті, спрощену систему оподаткування звинувачують у наданні пільг добре оплачуваним фахівцям таким, як IT-спеціалісти. Це також частково правда, однак, з важливими нюансами. На додаток до вищезгаданого «компромісу з детінізації» іншим важливим аргументом на користь такої ситуації є те, що в більш широкій перспективі до цього варто ставитися, як до важливого елементу політики конкурентоздатності.

Висновки з проведеного дослідження. Те, що в Україні спрощена система оподаткування обросла численними проблемами, свідчить не про те, що дана ідея неефективна, а про те, що гарна ідея застосовується неефективно. Податкова реформа має бути спрямована на її удосконалення та очищення від тих громадян, які нею зловживають, а не на її фактичну ліквідацію. Знайти компроміс з підприємцями можливо лише через встановлення балансу між додатковими обмеженнями для платників єдиного податку і новими можливостями для тих із них, які дійсно є малим бізнесом.

За результатами дослідження можемо зробити висновок, що більшість проблем податкової системи України міститься не у ССО, а у загальній системі оподаткування. Тому, вкрай необхідно, провести комплексну модернізацію саме загальної системи. У подальшому, зменшення так званої «пільговості» спрощеної системи по відношенню до загальної має відбуватися не через погіршення умов та звуження сфери використання ССО, а шляхом лібералізації та спрощення саме загальної системи, що у свою чергу може суттєво знизити рівень зловживань окремими можливостями ССО.

Ключовими змінами для подальшого економічного росту та легалізації оборотів лишається запровадження повномасштабної податкової реформи, без якої справжня боротьба з тінізацією економіки неможлива і багато в чому контрпродуктивна.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аністратенко Ю.І. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності: переваги та недоліки // Наше право.– 2013.– №12. – С. 180–184.

2. Ільяшенко В.А. Наслідки і проблеми застосування спрощеної системи оподаткування в Україні // Держава та регіони.– Серія: Економіка та підприємництво. – 2013.– №3. – С. 13–18.

3. Логвіновська С.І. Концептуальні підходи до спрощеної системи оподаткування в Україні // Економічний форум.– 2013.– №3. – С. 180–188.

4. Орлова В.О. Вплив спрощеної системи оподаткування на подальший розвиток малого бізнесу // Сталий розвиток економіки.– 2013.– №3. – С. 78–81.

5. Податковий кодекс України від 01.04.2017 №2755-VI // zakon.rada.gov.ua

6. Слатвінська М.О. Альтернативні системи оподаткування малого бізнесу: стан, проблеми, перспективи: монографія / М. О. Слатвінська. – Одеса: ОНЕУ, 2012. – 252 с.

7. Спрощена система оподаткування в Україні: оцінка в контексті сучасних реалій. Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні»// www.lev.org.ua

8. Спрощена система оподаткування у баченні Мінфіну: вивчаємо проект податкової реформи / «Дебет-Кредит» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://news.dtkt.ua/ua/simple/common/36579

REFERENCES:

1. Anistratenko Yu.I. Sproshchena systema opodatkuvannia, obliku ta zvitnosti: perevahy ta nedoliky // Nashe pravo. – 2013.– #12. – S. 180–184.

2. Iliashenko V.A. Naslidky i problemy zastosuvannia sproshchenoi systemy opodatkuvannia v Ukraini // Derzhava ta rehiony. – Seriia: Ekonomika ta pidpryiemnytstvo. – 2013. – #3. – S. 13–18.

3. Lohvinovska S.I. Kontseptualni pidkhody do sproshchenoi systemy opodatkuvannia v Ukraini // Ekonomichnyi forum. – 2013. – #3. – S. 180–188.

4. Orlova V.O. Vplyv sproshchenoi systemy opodatkuvannia na podalshyi rozvytok maloho biznesu // Stalyi rozvytok ekonomiky. – 2013.– #3. – S. 78–81.

5. Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 01.04.2017 #2755-VI // zakon.rada.gov.ua

6. Slatvinska M.O. Alternatyvni systemy opodatkuvannia maloho biznesu: stan, problemy, perspektyvy: monohrafiia / M. O. Slatvinska. – Odesa: ONEU, 2012. – 252 s.

7. Sproshchena systema opodatkuvannia v Ukraini: otsinka v konteksti suchasnykh realii. Prohrama USAID “Liderstvo v ekonomichnomu vriaduvanni”// www.lev.org.ua

8. Sproshchena systema opodatkuvannia u bachenni Minfinu: vyvchaiemo proekt podatkovoi reformy / “Debet-Kredyt” [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://news.dtkt.ua/ua/simple/common/36579

Danylyshyn V.I.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Finance
Ivano-Frankivsk Institute of Management
Ternopil National Economic University
Stefankiv O.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Finance
Ivano-Frankivsk Institute of Management
Ternopil National Economic University

FEATURES ABUSE SIMPLIFIED SYSTEM OF TAXATION, ACCOUNTING AND REPORTING AND DIRECTIONS TO MINIMIZE THEM

The development of the economy of any country depends on the effectiveness of small business. Revenues from its activities constitute a significant share of state and local budgets, expanding the range of goods and services that are offered to customers, maintained a high level of competition and so on. Tax incentives for small businesses are one of the key factors that ensure its stable development. It should be noted that the development of small businesses is not only broadening the tax base, but also an increase in the number of jobs, encouraging people to self-employment, development of infrastructure etc. the History of tax incentives of development of small business in Ukraine is short-lived, it has its successes and failures. A simplified system of taxation abuses large and medium-sized business that uses it for tax evasion. In particular, large companies sometimes more profitable to split into a few to take advantage of relatively low rates of single tax, or employers can be beneficial to register their employees as entrepreneurs. Also a simplified system of taxation used by smugglers, for lack of consideration does not allow the customs to conduct a postaudit. In addition, a simplified system of taxation abuse from the inside. Due to lack of effective control over real volumes of sales, taxpayers can quite easily underestimate its turnover.

The fact that in Ukraine the simplified system of taxation has acquired many problems, does not indicate that this idea is ineffective, but that good idea is used inefficiently. Tax reform should be directed towards its improvement and purification of those citizens who are being abused, not its virtual elimination. To find a compromise with entrepreneurs is only possible through balancing the additional restrictions for single tax payers and the new opportunities for those who really are a small business.

According to the results of the study can conclude that most of the problems the tax system of Ukraine is not in the simplified tax system, and taxation system. Therefore, it is imperative to conduct a comprehensive upgrade of the overall it system. In the future, reducing the so-called «concessionality» of the simplified system in relation to the total should not occur because of the deteriorating conditions and narrowing the scope of use of the simplified system of taxation, and by liberalizing and simplifying the overall it system, which in turn can significantly reduce the level of abuse of individual features of the simplified tax system.

Key changes for future economic growth and the legalization of momentum remains the implementation of full-scale tax reform, without which a real struggle against shadow economy is impossible and largely counterproductive.

ОПТИМІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОРТФЕЛЕМ БАНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

OPTIMIZATION OF CREDIT PORTFOLIO MANAGEMENT BANK WITH CLUSTER ANALYSIS

УДК 336. 71 (477)

Кузенко О.Л.
викладач кафедри «Банківська справа»
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті розглянуто застосування кластерного аналізу, як одного із ефективних методів моделювання кредитного портфеля комерційних банків і найбільш дієвого кількісного інструменту дослідження соціально–економічних процесів
Ключові слова : банк, кредитний портфель банку, кластерний аналіз.

В статье рассмотрено применение кластерного анализа, как одного из эффективных методов моделирования кредитного портфеля коммерческих банков и наиболее эффективного количественного инструмента исследования социально-экономических процессов
Ключевые слова: *банк, кредитный портфель банка, кластерный анализ.*

The article discusses the use of cluster analysis as one of the effective methods for modeling credit portfolio of commercial banks and the most effective tools of quantitative research socio-economic processes
Key words: *bank loan portfolio, cluster analysis.*

Постановка проблеми. Оцінка ефективності кредитного портфеля є одним з найважливіших завдань економічного аналізу, рішення якого ґрунтується на застосуванні кластерного аналізу.

Управління якістю кредитного портфеля залишається недостатньо дослідженим.

Одним із ефективних методів моделювання кредитного портфеля комерційних банків є використання методу багатовимірного аналізу – найбільш дієвого кількісного інструменту дослідження соціально-економічних процесів, що описуються великою кількістю характеристик. Сюди належить кластерний аналіз, що найяскравіше відображає риси багатовимірного аналізу в класифікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням означених питань присвячені праці відомих вітчизняних та зарубіжних вчених таких, як: О. В. Васюренко, Л. М. Гаряга, М. П. Прут, Л. О. Примостка, О. С. Сидоренко, Г. І. Спяк, Л. А. Слобода.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення застосування багатомірного аналізу з метою оптимізації кредитного портфеля банку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для аналізу та оптимізації кредитного портфеля банку був обраний кластерний аналіз, тому що він дозволяє розбивати об’єкти не за одним параметром, а за цілою низкою ознак.

Кластерний аналіз – це сукупність методів, що дозволяють класифікувати багатовимірні спостереження, кожне з яких описується набором вихідних змінних. На відміну від комбінаційних угрупувань кластерний аналіз призводить до розбиття на групи з урахуванням всіх групувальних ознак одночасно.

Крім того, кластерний аналіз на відміну від більшості математико-статистичних методів не накладає ніяких обмежень на вигляд даних об’єктів і дозволяє розглядати безліч початкових даних практично довільної природи.

Показниками кластерного аналізу були обрані: кредитна активність банку, співвідношення капіталу до кредитів та співвідношення депозитів до кредитів. Вони відображають ефективність управління кредитним портфелем комерційного банку [3].

Кредитна активність банку показує частку реальних кредитних операцій банку в загальному обсязі операцій банку з розміщення коштів.

Співвідношення капіталу до кредитів показує, яка частка кредитних операцій фінансової установи використовується в капіталі.

Співвідношення депозитів до кредитів показує, яка частка кредитних операцій фінансової установи використовується у прийнятих депозитах.

Групування банків буде проводитися двома методами: ієрархічним методом; методом k–середніх Мак–Кіна.

Різниця між двома методами полягає у тому, що перший метод є більш наглядний, а другий – математичний.

Для проведення аналізу було обрано 13 перших комерційних банків з першої групи за класифікацією НБУ активів та наведені у табл. 1.

Проведемо кластеризацію ієрархічним методом (ієрархічний метод кластеризації – Joining (tree clustering)).

Результати кластеризації ієрархічним методом презентовано на дендрограмі (дереві класифікації), зображеній на рис. 1.

Дендрограма (dendrogram) – деревовидна діаграма, що містить n рівнів, кожен з яких відповідає одному з кроків процесу послідовного укрупнення кластерів [4].

Тобто, з вигляду ієрархічної дендрограми можемо бачити, що досліджувані банки можуть бути згруповані за у 2 групи. Дендрограму також називають деревовидною схемою, деревом об’єднання кластерів, деревом ієрархічної структури. Дендрограма є вкладеним групуванням об’єктів, яке змінюється на різних рівнях ієрархії.

Дендрограму побудуємо з використанням методу Варда (метод Уорда).

У якості відстані між кластерами береться приріст суми квадратів відстаней об'єктів до цен-

трів кластерів, що отримується в результаті їх об'єднання (Ward, 1963). На відміну від інших методів кластерного аналізу для оцінки відстаней між кластерами тут використовуються методи дисперсійного аналізу. На кожному кроці алгоритму об'єднуються такі два кластери, які призводять до мінімального збільшення цільової функції, тобто внутрішньогрупової суми квадратів.

Побудуємо дендрограму для того, щоб визначити, які комерційні банки об'єднуються в один кластер, а які – в інші.

Дендрограма описує близькість окремих точок і кластерів один до одного, представляє у графічному вигляді послідовність об'єднання (розділення) кластерів.

Цей метод спрямований на об'єднання близько розташованих кластерів і «прагне» створювати кластери малого розміру.

Якщо умовно «розрізати» дендрограму на рівні 2, то одержимо 2 кластери (класи банків). У перший кластер увійшло 4 банка: ПАТ «Діві банк», «Ідея Банк», ПАТ «Союз», ПАТ «Восток», у другий кластер увійшли 6 банків: ПАТ «Правекс-банк», ПАТ«Таскомбанк», ПАТ «Фортуна-банк», Банк інвестицій та заощаджень, ПАТ «Клиринговый дом», ПАТ «Прокредит».

Визначивши можливу кількість кластерів досліджуваних банків, на наступному етапі проведемо групування банків методом k-середніх, при цьому поділ здійснюватимемо на 2 кластери.

На рис. 2 представлені графіки середніх значень показників за отриманими кластерами методом k-середніх.

Так у перший кластер увійшли банки, у яких характерний найвищий розмір відношень депозити/кредити та капітал/кредити і найнижча кре-

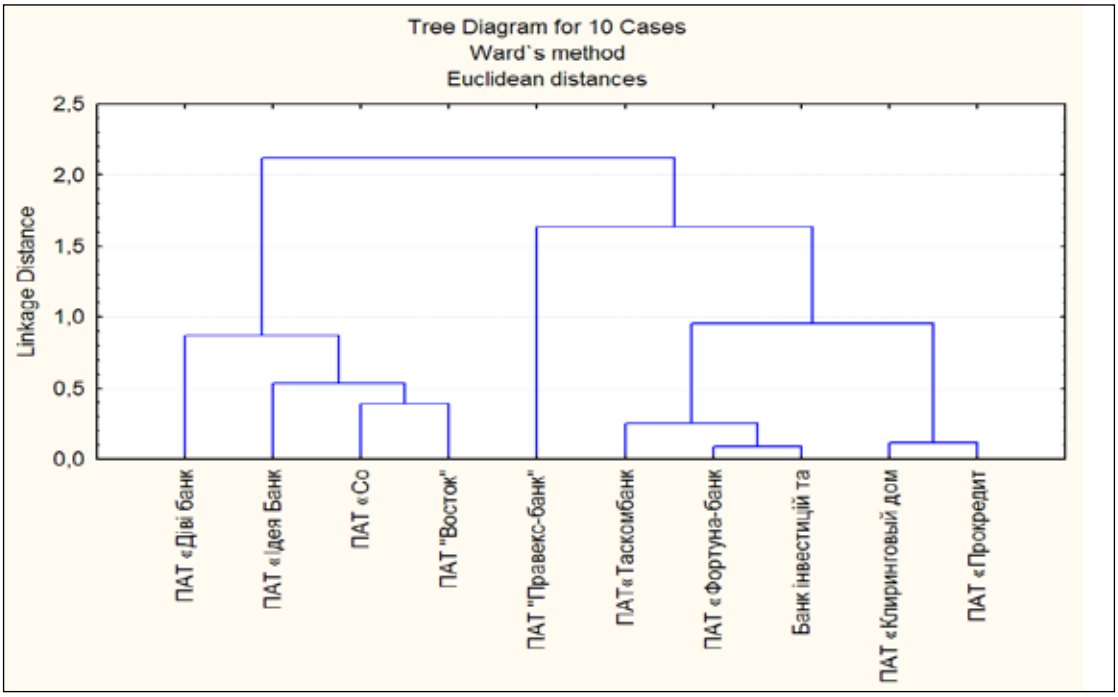


Рис. 1. Ієрархічна дендрограма об'єднання банків

Таблиця 1

Вихідні дані для проведення кластерного аналізу

Банк	Кредитна активність	Депозити/ кредити	Капітал/ кредити
ПАТ «Прокредит»	0,651863	1,289633	0,107300
ПАТ «Восток»	0,564295	0,4508403	0,114707
Банк інвестицій та заощаджень	0,928617	0,883293	0,107587
ПАТ «Правекс-банк»	0,369645	1,651387	0,949199
ПАТ «Ідея Банк»	0,792190	0,105303	0,006788
ПАТ «Фортуна-банк »	0,912731	0,859988	0,191453
ПАТ «Діві банк»	0,830876	0,334356	0,830710
ПАТ«Таскомбанк»	0,718872	0,927309	0,126236
ПАТ «Клиринговый дом»	0,564607	1,288945	0,030853
ПАТ «Союз»	0,873060	0,575606	0,316212

Рис. 2. Графічний розподіл коефіцієнтів для кожного кластера

Variable	Descriptive Statistics for Cluster 1 (Spreadsheet12) Cluster contains 7 cases		
	Mean	Standard Deviation	Variance
Кредитна активність	0,802949	0,127593	0,016280
Депозити/кредити	0,590956	0,314256	0,098757
Капітал/кредити	0,241956	0,276176	0,076273

Variable	Descriptive Statistics for Cluster 2 (Spreadsheet12) Cluster contains 3 cases		
	Mean	Standard Deviation	Variance
Кредитна активність	0,528705	0,144494	0,020878
Депозити/кредити	1,409988	0,209058	0,043705
Капітал/кредити	0,362451	0,509575	0,259666

Рис. 3. Описові статистики кластерів

дитна активність. У другому кластері – протилежна ситуація.

До основних характеристик кожного кластера належать наступні: середнє значення, стандартне відхилення та варіація для кожного показника (змінної) у кожному кластері. Тут також зазначається кількість елементів, що увійшли до кожного кластеру.

На рис. 3 наведені описові характеристики кластерів. У таблицях вказані середні стандартизовані значення кожної ознаки у кожному кластері (Mean), стандартне відхилення (Standard Deviation) та дисперсія (Variance) цих ознак усередині кластерів.

Проведемо аналіз евклідових відстаней між сформованими кластерами банків (рис. 4). На рис. 4 ще раз підтверджується відставання кластера один від одного.

На рис. 5 наведено значення міжгрупових дисперсій та внутрігрупових дисперсій ознак. Що меншим є значення внутрішньогрупової дисперсії і більшим є значення міжгрупової дисперсії, то краще ознака характеризує належність об'єктів до кластеру і тим більш якісною є кластеризація. У нашому випадку для всіх ознак $p < 0,05$, тобто усі ознаки є значущими. Таке співвідношення позитивно характеризує отримане групування банків.

На рис. 6 наведені банки, що об'єдналися в окремі кластери, й Евклідові відстані від них до центрів кластерів.

Таким чином, аналогічно методу ієрархій за методом k-середніх, перший кластер сформували банки: ПАТ «Восток», Банк інвестицій та заощаджень, ПАТ «Ідея Банк», ПАТ «Фортуна-банк»,

Variable	Cluster Means (Spreadsheet12) Cluster No. 1	Cluster No. 2
Кредитна активність	0,802949	0,528705
Депозити/кредити	0,590956	1,409988
Капітал/кредити	0,241956	0,362451

Cluster Number	Euclidean Distances between Clusters (Spreadsheet12) Distances below diagonal Squared distances above diagonal: No. 1	No. 2
No. 1	0,000000	0,253514
No. 2	0,503502	0,000000

Рис. 4. Середні значення показників для кластерів

Variable	Analysis of Variance (Spreadsheet12) Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Кредитна активність	0,157940	1	0,139437	8	9,06157	0,016807
Депозити/кредити	1,408708	1	0,679953	8	16,57417	0,003578
Капітал/кредити	0,030490	1	0,976971	8	0,24967	0,630760

Рис. 5. Аналіз внутрішньогрупової дисперсії

linkage	Members of Cluster Number 1 (Spreadsheet12) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 7 cases: Distance
ПАТ "Восток"	0,175860
Банк інвестицій та заощаджень	0,199423
ПАТ «Ідея Банк»	0,311598
ПАТ «Фортуна-банк »	0,170275
ПАТ «Діві банк»	0,371149
ПАТ«Таскомбанк»	0,211024
ПАТ «Союз»	0,059624

linkage	Members of Cluster Number 2 (Spreadsheet12) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 3 cases: Distance
ПАТ «Прокредит»	0,177722
ПАТ "Правекс-банк"	0,377645
ПАТ «Клиринговый дом»	0,204856

Рис. 6. Елементи кластерів, отриманих методом к-середніх

ПАТ «Діві банк», ПАТ«Таскомбанк», ПАТ «Союз», у другий кластер увійшли банки: ПАТ «Правекс-банк», ПАТ «Клиринговый дом», ПАТ «Прокредит».

Висновки з проведеного дослідження. Одним із ефективних методів моделювання кредитного портфеля комерційних банків є використання методу багатовимірного аналізу – найбільш дієвого кількісного інструменту дослідження соціально-економічних процесів, що описуються великою кількістю характеристик.

Сюди належить кластерний аналіз, що найяскравіше відображає риси багатовимірного ана-

лізу в класифікації. З ПАТ «Правекс-банк» в один кластер увійшли такі банки, як: ПАТ «Клиринговый дом», ПАТ «Прокредит».

Кредитні портфелі взаємопов'язані із забезпеченням фінансовими ресурсами економіки. Крім того, вони впливають і на ефективність роботи банку. У цьому зв'язку велике значення має їх якість. У банківській установі йому слід приділити особливу увагу і вживати заходів щодо його поліпшення. Для цього повинна бути вироблена відповідна кредитна політика. З метою мінімізації кредитного ризику і підвищення якості портфеля необхідно вживати наступні заходи: диверсифікація портфеля; попередній аналіз платоспроможності позичальника; створення резервів для покриття кредитного ризику; аналіз і підтримка оптимальної структури кредитного портфеля; вимога забезпеченості позичок і їх цільового використання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бугель Ю. В. Напрями удосконалення сучасних методів управління банківським кредитним портфелем / Ю. В. Бугель // Галицький економічний вісник. – 2010. – №2 (27). – С. 157–163.
2. Криклій О. А. Управління кредитним ризиком банку: монографія / О. А. Криклій, Н. Г. Маслак. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 86 с.
3. Побоча К. П. Особливості моніторингу кредитних операцій комерційних банків / К. П. Побоча // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2009. – №4(45). – С. 68–73.
4. Подлєсний С. С. Оптимізаційний підхід до управління кредитним портфелем в умовах кризи / С. С. Подлєсний // Банківський менеджмент. – 2009. – №2. – С. 25–29.

REFERENCES:

1. Buhel Yu. V. Napriamy udoskonalennia suchasnykh metodiv upravlinnia bankivskym kredytnym portfelem / Yu. V. Buhel // Halytskyi ekonomichnyi visnyk. – 2010. – #2 (27). – S.157–163.
2. Kryklii O. A. Upravlinnia kredytnym ryzykom banku: monohrafiia / O. A. Kryklii, N. H. Maslak. – Sumy : DVNZ «UABS NBU», 2008. – 86 s.
3. Pobocha K. P. Osoblyvosti monitorynhu kredytnykh operatsii komertsiinykh bankiv / K. P. Pobocha // Zovnishnia torhivlia: pravo ta ekonomika. – 2009. – #4(45). – S. 68–73.
4. Podliesnyi S. S. Optymizatsiinyi pidkhid do upravlinnia kredytnym portfelem v umovakh kryzy / S. S. Podliesnyi // Bankivskyi menedzhment. – 2009. – #2. – S. 25–29.

Kuzenko O.L.
Lecturer at Department of Banking
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

OPTIMIZATION OF CREDIT PORTFOLIO MANAGEMENT BANK WITH CLUSTER ANALYSIS

Evaluating the effectiveness of the loan portfolio is one of the most important tasks of economic analysis; the decision is based on the use of cluster analysis.

Management of loan portfolio quality remains insufficiently investigated.

One of the effective methods for modelling credit portfolio of commercial banks is the use of multivariate analysis method – the most effective tools of quantitative research of social and economic processes described by a large number of characteristics. This includes cluster analysis that most clearly reflects the features of multivariate analysis in classification.

To analyse and optimize the loan portfolio of the bank was elected cluster analysis because it allows objects to break not one dimension, and a number of features.

Cluster analysis – a set of methods to classify multidimensional observations, each of which describes a set of output variables. Unlike combinational groups, cluster analysis leads to splitting into groups with all grouping attributes simultaneously.

In addition, cluster analysis unlike most mathematical and statistical methods imposes no restrictions on the form of data objects, and can be considered the initial data set of almost any nature.

The indicators were chosen cluster analysis, the credit activity of banks, the ratio of capital to loans and the ratio of deposits to loans. They reflect the effectiveness of credit portfolio of commercial banks.

The credit activity of banks shows the proportion of real bank credit operations in the total operations of the bank for placement of funds.

Ratio of capital to loans shows that the share of credit operations of the financial institution uses capital.

Deposits to loans ratio shows what percentage of credit operations of the financial institution used in the accepted deposits.

By analysing different methods of clustering of banks, we can conclude that clustering k-means method is the most accurate, because the values of intergroup and intragroup variance with this method better than agglomerative method. This division makes it possible to develop ways to improve such management revenues and expenditures of banks that will be effective for a particular group of banks.

ВИДАТКИ НА ОСВІТУ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

EXPENDITURE ON EDUCATION AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF LOCAL BUDGETS IN UKRAINE

УДК 336.145.2(477)

Мельничук І.О.
асистент кафедри фінансів
Національна академія статистики, обліку та аудиту
Колупаєв Ю.Б.
к.е.н., доцент
Національна академія статистики, обліку та аудиту

Стаття присвячена визначенню понять «видатки місцевих бюджетів», «видатки на освіту». Розглянуто основні теоретичні аспекти фінансування освіти в Україні. Досліджено динаміку бюджетних видатків на освіту та їх структуру за функціональною класифікацією. У сучасній теорії економічного зростання існує думка, що освіта є важливим ключем до економічного процвітання. Розмір місцевих видатків соціального спрямування та їх вплив на економічне зростання є однією з основних проблем суспільного вибору. Освіта є одним із пріоритетних напрямів уряду України. За останні п'ять років активізовано зусилля щодо поліпшення стану освіти в країні.

Ключові слова: *місцеві бюджети, функціональна класифікація видатків місцевих бюджетів, видатки на освіту, соціальні видатки, соціальна сфера, освіта.*

Статья посвящена определению понятий «расходы местных бюджетов», «расходы на образование». Рассмотрены основные теоретические аспекты финансирования образования в Украине. Исследована динамика бюджетных расходов на образование и их структура по функциональной классификации. В современной теории экономического роста существует мнение, что образование является важным ключом к экономическому процветанию. Размер местных расходов социальной направленности и ее влияние на экономический рост является одной из основных проблем общественного выбора. Образование является одним из приоритетных направлений правительства Украины. За последние пять лет активизировано усилия по улучшению состояния образования в стране.

Ключевые слова: *местные бюджеты, функциональная классификация расходов местных бюджетов, расходы на образование, социальные расходы, социальная сфера, образование.*

The article is devoted to definition of «expenditures of local budgets», «expenditure on education». It deals with the main theoretical aspects of funding education in Ukraine. Dynamics of budgetary expenses for education and their structure according to functional classification is investigated. The existing view in modern economic growth theory is that education is an important key to economic prosperity. The size of local expenditures in social sector and its impact on economic growth has emerged as a major public choice issue. Education is a priority area for Ukraine government. Over the past five years government has further increased efforts to improve the state of education in the country.

Key words: *local budgets, functional classifications of expenditures, expenditure on education, social expenditures, social sphere, education.*

Постановка проблеми. В умовах поглиблення глобалізаційних процесів питання економічного й соціального розвитку регіонів набувають особливої актуальності. Ефективність забезпечення сталого розвитку країни відбувається за умов стабільного і надійного функціонування місцевих фінансів. Місцеві бюджети посідають ключове, навіть фундаментальне місце в бюджетній системі України. Адже забезпечують розвиток територій держави, ефективність функціонування місцевих органів влади. Однак, вітчизняна практика формування та використання місцевих бюджетів свідчить про наявність ряду проблем, що пов’язані з нестачею бюджетних коштів. Дефіцитний стан місцевих бюджетів унеможливлює ефективне використання фінансових ресурсів відповідного бюджету.

Особливу увагу необхідно звернути на стан справ у сфері освіти. Потенціал економічного зростання є ключовим фактором у забезпеченні добробуту та благополуччя країни в цілому. Досягти який можливо за умов ефективного фінансування освітніх послух. Зарубіжна практика свідчить про приріст витрат на освіту. Така тенденція зумовлена об’єктивними причинами, а саме: фінансові вкладення в освіту визнаються провідними інвестиціями у людський капітал. Відповідно одним з пріоритетних завдань держави в сучасних умовах є забезпечення якісної вищої освіти.

Враховуючи вищезазначене, стратегічним завданням держави є забезпечення стабільної фінансової основи місцевого самоврядування, зокрема, шляхом децентралізованого управління бюджетними коштами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження використання місцевих бюджетів України в контексті освітніх послуг зробили такі вчені, як: Л. Я. Беновська, В. Г. Борнос, Ю. А. Глущенко [1], І. В. Комарова, І.О. Луніна, Т.М. Мигович, Ю. В. Остріщенко, І. З. Сторонянська, І. Є. Чуркіна та ін. Праці вказаних науковців забезпечили підґрунтя дослідження проблемних аспектів використання місцевих бюджетів, що уможливило здійснення їх поглибленого оцінювання.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз використання місцевих бюджетів України у контексті фінансування освітніх послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стимулювання розвитку різноманітних сфер економіки та забезпечення ефективного регулювання місцевих бюджетів не можливе без наявності відповідного фонду грошових ресурсів. Як правило, складнощі виникають при формуванні такого

фонду, однак, незважаючи на це, найскладнішим завданням залишається питання раціонального та ефективного використання фондів грошових ресурсів.

Видаткова частина місцевих бюджетів визначає напрями використання акумульованих у відповідному бюджеті ресурсів.

Існують різні наукові погляди щодо визначення сутності видатків місцевих бюджетів. Наприклад, на думку групи авторів (М. Гапонюк, В. Яцюта, А. Буряченко, А. Славкова), «це економічні відносини, які виникають у зв'язку з розподілом централізованих коштів, що перебувають у розпорядженні відповідних органів влади, та децентралізованих коштів, які є власністю місцевих органів влади». Науковці О. Василик, К. Павлюк стверджують, що «видатки місцевих бюджетів безпосередньо пов'язані з інтересами широких верств населення й суттєво впливають на загальні соціальні процеси в державі й насамперед на рівень добробуту населення, освіченості, забезпеченості медичними послугами, а також послугами в галузі культури, спорту, соціальної захищеності на випадок непередбачуваних обставин» [1, с. 141].

Бюджетний кодекс України є кодифікованим Законом та регламентує відносини, що виникають у процесі складання, розгляду, затвердження, виконання бюджетів. Відповідно до ст. 2 Бюджетного кодексу України, видатки бюджету – це кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом. До видатків бюджету не належать: погашення боргу; надання кредитів з бюджету; розміщення бюджетних коштів на депозитах; придбання цінних паперів; повернення надміру сплачених до бюджету сум податків і зборів та інших доходів бюджету, проведення їх бюджетного відшкодування [2].

Вітчизняна практика функціонування бюджетних відносин та чинне законодавство свідчить про існування багатокритеріальної класифікації видатків бюджету (рис. 1).

Уважаємо, що видатки за функціональною класифікацією видатків та кредитування бюджету є ключовим інструментом розвитку інформаційного суспільства. Нові напрями розвитку науково-технічного прогресу диктують відповідні вимоги до суспільства. Проблема бюджетного фінансування освіти в Україні є комплексною і потребує особливої уваги.

У соціальному розвитку регіону місцеві бюджети є основним джерелом фінансування закладів освіти, культури, охорони здоров'я населення, засобів масової інформації, житлово-комунального господарства, різноманітних молодіжних програм, витрат з упорядкування населених пунктів [3, с. 120].

Ключову роль у системі видатків місцевих бюджетів України займає функціональна класифікація видатків, що характеризує загальні цілі державного управління. Зарубіжний та вітчизняний досвід свідчить про пріоритетність видатків на освіту.

У 2016 році сукупна частка видатків на соціально-культурну сферу (освіта, охорона здоров'я, соціальний захист і соціальне забезпечення, культура та мистецтво, фізична культура і спорт) у структурі видатків місцевих бюджетів складала 78,7 %, що на 1,9 в. п. менше рівня 2015 року (рис. 2) [4, с. 75].

Як показують дані рис. 2, найбільшу питому вагу у видатковій частині місцевих бюджетів Укра-

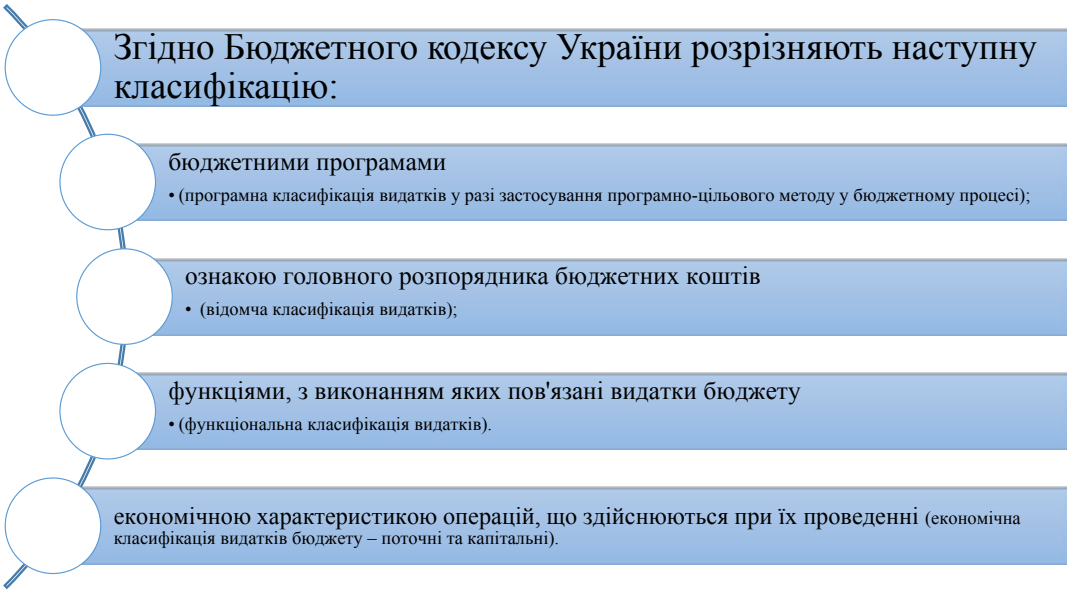


Рис. 1. Класифікація видатків бюджету

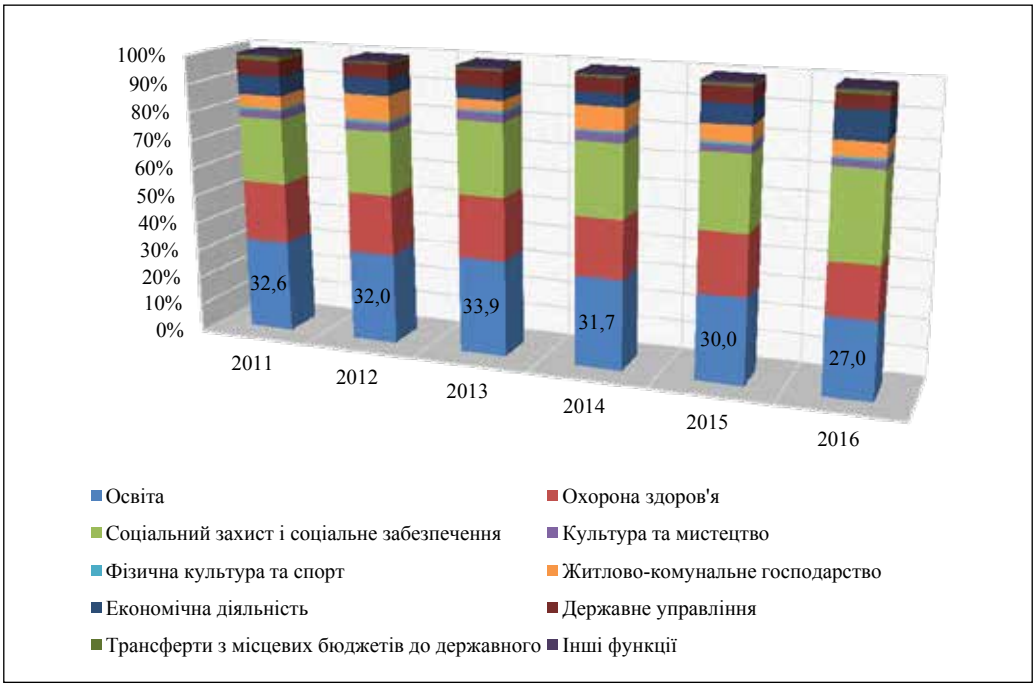


Рис. 2. Структура видатків місцевих бюджетів за функціональною класифікацією за 2011–2016 роки [4]

їни за 2011–2016 рр. займають соціальні видатки, зокрема, видатки на освіту – 27,0%, охорону здоров'я – 18,0%, соціальний захист і соціальне забезпечення – 30,4%, найменшу – видатки на житлово-комунальне господарство – 5,0%, культура та мистецтво – від 2,4%, фізична культура та спорт – 0,9% усіх коштів місцевих бюджетів України.

У структурі видатків місцевих бюджетів за функціональною класифікацією найбільші зміни відбулися за видатками на соціальний захист та соціальне забезпечення.

Частка видатків на освіту місцевих бюджетів України становила протягом аналізованого періоду від 32,6 до 27 %. При цьому протягом 2011-2015 років динаміка бюджетних видатків на освіту не мала тенденції до рівномірного зростання, водночас у 2016 році частка видатків на освіту у структурі видатків місцевих бюджетів за функціональною класифікацією зменшилась.

Проаналізуємо склад видатків місцевих бюджетів на освіту протягом 2010-2016 років (табл. 1).

За даними таблиці 1 видно, що у 2016 році з місцевих бюджетів України спрямовано 94,6 млрд грн на потреби освітніх послух, що на 12,6% більше порівняно з 2015 роком. Зокрема, основна частина бюджетних коштів спрямовано на фінансування загальної середньої школи – 56,3 млрд грн, а саме: на розвиток загальноосвітніх навчальних закладів – 50,4 млрд грн та загальноосвітніх спеціалізованих шкіл-інтернатів – 5,9 млрд грн.

Обсяги видатків на освіту, незважаючи на стійку тенденцію до зростання, суттєво відстають від аналогічних показників розвинених країн.

Згідно даних у 2016 році порівняно з 2015 роком видатки місцевих бюджетів на дошкільну освіту зросли на 10,9% і становили 20,0 млрд грн, Видатки на загальну середню освіту мали тенденцію до зростання у 2012-2013 роках на 4,1%. У 2014 році відбулося зменшення такого показника на 4,1% до 42,2 млрд грн. Проте, у 2016 році спостерігалося суттєве зростання видатків на загальну середню освіту на 13,9%. Видатки місцевих бюджетів України на вищу освіту у 2016 році порівняно з попереднім збільшилися на 10,8%.

Важливо зазначити, що при зростанні абсолютного розміру видатків на освіту структура витрат є практично незмінною. Держава вважає пріоритетними загальну середню.

Проаналізуємо структуру видатків місцевих бюджетів України на освіту протягом 2012-2016 років, графічна інтерпретація якої подана на рис. 3.

За даними рис. 3 видно, що у 2016 році відповідно до функціональної класифікації переважна частка бюджетних коштів спрямовується на фінансування загальної середньої освіти (56,3 % бюджетних асигнувань на освіту), дошкільної освіти (20,0 %), професійної технічної освіти (6,1 %) та вищої освіти (3,4 %). Решта коштів (8,8 %) витрачається на фінансування післядипломної освіти, позашкільної освіти та заходів із позашкільної роботи з дітьми та інші заклади і заходи у сфері освіти. Така структура видатків місцевих бюджетів України є незмінною протягом 2012–2016 років.

Державна політика зростання витрат на освіту не є стабільною і послідовною, а якісні показники освіти, на думку фахівців, не зростають, тоді, як проблеми накопичуються [6, с. 359].

До основних із них можна віднести:

• недостатній рівень фінансування професійно-технічної освіти, внаслідок чого на сьогодні в Україні не вистачає висококваліфікованих робітників низки спеціальностей;

• наявність різних стандартів надання послуг загальної середньої освіти у різних типах державних навчальних закладів, а також у міській і сільській місцевостях;

• зниження вимог до якості навчання у вищих навчальних закладах, що є передусім наслідком запровадження навчання на комерційних засадах, яке, з одного боку, відкриває доступ до вищої освіти дітям з низьким рівнем базових знань, а з іншої – спонукає до зниження критеріїв оцінки рівня знань з метою недопущення виключення студентів, які вчаться на платній основі, з вищих навчальних закладів і звуження внаслідок цього фінансових можливостей останніх;

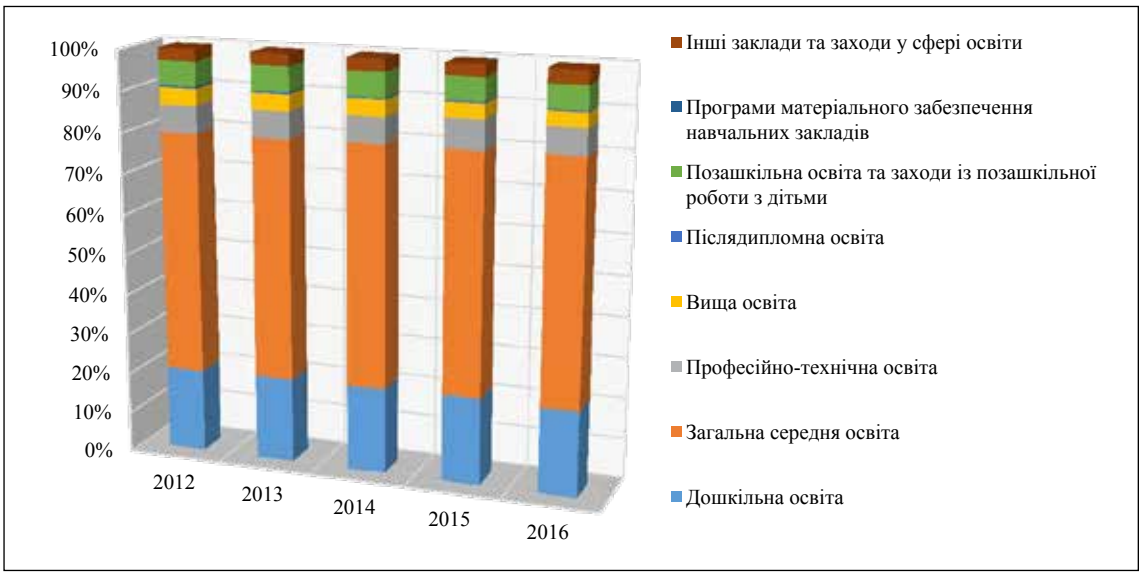


Рис. 3. Структура видатків місцевих бюджетів України на освіту протягом 2012-2016 років, %

Джерело: за даними Державної казначейської служби України [5]

Таблиця 1

Видатки на освіту, 2010-2016 рр., млрд грн*

Показник	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Освіта	0,0004	71,32	74,60	71,43	84,01	94,61
Дошкільна освіта	-	14,56	15,59	15,12	18,05	20,01
Загальна середня освіта	-	42,26	44,01	42,23	49,48	56,34
Загальноосвітні навчальні заклади	-	37,60	39,30	37,70	43,95	50,44
Загальноосвітні спеціалізовані та спеціальні школи-інтернати	-	4,66	4,71	4,52	5,53	5,89
Професійно-технічна освіта	-	4,80	4,94	4,56	6,05	6,05
Вища освіта	-	2,90	2,97	2,82	3,03	3,36
Вищі навчальні заклади I і II рівнів акредитації	-	2,35	2,50	2,46	2,66	2,82
Вищі навчальні заклади III і IV рівнів акредитації	-	0,55	0,47	0,35	0,37	0,53
Післядипломна освіта	-	0,37	0,38	0,35	0,36	0,38
Позашкільна освіта та заходи із позашкільної роботи з дітьми	-	4,25	4,51	4,26	4,68	5,26
Програми матеріального забезпечення навчальних закладів	-	0,001	0,002	0,002	0,0005	0,03
Фундаментальні та прикладні дослідження і розробки у сфері освіти	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Інші заклади та заходи у сфері освіти	0,0004	2,16	2,20	2,09	2,36	3,19

*Без урахування суми міжбюджетних трансфертів, які передаються місцевими бюджетами різних рівнів або між місцевими бюджетами однієї підпорядкованості

Джерело: побудовано за даними Державної казначейської служби України [5]

• низький рівень заробітної плати освітян (один із найнижчих за видами економічної діяльності), що є гальмом на шляху залучення на роботу у цю сферу здібної молоді [6, с. 360].

Серед найважливіших проблем галузі освіти слід виділити такі [7, с. 122]:

1. Невідповідності між загальним економічним розвитком і збільшенням соціальних видатків місцевих бюджетів, зокрема, видатків освіти [7, с. 122].

2. Наявна необґрунтована мережа закладів освіти, яка не відповідає сучасній демографічній ситуації, сприяє нераціональному використанню державної власності та зниженню якості наданих послуг [7, с. 123].

3. Неврегульованість процесу фінансування закладів освіти за рахунок освітньої субвенції [7, с. 125].

4. Слабкі можливості покращення реального матеріального стану закладів освіти через відсутність належної підтримки від держави та приватних інвесторів.

5. Перерозподіл повноважень між бюджетами різних рівнів, що зумовлений процесами децентралізації, не підкріплений відповідними змінами фінансових надходжень до цих бюджетів [7, с. 126].

До пріоритетних напрямів удосконалення системи фінансування освіти необхідно віднести:

1) забезпечення ефективного розподілу фінансових ресурсів на видатки освітніх послуг з місцевих бюджетів у розмірах, достатніх для розвитку навчальних закладів, враховуючи стан матеріально-технічної та лабораторної бази, можливості відтворення потенціалу науково-педагогічних кадрів та розвитку науки;

2) посилення контролю та здійснення систематичного аналізу цільового використання коштів на освіту, забезпечення дієвих механізмів громадського контролю за їх витрачанням;

3) удосконалення методів визначення обсягів фінансування освіти та розробка нормативів фінансування із врахуванням мінімальних соціальних стандартів, які дозволять встановити нижню межу обов'язкового фінансового забезпечення розвитку освіти;

4) удосконалення механізму фінансування освіти в Україні із врахуванням міжнародного досвіду, перехід на багатоканальне фінансування, прийняття рішучих заходів щодо збільшення та диверсифікації джерел фінансування вищої освіти та оптимізації їхньої структури [8].

Висновки з проведеного дослідження. У контексті вищезазначеного можна зробити висновок, що ефективний розвиток освітніх послух в Україні вимагає кардинального вдосконалення механізмів державного фінансування освітніх закладів. Сучасна система бюджетного фінансування освітніх послуг не вирішує ключові завдання перерозподілу ресурсів на користь тих, хто найбільше цього потребує. Отже, постає питання в соціальному реформуванні з метою забезпечення ефективного виконання актуальних національних пріоритетів сучасної бюджетної політики України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Глущенко Ю. А. Оптимізація видатків місцевих бюджетів України в системі місцевого самоврядування / Ю. А. Глущенко // Теорія та практика державного управління. – 2015. – Вип. 3. – С. 140-149. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2015_3_25

2. Бюджетний кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). –2010. – № 50-51. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17

3. Шавлак В. В. Місцеві бюджети: стан та основні напрями їх формування / В. В. Шавлак // Молодіжний економічний дайджест. – 2014. – № 1(1). – С. 119-122. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1%281%29__24

4. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2016 р. / [Зубенко В. В. Самчинська І. В., Рудик А.Ю. та ін.]; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-ІІ) впровадження», USAID. – К., 2017. – 92 с.

5. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.treasury.gov.ua/

6. Сорока Р. С. Аналітична оцінка фінансування видатків місцевих бюджетів / Р. С. Сорока // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія економічна. – 2012. – Вип. 2. – С. 353-367.

7. Беновська Л. Я. Проблеми бюджетного забезпечення освіти в контексті децентралізації управління / Л. Я. Беновська // Регіональна економіка. – 2016. – № 1. – С. 121-129. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2016_1_15

8. Малишко В. В. Фінансування вищої освіти в Україні: проблеми та перспективи / В. В. Малишко // Молодий вчений. – 2016. – № 2. – С. 64-67.

REFERENCES:

1. Hlushchenko Yu. A. Optymizatsiia vydatkiv mistsevykh biudzhetiv Ukrainy v systemi mistsevoho samovriaduvannia / Yu. A. Hlushchenko // Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia. – 2015. – Vyp. 3. – S. 140-149. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2015_3_25

2. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). –2010. – # 50-51. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17

3. Shavlak V. V. Mistsevi biudzhety: stan ta osnovni napriamy yikh formuvannia / V. V. Shavlak // Molodizhnyi ekonomichnyi daidzhest. – 2014. – # 1(1). – S. 119-122. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1%281%29__24

4. Biudzhetnyi monitorynh: Analiz vykonannia biudzhetu za 2016 r. / [Zubenko V. V. Samchynska I. V., Rudyk A.Yu. ta in.]; IBSED, Proekt «Zmitsnennia mistsevoi finansovoi initsiatyvy (ZMFI-II) vprovadzhennia», USAID. – K., 2017. – 92 c.

5. Ofitsiinyi veb-sait Derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.treasury.gov.ua/

6. Soroka R. S. Analitychna otsinka finansuvannia vydatkiv mistsevykh biudzhetiv / R. S. Soroka // Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. seriia ekonomichna. – 2012. – Vyp. 2. – S. 353-367.

7. Benovska L. Ya. Problemy biudzhetnoho zabezpechennia osvity v konteksti detsentralizatsii upravlinnia / L. Ya. Benovska // Rehionalna ekonomika. – 2016. – # 1. – S. 121-129. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2016_1_15

8. Malyshko V. V. Finansuvannia vyshchoi osvity v Ukraini: problemy ta perspektyvy / V. V. Malyshko // Molodyi vchenyi. – 2016. – # 2. – S. 64-67.

Melnychuk I.O.
Assistant Lecturer at Department of Finance
National Academy of Statistics, Accounting and Auditing
Kolupaiev Yu.B.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
National Academy of Statistics, Accounting and Auditing

EXPENDITURE ON EDUCATION AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF LOCAL BUDGETS IN UKRAINE

The article is devoted to definition of “expenditures of local budgets”, “expenditure on education”. It deals with the main theoretical aspects of funding education in Ukraine. Dynamics of budgetary expenses for education and their structure according to functional classification is investigated.

Education creates improved citizens and helps to upgrade the general standard of living in a society. Therefore, determined that positive social change is likely to be associated with the production of qualitative citizenry.

Most economists would concur that the expenditure on education is the most powerful tool of development in country. The size of local expenditures in social sector and its impact on economic growth has emerged as a major public choice issue.

This paper assesses the impact of local expenditures on education in Ukraine in the past 5 years. Determined that, In Ukraine, for 2012-2016, the proportion of expenditure of local budget on education services, is below compared to the other country average and is from 32.0% to 27.0%.

Education is a priority area for Ukraine government. Over the past five years government has further increased efforts to improve the state of education in the country.

The modern system of the budgetary financing of educational services does not solve the key problem of redistribution of resources in favour of those most in need. Given the fact that education occupies an important place in most plans for economic and social development must solve several problems.

Therefore, effective development of education in Ukraine requires improving the mechanisms of state financing of educational institutions.

ФІНАНСОВИЙ СТАН ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ

FINANCIAL POSITION OF STATE ENTERPRISES OF UKRAINE: ANALYSIS OF MAIN PARAMETERS

УДК 658.14:346.244

Мирончук В.М.
к.е.н., доцент кафедри фінанси і кредит
Вінницького навчально-наукового
інституту економіки
Тернопільського національного
економічного університету

У статті розглянуто проблеми існування економічного середовища, у якому працюють сучасні державні підприємства України. Проведено аналіз основних показників їх фінансового стану, який підтвердив факт їхнього функціонування в неприбуткових, стратегічних галузях країни.
Ключові слова: *фінансовий стан, державні підприємства, рентабельність державних підприємств.*

В статье рассмотрены проблемы существования экономической среды, в которой работают современные государственные предприятия Украины. Проведен анализ основных показателей их финансового состояния, который подтвердил факт их функционирования в неприбыльных, стратегических отраслях страны.
Ключевые слова: *финансовое состояние, государственные предприятия, рентабельность государственных предприятий.*

The article discusses the problem of the existence of the economic environment in which a modern state enterprises of Ukraine have worked. The analysis of the main indicators of their financial situation have conducted which confirmed the fact of their role of non-profit, strategic areas of the country.
Key words: *financial state, state enterprises, the profitability of state enterprises.*

Постановка проблеми. Сучасні умови, в яких функціонує економічна система України, виносять на поверхню проблеми, що пов'язані з забезпеченням її розвитку та безпеки. У свою чергу складна багаторівнева система економічних взаємовідносин будь-якої країни тісно пов'язана з фінансовим аспектом її побудови. Останні тенденції проведення соціально-економічної, боргової та бюджетної політики актуалізують необхідність підвищення ролі державних підприємств у забезпеченні економічного розвитку держави. Саме тому своєчасна діагностика їх фінансового стану є тією передумовою, що дозволяє запобігати виникненню негативних явищ і загроз, що пов'язані з фінансово-економічною діяльністю державних підприємств та безпекою їх функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження різних теоретичних та практичних аспектів визначення фінансового стану діяльності підприємств як приватної, так і державної форми власності, присвячені роботи Е. Альтмана, О. І. Барановського, М. Д. Білик, М. Я. Дем'яненка, М. Я. Коробова, Ю. Я. Лузана, В. В. Осломовського, А. М. Поддєрьогіна, Г. Б. Поляка, Г. В. Савицької, О. О. Терещенка, Ю. С. Цал-Цалка тощо.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз основних показників фінансового стану державних підприємств України у несприятливому політичному та економічному середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах набуття Україною незалежності на початку 90-х років, що супроводжувалася інтенсивним процесом приватизації державних підприємств, велика увага як науковців, так і практиків приділялась питанням ефективності функціонування підприємств приватного сектору економіки. Зазначений процес обумовив поступове зниження інтересу до проблем, які постали перед більшістю державних підприємств у складний трансформаційний період, що призвело до різкого падіння значень показників ефективності їх функціонування та банкротств, що носило як закономірно-ринковий, так і зумисний характер.

Сучасний економічний стан країни підкреслює низький рівень практичної реалізації науково-обґрунтованих й адаптованих до українських реалій механізмів, що забезпечують розвиток та стійке функціонування економічної системи, яка має будуватись на ринкових постулатах. Так перманентний кризовий стан соціально-економічної системи України, що виявляється через низький рівень виробництва та реалізації продукції, формування суперечливих взаємовідносин між певними економічними агентами, негативні значення фінансово-економічних показників суб'єктів господарювання, не підпадає під загальновідомі теорії криз (теорії циклічного й нерівномірного відтворення основного капіталу з паралельним формуванням часового лагу між послідовним зростанням виробництва та попиту [1, с. 54]; теорії економічної циклічності М. Туган-Барановського, за якою кризові явища виникають через неорганізованість виробничих процесів товарів, вільну конкуренцію, коливання попиту на тлі кредитної експансії [2]; теорії недоспоживання Дж. Гобсона, що пов'язана з непропорційністю отримання доходів та можливістю їх подальшого інвестування; грошової теорії Р. Хутрі, що відображає проблеми кредитної експансії банківської системи; теорії нововведень Й. Шумпетера, яка сформувалася на основі інноваційного циклічного розвитку виробництва [1, с. 55] тощо).

На думку таких науковців, як: С.П. Аукціонек, А.Є. Башаєвої [3], Л.М. Шаблистої [1] причинами спаду виробництва трансформаційних економік, що негативно впливає на всі фінансово-економічні показники, є не стільки скорочення попиту

та збільшення витрат, скільки нетрадиційна поведінка виробників, пов'язана зі зміною ними цільової функції незалежно від процесу коливання кривих попиту та пропозиції.

Нетрадиційна поведінка виробників, суттєва структурна деформація вітчизняної промисловості у бік енергомістких сировинних галузей, обмеження експортної зорієнтованості держави та нерозвиненість внутрішнього ринку призвели до стрімкого погіршення економічних показників під час виникнення військових дій на сході країни та анексії АР Крим у 2014 році.

Так зменшення обсягів промислового виробництва у 2014 році проти 2013 року склало 10,7 п.п., у тому числі через руйнування виробничих потужностей та інфраструктури Донецької та Луганської областей 8,5 п.п.; добувної промисловості – 13,7 п.п.; електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря – 6,6 п.п.; виробництва машинобудування – на 21, 3 п.п.; роздрібної торгівлі – 8,6%.

Скорочення експорту товарів у 2014 році проти 2013 року склало 14,4 %, у тому числі машинобудівної продукції – на 29,2%; металургійної продукції – на 13,2%; хімічної продукції – на 26,1%; продукції АПК – на 2%, що зумовлено погіршенням торгівельних відносин з Росією та проведенням бойових дій у промислово розвиненому регіоні країни. Імпорт товарів зменшився на 27,4%, що пов'язано зі скороченням внутрішнього попиту [4].

На тлі суттєвого зниження усіх основних показників, що відображають економічний стан країни та наростання соціального напруження, все частіше постає питання ефективності та розширення меж функціонування як усього державного сектору, так і державних підприємств, зокрема, основна місія яких полягає у розв'язанні наступних стратегічних завдань економічного та соціального характеру:

1) нівелювання негативних процесів, що формуються на тлі існування ринкових відносин;

2) зменшення відчутності циклічного коливання економіки;

3) формування стабільності у соціальній сфері за рахунок вирівнювання доходів.

Слід відначити, що розглянуті завдання, не дивлячись на їх пріоритетність у стратегії розвитку державних підприємств, не зменшують важливості проведення ними прибуткової діяльності. Адже нехтування комерційною складовою діяльності державних підприємств безпосередньо стосується тих, хто сплачує податки. Тому питання ефективного функціонування підприємств державного сектору економіки України на тлі зростання податкового навантаження та несприятливої політичної й економічної кон'юнктури підкреслює свою актуальність не тільки з точки зору фінансово-економічної безпеки, але й як індикатора соціального розвитку країни.

Ураховуючи відсутність зацікавленості держави у розвитку державних підприємств, що пов'язано з глибоким проникненням приватно-власницьких інтересів у економіку країни та швидкою зміною урядів, які лобіюють зазначені інтереси, з набуттям незалежності цей сектор економіки практично не зазнав змін. Децентралізована система управління діяльністю державних підприємств призводить до розмиття меж відповідальності виконавчих органів через одночасне виконання ними ролі представника власника та органу захисту прав споживача, яким виступає українське суспільство. А відсутність відкритого реєстру державних підприємств підкреслює зумисне приховування інформації про використання та стан державного майна.

Сучасні тенденції розвитку державних підприємств виносять на поверхню той факт, що значна їх частина, яка перебуває у державній формі власності, стає банкрутом під впливом різноманітних зовнішніх та внутрішніх факторів (див. табл. 1).

Як видно з даних, наведених у табл. 1, протягом 2012-2015 рр. кількість державних підприємств зменшилася на 164 од. Також за аналогічний період на 454 од. зменшиласья кількість стабільно діючих підприємств, які могли б наповнювати Держбюджет України та зросла кількість збиткових, що склала 1657 підприємств у 2015 році, що на 290 підприємства більше за аналогічний показник 2012 року.

Ураховуючи той факт, що станом на 2015 р. лише 1801 підприємство є працюючим (52,1%), а сто найбільших із них (94 підприємства та 6 банків) володіють 86% усіх сукупних активів та 75% сукупних доходів від загальної кількості державних компаній, проведення аналізу діяльності державних підприємств може ґрунтуватись на основі їх даних.

Таблиця 1

Кількість державних підприємств в Україні у 2012 – 2015 рр.

Показники	Роки				Абс. відх. (+;-) 2015 р. від 2012 р.
	2012	2013	2014	2015	
Кількість підприємств	3 622	3 632	3 350	3 458	- 164
Діючі підприємства	2 255	2 109	1 833	1 801	- 454
Збиткові підприємства	1 367	1 523	1 517	1 657	+209

Джерело: складено та розраховано автором на підставі [5]

Узагальнюючі дані агрегованого балансу портфеля державних підприємств відображені у табл. 2.

Проведений аналіз свідчить про те, що вартість активів державних підприємств (далі – Портфель) протягом трьох років має стрімку тенденцію до збільшення. Так у 2015 р. порівняно з 2014 р. активи Портфеля зросли на 382,59 млрд грн. або на 38,11%, а у 2014 р. порівняно з 2013 р. на 364,78 млрд грн. (57,08%). Таке зростання відбулося в основному за рахунок державних підприємств нафтогазової промисловості, вартість активів яких протягом досліджуваного періоду збільшилися на 503,14 млрд грн. або на 297,96%. Передусім це пов'язано зі зростанням активів НАК «Нафтогаз України» (які виросли більш, ніж 552,97 млрд грн. протягом трьох років).

Після нафтогазової промисловості найбільший приріст активів відбувся за рахунок транспортної галузі (на 157,74%, або 206,86 млрд грн.) та сектору харчової промисловості і сільського господарства (на 17,06 млрд грн., або на 65,77%). Збільшення активів транспортної галузі відбулося за рахунок переоцінки вартості активів ПАТ «Укрзалізниця», які зросли за період 2014-2015 рр. на 200,06 млрд грн., попри те, що в попередньому періоді вартість їх активів знизилася на 1,02 млрд грн. Серед підприємств, віднесених до харчової промисловості та сільського господарства, найбільше на коливання аналізованого показника вплинула діяльність ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України», вартість активів якої протягом трьох років зросла на 19,57 млрд грн.

Натомість показники діяльності державних підприємств машинобудівної галузі характеризуються певними коливаннями. Так загальна сума активів підприємств зазначеної галузі у 2014 р. зменшилася на 8,03 млрд грн. проти 2013 р. тоді, як у наступному періоді даний показник збільшився на 2,98 млрд грн. Позитивні зміни у період 2014-2015 рр. відбулися передусім через нарощування дебіторської заборгованості такими підприємствами, як: ПАТ «Турбоатом» до 4,2 млрд грн. та ДП «КБ Південне» до 7,3 млрд грн.

Крім того, за період 2013–2015 рр. зросли активи державних підприємств транспортної галузі – на 206,86 млрд грн.; електроенергетичної – на 18,95 млрд грн.; вугільної – на 3,22 млрд грн.; хімічної – на 1,82 млрд грн., інших підприємств – на 1,37 млрд грн.

Збільшення власного капіталу державних підприємств у 2015 р. склало 279,28 млрд грн. (45,18%) проти 2013 р. Зазначене збільшення відбулося за рахунок приросту даного показника на підприємствах НАК «Нафтогаз України» та ПАТ «Укрзалізниця» на 897 млрд грн. або 47%. Однак, поряд із зазначеною позитивною динамікою можна відзначити негативні зміни в їх структурі, оскільки крім електроенергетичної та нафтогазової індустрії власний капітал інших галузей знизився через збиткову діяльність досліджуваних підприємств. Крім цього, власний капітал підприємств електроенергетичного сектору протягом 2014 2015 рр. залишався незмінним на рівні 184 млрд грн. тоді, як у попередньому періоді показник зменшився на 4,3 млрд грн.

Найбільше падіння показника власного капіталу протягом 2014-2015 рр. продемонстрували державні підприємства галузі харчової промисловості та сільського господарства, показник яких

Таблиця 2

Динаміка основних балансових показників державних підприємств України за 2013-2015 рр.

Показники	Роки					
	2013		2014		2015	
	млрд грн.	%	млрд грн.	%	млрд грн.	%
Основні засоби	373,86	58,50	776,95	77,39	1081,90	78,03
Необоротні активи	452,75	70,84	837,98	83,47	1139,48	82,19
Запаси	75,95	11,88	41,43	4,13	68,86	4,97
Дебіторська заборгованість	78,43	12,27	80,36	8,00	101,82	7,34
Грошові кошти та їхні еквіваленти	22,62	3,54	37,30	3,72	66,46	4,79
Оборотні активи	186,34	29,16	165,78	16,51	246,86	17,80
Активи, всього	639,11	100	1003,89	100	1386,48	100
Власний капітал	355,90	55,69	618,16	61,58	897,44	64,73
Довгострокові запозичення	46,96	7,35	73,99	7,37	115,24	8,31
Довгострокові зобов'язання	117,03	18,31	199,72	19,89	266,36	19,21
Короткострокові запозичення	46,81	7,32	75,76	7,55	70,59	5,09
Кредиторська заборгованість	96,03	15,03	87,71	8,74	115,16	8,31
Поточні зобов'язання	166,18	26,00	186,02	18,53	222,68	16,06
Зобов'язання, всього	283,22	44,31	385,74	38,42	489,04	35,27
Власний капітал і зобов'язання	639,11	100	1003,89	100	1386,48	100

** Джерело: складено та розраховано автором на підставі [5]*

зменшився до 2,7 млрд грн. (більше, ніж у двічі). Відбулося це через зниження вартості капіталу ПАТ «Державна продовольчо-зернова корпорація України» на 2,92 млрд грн. [5].

У свою чергу загальний рівень боргових зобов'язань державних підприємств у 2014 році збільшився на 43,52 млрд грн. або на 34,14% проти 2013 року тоді, як у наступному році зобов'язання підприємств виросли на 24,56 % – із 171 млрд грн. у 2014 р. до 213 млрд грн. у 2015 р. Тобто, помітна стрімка тенденція до зростання аналізованого показника у той час, як співвідношення позикового і власного капіталу протягом досліджуваного періоду зменшується в межах 35,82-23,73%.

Найбільше зростання заборгованості державних підприємств за період 2012-2015 рр. відбулося в транспортній галузі (на 28 млрд грн.); електроенергетичній (на 11 млрд грн.); харчовій промисловості й сільському господарстві (на 24 млрд грн.) та нафтогазовій галузі (на 18 млрд грн. відповідно).

Зокрема, найбільший обсяг боргових зобов'язань демонструють підприємства нафтогазової галузі. Вартість її зобов'язань у 2015 р. склала 77 млрд грн., що на 20,31% більше за минулорічний показник та на 30,51% за показник 2013 р. Серед підприємств цієї галузі слід виділити НАК «Нафтогаз України», заборгованість якої у 2015 році склала 76,82 млрд грн. тоді, як співвідношення боргових зобов'язань до власного капіталу – 17,05%.

Відзначимо, що найменший обсяг заборгованості сконцентрований у хімічній промисловості, а саме – 3 млрд грн. у 2015 році (від загального обсягу боргових зобов'язань – 213 млрд грн.). Цей показник має тенденцію до зменшення від 3,13 млрд грн. у 2013 році і до 3 млрд грн. у 2015 році.

Проводячи аналіз структури та динаміки основних показників агрегованої звітності балансу державних підприємств за період 2013-2015 рр., вважаємо за доцільне також звернути увагу на динаміку фінансових результатів діяльності підприємств, використовуючи дані таблиці 3.

Як видно з табл. 3, діяльність державних підприємств була збитковою протягом усього досліджуваного періоду. Так у 2013-2014 рр. їх сукупні збитки характеризувались стрімким зростанням з 16,15 млрд грн. до 117,44 млрд грн. (значну частку значення аналізованого показника займає НАК «Нафтогаз України» (у 2014 р. – 88,43млрд грн.)). Однак, у 2015 р. збитковість підприємств зменшилася на 64,25 млрд грн. (54,71%). Тоді, як сукупні витрати з податку на прибуток зросли у 8,5 разів порівняно з 2014 роком.

Простежуючи негативні тенденції динаміки показника чистого прибутку/збитку державних підприємств, слід відзначити зростання рівня чистого доходу від реалізації продукції.

Для розуміння того, наскільки ефективною є діяльність підприємств незалежно від їх заборгованостей та амортизації, більш детально розглянемо показник EBITDA.

Як свідчать результати табл.3, динаміка показника протягом аналізованого періоду мала хвилеподібний вигляд, оскільки у період 2013–2014 рр. показник знизився на 42,38 млрд грн. тоді, як у наступному періоді збільшився на 55,79 млрд грн.

Найбільше зростання у 2015 р. можна зафіксувати за транспортним сектором, який покращив свій показник майже удвічі або на 60,37% у порівняні з 2014 р. Це відбулося за рахунок поліпшення показника EBITDA двох найбільших підприємств даної галузі – ПАТ «Укрзалізниця» (на 3,97 млрд грн.) та ДП «Адміністрація морських портів України» (на 2,6 млрд грн.).

У свою чергу, державні підприємства електроенергетичної галузі протягом досліджуваного періоду показали другий за величиною результат, який коливався в межах 8,83-18,83 млрд грн.

Найменший приріст показників EBITDA у 2012-2015 рр. відбувся у наступних галузях промисловості:

− харчовій промисловості та сільському господарстві –на 1,62 млрд грн., проте, у період 2014-2015 рр. показник мав тенденцію до зниження на 0,46 млрд грн.

− машинобудуванні – зниження показника EBITDA на 0,87 млрд грн. у 2013-2014 рр. тоді, як у 2015 р. показник зростає на 0,73 млрд грн. Цьому сприяло збільшення чистого прибутку ПАТ «Турбоатом» у порівнянні з минулим роком більш, ніж удвічі (до 1,51 млрд грн.).

− хімічній промисловості – на 2,14 млрд грн.

Що стосується показника державних підприємств нафтогазової галузі, то він залежить від показника НАК «Нафтогаз». Значення показника EBITDA зазначеного підприємства у 2015 коливався в діапазоні 0,1-(-7,01) млрд грн., що збігається із результатами даної галузі. Основна причина коливання обумовлена тим, що держава не встигає своєчасно коригувати ціну на газ у зв'язку зі знеціненням гривні.

У свою чергу вугільна промисловість демонструє погіршення результатів показника протягом всього періоду, що аналізується. У 2015 р. показник залишався від'ємним і становив 3,54 млрд грн., що на 3,4 млрд грн. більше за аналогічний показник 2013 р. Така ситуація перш за все пов'язана із воєнним конфліктом на сході, який спричинив негативний вплив на діяльність шахт.

Отже, діяльність державних підприємств у період 2013-2015 рр. змінювалася, здебільшого, під впливом ринкових механізмів, які негативно впливали на їх фінансові результати. Підтвердженням зазначених тенденцій є також динаміка основних показників рентабельності, результати яких відображеніо в табл. 4.

Таблиця 3

Динаміка основних показників фінансової діяльності державних підприємств України у період 2013-2015 рр.

Показники	Роки			Відхилення			
				2014 р. від 2013 р.		2015 р. від 2014 р.	
	2013	2014	2015	Млрд грн.	%	Млрд грн.	%
Чистий дохід	228,43	247,85	352,59	+19,42	+8,50	+104,74	+42,26
Собівартість реалізованої продукції	214,29	254,06	304,86	+39,77	+18,56	+50,80	+20,00
Валовий прибуток/(збиток)	14,14	-6,22	47,73	-20,36	-143,99	+53,95	-867,36
Операційні витрати	11,03	-28,50	-28,88	-39,53	-358,39	-0,38	+1,33
Операційний прибуток/(збиток)	3,11	-34,72	18,85	-37,83	-1216,40	+53,57	-154,29
EBITDA	26,92	-15,46	40,33	-42,38	-157,43	+55,79	-360,87
Чистий фінансовий дохід/(збиток)	-12,30	-82,10	-66,69	-69,80	567,48	+15,41	-18,77
Прибуток/(збиток) від іншої діяльності	-2,83	-1,93	-21,48	+0,90	-31,80	-19,55	+1012,95
Прибуток/(збиток) до оподаткування	-12,02	-116,81	-47,83	-104,79	+871,80	+68,98	-59,05
Податок на прибуток	4,13	0,63	5,36	-3,50	-84,75	+4,73	+750,79
Чистий прибуток/(збиток)	-16,15	-117,44	-53,19	-101,29	+627,18	+64,25	-54,71

Джерело: складено та розраховано автором на підставі [5]

Таблиця 4

Динаміка основних показників рентабельності державних підприємств за 2013 – 2015 рр.

Показники	Роки			Відхилення	
	2013	2014	2015	2014 р. – 2013 р.	2015 р. – 2014 р.
Рентабельність основної діяльності (%)	1,40	-14,01	5,35	-15,41	19,36
Рентабельність за EBITDA (%)	11,80	-6,24	11,44	-18,04	17,68
Чиста рентабельність продажів (%)	-7,10	-47,39	-15,09	-40,29	32,30
Рентабельність активів (%)	-2,60	-11,70	-3,84	-9,10	7,86
Рентабельність власного капіталу (%)	-4,70	-19,00	-5,93	-14,30	13,07

Джерело: складено та розраховано автором на підставі [5]

Як видно з табл. 4, рентабельність основної діяльності у період 2013-2014 рр. знизилася на 15,41% тоді, як у періоді 2014- 2015 рр. – збільшилась на 19,36%. Його динаміка у період 2013-2015 рр. мала хвилеподібний вигляд і при зниженні витрат основної діяльності коефіцієнт зростав, при збільшенні – зменшувався.

Рентабельність за EBITDA (як і сам показник EBITDA) у період 2013-2014 рр. зменшилася у динаміці і становила (-6,24%) тоді, як у 2015 р. зросла на 17,68 пункти і становила 11,44%. Зазначений показник відображає реальний фінансовий стан державних підприємств та дозволяє оцінити весь їх грошовий потік, оскільки не враховує вплив на структуру капіталу нарахування процентів чи ваги податків й амортизації.

Показник рентабельність власного капіталу державних підприємств протягом 2012-2015 рр. періоду демонстрував від'ємне значення, що коливалося в межах 4,70-5,93%. Найбільшого значення показник досягнув у 2014 р. – 19%. Негативна тенденція даного коефіцієнта була закономірною, оскільки результат рентабельності власного капіталу безпосередньо пов'язаний із фінансовим результатом до оподаткування та чистим збитком держпідприємств.

Такою ж динамікою характеризувався показник рентабельності активів, що змінювався в діапазоні 2,60-3,84%. Така ситуація свідчить про неоптимальну структуру фінансування активів, яка призводить радше до витрачання коштів, аніж до їх накопичення.

У свою чергу показник чистої рентабельності змінював своє значення, аналогічно до двох попередніх. Найбільшого значення він досягнув у 2014 р. і склав -47,39%, що на 40,29% більше аналогічного показника 2013 р. та на 32,30 пункти менше показника 2015 р. З огляду на це у 2013 р. та 2014 р. одна гривня реалізованої держпідприємствами продукції приносила 7,10 грн. та 47,39 грн. збитків, а у 2015 р. – 15,09 грн. збитків.

Аналіз основних показники фінансової діяльності державних підприємств України у 2012-2015 рр. підтвердив те, що фінансовий стан більшості з них є досить складним, а їх значна кількість знаходиться на межі банкрутства. Покращення ж більшості показників їх діяльності у 2015 р. пов'язано передусім зі зростанням тарифів, що створило позитивне підґрунтя для функ-

ціонування підприємств нафтогазового та електроенергетичного сектору, та девальвацією, яка вигідна підприємствам-експортерам.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, результати дослідження довели непристосованість державних підприємств до сучасних умов господарювання, що відобразилося через показники фінансових результатів їх діяльності, які мають негативну динаміку протягом періоду, що досліджувався. Такі результати підтверджують факт їхнього функціонування в неприбуткових галузях, які через свою специфіку, мають низьку рентабельність у сучасних умовах та є невигідними для приватного сектора економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шаблиста Л. М. Фінанси підприємств : витоки кризових явищ та роль держави в їх подоланні / Л. М. Шаблиста // Економіка і прогнозування. – 2009. – №4. – С. 53-67.
2. Туган-Барановський М.И. Промышленные кризисы. Очерк из социальной истории Англии / М.И. Туган-Барановский. – К. : Наукова думка, 2004, – 367 с.
3. Аукционек С.П. Российские предприятия в рыночной экономике: ожидание и действительность / С.П. Аукционек, А.Е. Башаева. – М.: Наука, 2000. – 138 с.
4. Аналіз економічного стану України [Електронний ресурс] // [Офіційний сайт Національного банку України]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=4972952. – Назва з екрану.
5. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua

REFERENCES:

1. Shablysta L. M. Finansy pidpryiemstv : vytoky kryzovykh yavyshch ta rol derzhavy v yikh podolanni / L. M. Shablysta // Ekonomika i prohnozuvannia. – 2009. – #4. – S. 53-67.
2. Tuhan-Baranovskyi M.Y. Promыshlennыe kryzysы. Ocherk yz sotsyalnoi ystoryy Anhlyy / M.Y. Tuhan-Baranovskyi. – K. : Naukova dumka, 2004, – 367 s.
3. Auktsyonek S.P. Rossyiskye predpryiatyia v гыnochnoi эkonomyke: ozhydanye y deistvytelnost / S.P. Auktsyonek, A.E. Bashaeva. – M.: Nauka, 2000. – 138 s.
4. Analiz ekonomichnoho stanu Ukrainy [Elektronnyi resurs] // [Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy]. – Rezhym dostupu: http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=4972952. – Nazva z ekranu.
5. Ofitsiinyi sait Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy. – [Elektronnyi resurs]. − Rezhym dostupu: http://www.me.gov.ua

Myronchuk V.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance and Credit
Vinnytsia Institute of Economics,
Ternopil National Economic University

THE FINANCIAL POSITION OF STATE ENTERPRISES OF UKRAINE: ANALYSIS OF MAIN PARAMETERS

One of the priorities of the reform of the Ukrainian economy at the present stage is the possibility of stabilizing and developing activities of state enterprises. And given the recent changes related to the macroeconomic situation in the country, there is an urgent need to increase their role in ensuring the high rates of economic growth and competitiveness of Ukraine.

Diagnosis of the financial state of state enterprises is a prerequisite for preventing the emergence of negative phenomena and threats associated with their financial and economic activity. Taking into account that the criteria for determining the financial position of enterprises are the rational use of financial resources, it is logical that a significant part of enterprises that are in state ownership form bankrupt under the influence of various external and internal factors.

So, according to the results of 2015, 1801 units (52.1%) of the 3458 state-owned enterprises were operating. At the same time, 94 units of them owned 86% of total assets and 75% of total revenues from the total number of state-owned companies. In particular, the largest assets were concentrated in the oil and gas sector (NJSC Naftogaz of Ukraine – 48.30%), transport (PJSC “Ukrzaliznytsia” – 19.74%) and electricity (NNEGC “Energoatom” – 14.59%). It is found that the improvement or deterioration of financial activity of state enterprises is uneven, mainly due to the sharp increase in the indexes of one or two key enterprises.

Dynamics of the main indicators of the financial state of state enterprises during 2013–2015 proved that the development of financial activity of state enterprises was negatively affected by the existence of large imbalances, as despite the increase in assets –747.37 billion UAH, equity capital –541.54 billion UAH, and net sales revenue – 124.16 billion UAH, other indicators also increased, such as: debt obligations – 85.52 billion UAH, production cost – 90.57 billion UAH, and a net loss – 37.04 billion UAH (in 2014, the value reached the level of 117.44 billion UAH). This confirms the existence of a crisis situation in the activity of data of economic entities, which mainly changes under the influence of market mechanisms.

ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ КАПІТАЛУ

EVALUATION OF RAIFFEISEN BANK AVAL ACTIVITY IN THE INTERNATIONAL CAPITAL MARKET

УДК 339.727:336.71

Онищенко Ю.І.
к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет
Стременюк М.М.
студентка
Одеський національний економічний університет

У статті здійснено оцінку діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» на міжнародному ринку капіталу. Виявлено пряму залежність стану Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ від розміру активів української дочки. Показано стійкість останньої до кризових явищ всіх рівнів. Проведено структурний аналіз ключових показників діяльності банку. Подано рекомендації для покращення функціонування ПАТ «Райффайзен Банк Аваль».
Ключові слова: *міжнародний ринок капіталу, банк, активи, пасиви, чистий прибуток, рентабельність активів.*

В статье совершено оценку деятельности ПАО «Райффайзен Банк Аваль» на международном рынке капитала. Выявлена прямая зависимость состояния Райффайзен Банк Интернациональ АГ от размеров активов украинской дочки. Показано стойкость последней к кризисным явлениям всех уровней. Проведено структурный анализ ключевых показателей деятельности банка. Подано рекомендации с целью улучшения функционирования ПАО «Райффайзен Банк Аваль».
Ключевые слова: *международный рынок капитала, банк, активы, пассивы, чистая прибыль, рентабельность активов.*

In the article the evaluation of Raiffeisen Bank Aval activity in the international capital market are made. A direct dependence of Raiffeisen Bank International AG profitability from asset size of its Ukrainian daughter is identified. The stability of Ukrainian bank to crises of different levels (internal and external) is shown. Structural analyses of key performance ratios of Raiffeisen Bank Aval are conducted. Recommendations for improving the functioning of Raiffeisen Bank Aval are given.
Key words: *international capital market, bank, assets, liabilities, net income, return on assets.*

Постановка проблеми. Сьогодні важливе місце у світовій економіці займають процеси глобалізації усіх її сфер, у тому числі і банківської діяльності. До основних тенденцій можна віднести концентрацію банківських активів та капіталів, створення та посилення позицій транснаціональних банків, які стали головними суб'єктами сучасної глобальної фінансової системи. Не є винятком і Україна, в банківській системі якої ще нещодавно спостерігався чималий приплив іноземного капіталу. Це відбувалося як шляхом відкриття нових філій та представництв, так і шляхом викупу більшої долі акціонерного капіталу банку. Прикладом є ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», який сформувався внаслідок викупу Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ 68% акцій акціонерного поштово-пенсійного банку «Аваль».

На сьогодні ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» є одним з найбільш надійних та стійких банків України. Саме цим обумовлюється актуальність даної статті, яка допоможе оцінити ключові процеси діяльності банку та їх причини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань розвитку транснаціональних банків та їх діяльності у міжнародному бізнесі присвячено чимало наукових досліджень як закордонних вчених, так і вітчизняних. Серед них: А. Голіков [1, с. 120], В. Поляков [2, с. 257], П. Черномаз [1, с. 120] та інші.

Так за визначенням багатьох науковців транснаціональний банк – це великий кредитно-фінансовий комплекс, який за підтримки держави, маючи у своїй структурі широку мережу зарубіжних представництв, контролює валютні та кредитні операції на світовому ринку, виступаючи головним посередником у міжнародному русі позичкового капіталу [2, с. 257] Інші розглядають його, як систему глобальних мережевих структур, стійких форм організації діяльності, певних організаційних та фінансових норм [3, с. 10-13]; банківські організації, які досягли такого рівня міжнародної концентрації капіталу, який під час зрощування з капіталом великих підприємницьких структур передбачає їх реальну участь в економічному розподілі світового ринку позикових капіталів і фінансово-кредитних послуг [4, с. 12-15] і т.д.

Досліджуваний банк за всіма ознаками не є винятком та відноситься до транснаціональних, проте, динамічність процесів на міжнародному ринку капіталів потребує постійного оновлення інформації, її аналізу та визначення причин основних змін у банківських структурах та їх впливу на подальшу діяльність банку.

Формування цілей статті. Метою даної роботи є оцінити діяльність ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», як складової Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ на міжнародному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Райффайзен Банк Аваль – дочірній банк Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ, який включає до свого внутрішнього ринку Центральну та Східну Європу (в тому числі Австрію). Уже майже 25 років працює в даному регіоні і підтримує діяльність об'єднаної мережі дочірніх банків, лізингових компаній і численних організацій, що надають спеціалізовані фінансові послуги на 14 ринках.

В Австрії Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ є одним з провідних корпоративних та інвестицій-

них банків. У першу чергу послуги надаються клієнтам з Австрії але також і великим міжнародним і мультинаціональним клієнтам у регіоні. Крім того, дана група представлена у світових фінансових центрах і має філії та представництва в Азії.

ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» зареєстровано 27 березня 1992 року. Він є учасником Фонду гарантування вкладів фізичних осіб з 1999 року та членом Першого всеукраїнського бюро кредитних історій; має чимало нагород, які свідчать про його стабільність та надійність і значні перспективи на майбутнє. Станом на 31 березня 2016 року структура власності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» виглядала наступним чином (рис. 1):

Найбільшу частку у структурі власності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» займає група юридичних осіб (98,28%) – Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ – 68,28% і Європейський банк реконструкції та розвитку – 30%, інші юридичні та фізичні особи займають незначну долю – близько 2%.

Виходячи із мети статті, проаналізуємо показники, які допоможуть найбільш точно оцінити становище банку за останні 3 роки – структуру активів, пасивів, а також результатів діяльності.

Розглянемо динаміку розміру активів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» як складової групи Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ, що представлена на рис. 2.

З рисунку видно, що тенденція є досить неоднозначною, у 2016 р. та 2017 р. порівняно з 2015 р. обсяги активів переважної кількості країн збільшилися: найбільший ріст у 2016 р. спостерігався у Польщі – майже на 2 млн євро, а у 2017 р. у філіях Греції – майже на 3,5 млн євро. В інших країнах істотних змін не відбулося.

Рейтинг країн за розміром активів Райффайзен банк Інтернаціональ АГ представлений у таблиці 1.

Так за період 01.01.2015-01.01.2017 рр. розмір сукупних активів по всіх країнах, що аналізуються, скоротився відповідно на 5,92 п.п. та 2,24 п.п. Це було зумовлено зменшенням активів у наступних країнах: за 2015-2016 рр. в Угорщині – на 7,81 п.п., у Хорватії – на 0,67 п.п. та в Україні – на 17,82 п.п.

Причинами такого значного падіння в Україні є загострення економічної та політичної ситуації, зокрема, скорочення кількості відділень (їх повна ліквідація на території АРК та часткова на території Донецької області), ріст показників інфляції та, як наслідок, зниження платоспроможності населення і ріст недовіри до банківської системи загалом.

У 2016-2017 рр. спостерігається значне скорочення обсягів активів у банках Польщі – на 16,89% та Болгарії – на 2,62%. Негативна тенденція в Україні залишилася, проте, у досить незначних розмірах порівняно з попереднім періодом – зменшилися на 1,96%, тобто становище банківського сектору загалом й окремих банків зокрема, покращилося та ситуація поступово вирівнюється, зважаючи на минулі показники.

Так, як на території України спостерігаються найбільші скорочення обсягів сукупних активів, то

Рис. 1. Структура власності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»

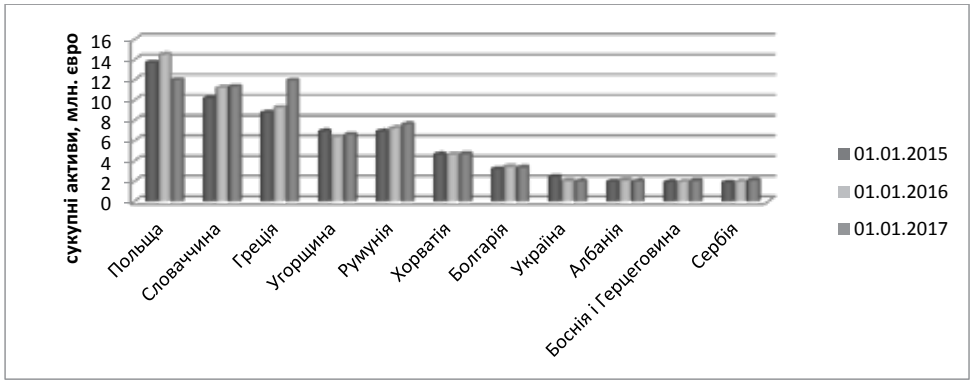


Рис. 2. Динаміка сукупних активів Райффайзен Банк Інтернаціональ за період 2015-2017 рр., млн євро

проаналізуємо їх для визначення основних причин такого зменшення (рис. 3).

Як видно з рисунку, у структурі активів питома вага кредитного портфеля є найбільшою за весь аналізований період, зокрема, кредити клієнтам (юридичним та фізичним особам) займають в середньому 51%, тоді, як частка кредитів банкам значно зросла – від 0,03% станом на 01.01.2015 року до 20,83% на 01.01.2017 року. Це пов'язано зі значною девальвацією національної валюти. Грошові кошти та їх еквіваленти у загальній структурі активів складали 24,01% станом на 01.01.2016 року, тоді, як на 01.01.2015 року та 01.01.2016 року коливалися в межах 15%, що зумовлено зростанням коштів на поточних рахунках у НБУ та в інших кредитних установах, а також незначне зростання обсягу готівки. У 2015 році торгові цінні папери (ОВДП) ще залишалися у портфелі банку, проте, у 2016 році їх питома вага склала 0%. Решта показників – основні засоби та нематеріальні активи і інші активи не здійснили значного впливу на структуру активів.

Отже, активи банку протягом 2015-2017 рр. зростали, проте, це не було зумовлено природнім зростанням, а стало наслідком девальвації національної валюти та погіршенням економічної ситуації в Україні в цілому та, зокрема, ситуацією на Донбасі. Саме через процес девальвації зміни у розмірах активів Райффайзен Банк Інтернаціональ абсолютно протилежний, тобто спостерігається скорочення їх обсягів. Враховуючи ризики зовнішнього середовища, банк здійснював дуже обмежену кредитну діяльність. У результаті він перемістився із 5-ої на 7-му позицію рейтингу за чистими активами за системою станом на 01.31.2016 року.

Для повного розуміння ситуації проаналізуємо структуру пасивів, що представлена на рис. 4.

У структурі пасивів питома вага власного капіталу банку зросла з 13,12% у 2014 році до 17,99% у 2016 році. Це зумовлено збільшенням розміру статутного капіталу внаслідок докапіталізації з боку Райффайзен Банк Інтернаціональ

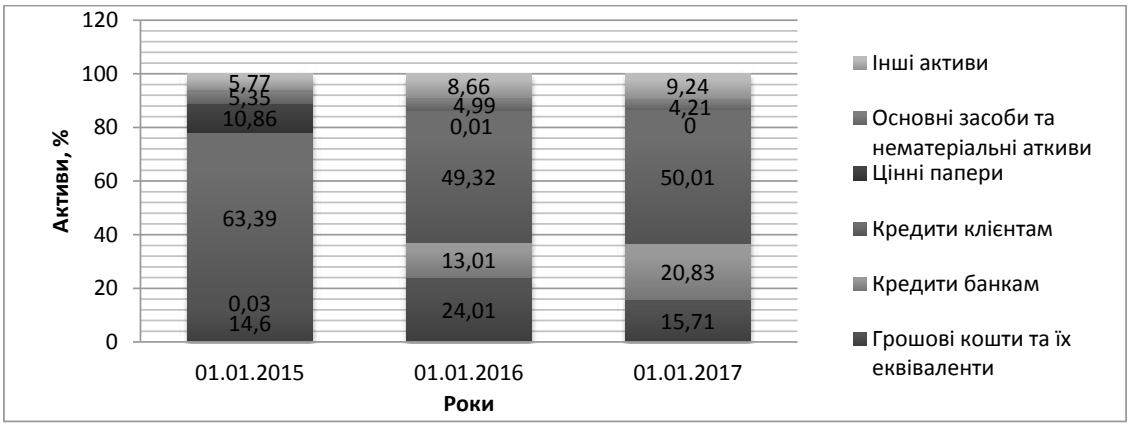


Рис. 3. Структура активів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» за період 2015-2017 рр., %

Таблиця 1

Рейтинг країн за розміром активів Райффайзен банк Інтернаціональ АГ у 2014-2016 рр.

№	Країна	Сукупні активи, млн євро			Темп приросту, %	
		На початок року:			2015-2016	2016-2017
		2015	2016	2017		
1.	Польща	13,729	14,504	12,055	5,65	(16,89)
2.	Словаччина	10,215	11,223	11,388	9,87	1,47
3.	Греція	8,794	9,265	11,966	5,36	29,15
4.	Угорщина	6,936	6,394	6,606	(7,81)	3,32
5.	Румунія	6,920	7,232	7,605	4,51	5,16
6.	Хорватія	4,647	4,616	4,689	(0,67)	1,58
7.	Болгарія	3,223	3,440	3,350	6,73	(2,62)
8.	Україна	2,481	2,039	1,999	(17,82)	(1,96)
9.	Албанія	1,976	2,120	2,002	7,29	5,57
10.	Боснія і Герцеговина	1,944	1,947	2,057	0,15	5,65
11.	Сербія	1,885	1,948	2,097	3,34	7,65
Усього активів	121,624	114,427	111,864	(5,92)	(2,24)	

Джерело: складено за [5, с. 27-31]

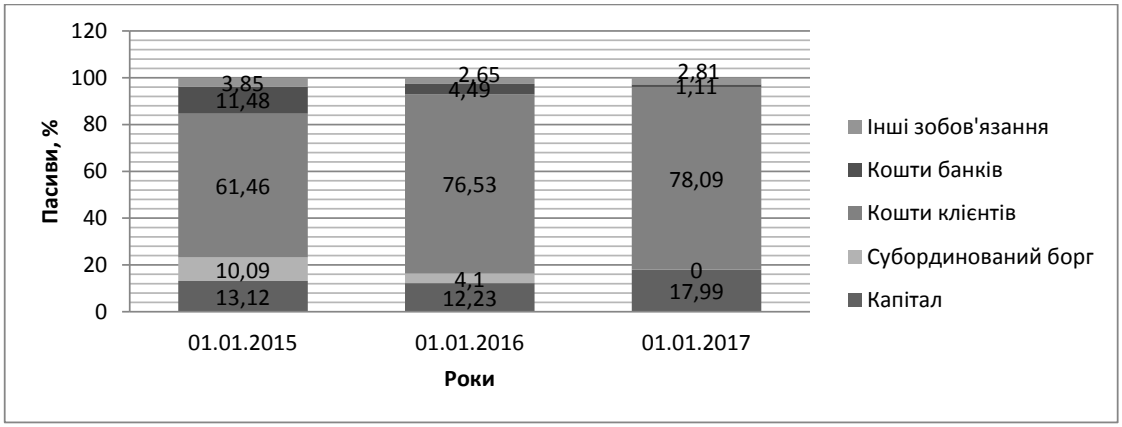


Рис. 4. Структура пасивів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль за період 2015-2017 рр., %

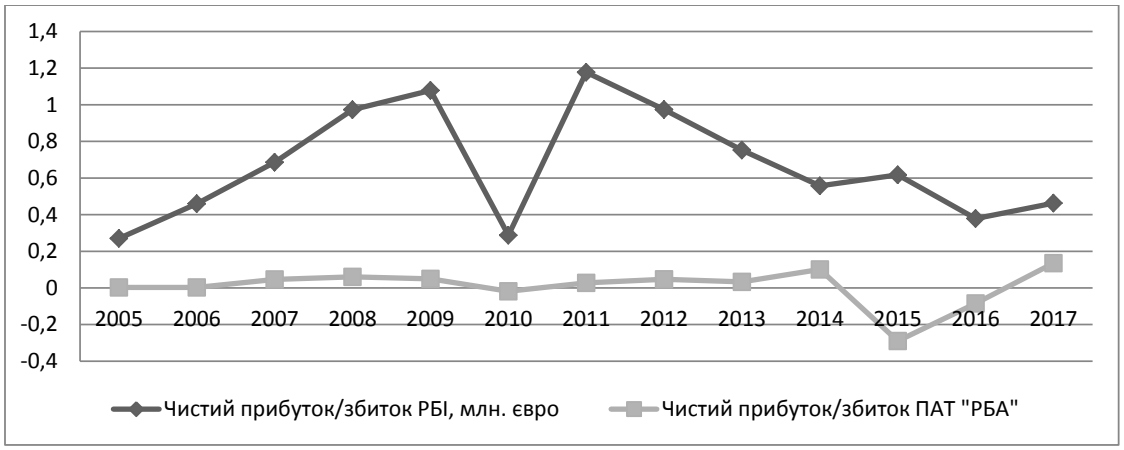


Рис. 5. Динаміка результату діяльності Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ та ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» у 2005-2017 рр.

і Європейського банку реконструкції та розвитку на суму 3,2 млрд грн. Виділення такої суми з боку материнської компанії безсумнівно значно збільшили її витрати, проте, на нашу думку, даний показник нормалізується за незначний проміжок часу. Частка субординованого боргу на кінець аналізованого періоду дорівнювала 0%, що свідчить про погашення кредитів отриманих раніше (до 2010 року) від ЄБРР. Подібну тенденцію мають кошти банків – їх частка скоротилася більше, як на 10%, і станом на 01.01.2017 року склала 1,11%. Проте, спостерігається ріст коштів клієнтів (фізичних та юридичних осіб), що сприяє росту ресурсної бази банку, зокрема, на початок 2017 року збільшилися більше, як на 9 млрд грн., що свідчить про підвищення довіри з боку населення саме до даного банку, інші зобов'язання не зазнали значних змін.

Отже, незважаючи на втрату ресурсів економікою країни, банку в 2015 році вдалося збільшити обсяг залучених коштів клієнтів 29 млрд грн. на противагу 27 млрд грн. роком раніше. Це відбулося в умовах кризи ліквідності банківської системи через втрату довіри населення до банків, яка призвела до значного відтоку коштів як юридичних, так і фізичних осіб із більшості банківських установ.

Зміни у структурі активів та пасивів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» були викликані як об'єктивними, так і суб'єктивними причинами, що зумовлені становищем банку як складової групи Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ загалом та економічною ситуацією в Україні зокрема.

З метою поглиблення аналізу впливу діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» на діяльність всієї групи проаналізуємо результати діяльності останньої та відповідно роль українського підрозділу в такому результаті. Динаміка чистого прибутку Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ та ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» у 2005-2017 рр. представлена на рис. 5.

З рисунку можна зробити наступні висновки: чистий прибуток міжнародної групи різко скоротився у 2010 році, що було пов'язано із наслідками світової фінансові кризи 2008 року, тобто зниження довіри до банків та активності залучення коштів. Як наслідок, незначний спад у 2010 році спостерігається і в українському банку.

Якщо говорити про результати діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», то найбільший розімр збитку за аналізований період спостерігався у 2015 році, що було зумовлено кризою, яка виникла у 2014 році (скорочення кількості філій внаслідок експансії Автономної Республіки Крим та частини Донецького регіону).

Для більш детального розуміння причин тих чи інших результатів діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» у 2015-2017 рр. розглянемо динаміку та структуру фінансового результату банку (табл. 2).

Причинами збитку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» у 2015 році можна вважати зростання витрат на формування значного обсягу резервів під неякісні активи (зросли у 6,4 рази), а також зростанням адміністративних витрат та збитком від переоцінки іноземної валюти. У 2016 році ситуація значно покращилася, що проявилося у скороченні обсягу збитку, а у 2017 році банк нормалізував свою діяльність та отримав позитивний результат діяльності. Негативний вплив мали лише адміністративні та інші операційні витрати, решта показників сприяли збільшенню прибутку.

Зазначимо, що у світовій практиці найпоширенішим показником щодо оцінювання ефективності роботи банку, який відображає внутрішню політику банку, здатність менеджменту ефективно управляти активами та пасивами банку з погляду доходів і витрат є показник рентабельності активів банку, який розраховується за наступною формулою [7, с. 41]:

$$ROA = \frac{\textit{Чистий прибуток / збиток}}{\textit{Чисті активи}} 100\% \quad (1)$$

Даний показник дозволяє оцінити ефективність активних операцій банку: який обсяг чистого прибутку банку припадає на кожну гривню, вкладену в його активи як фінансові (кредити фізичним і юридичним особам, міжбанківські кредити, цінні папери), так і не фінансові (основні засоби та нематеріальні активи). Його використання дає можливість оцінити ефективность вкладень банку в базу для формування прибутку його активів.

Тому, на нашу думку, для оцінки ступеня впливу діяльності українського банку на Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ доцільно використовувати саме рентабельність активів за міжнародною групою.

В якості показників за ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», що впливають на діяльність материнського банку, на нашу думку, доцільно взяти показник обсягу активів його української дочки. Він визначає частку банку на вітчизняному банківському ринку, а, отже, масштаби діяльності в Україні, які можуть регулюватися та визначатися загальною політикою банку, де містяться рекомендовані та допустимі напрямки росту активів, що можуть мати як позитивні, так і негативні сторони. Серед перших можна виділити розширення спрямованості вкладень коштів банку; зростання банківського прибутку; розширення спектра клієнтів, які обслуговуються в банку та зростання розміру майна банківської установи. Негативні включають зростання ризикованих та низькодохідних активів. Саме тому управління активами є одним із найважливіших та найскладніших завдань менеджерів банку.

З метою проведення попереднього емпіричного аналізу порівняємо тенденції динаміки рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ та обсягу активів українського банку (рис. 6).

Як свідчать дані рис. 6, динаміка досліджуваних показників має однакові тенденції на визначених проміжках часу:

– 2005-2008 рр. – можна побачити, що при рості активів українського банку, зростає й рентабельність активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ. На дані процеси значно вплинула світова фінансова криза 2008 року. Причинами кризової ситуації являються проблеми в економіці США, що виникли внаслідок різкого скорочення заощаджень, зростання обсягів дешевих кредитів, неадекватного споживання та спекуляцій на ринку ризикованих іпотечних цінних паперів, а оскільки власниками американських цінних паперів є центральні банки інших країн, то спрацював ефект «доміно». Бачимо, що наслідки кризи спричинили уповільнення росту рентабельності активів Райф-

Таблиця 2

Динаміка прибутку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» за період 2015-2017 рр., млн грн.

Складові прибутку	На початок року:		
	2015	2016	2017
Чистий процентний дохід	4825533	3968041	4926266
Чистий комісійний дохід	1630086	1879960	2126241
Прибутки/збитки від операцій з іноземною валютою	462299	473377	343457
Прибутки/збитки від переоцінки іноземної валюти	(2343380)	(1913552)	101397
Інші операційні доходи	330273	296682	244204
Витрати на формування резервів	(8343564)	(4918505)	158813
Адміністративні та інші операційні витрати	(3389267)	(3330037)	(3872149)
Усього чистий прибуток/збиток	(1367334)	(1439155)	3820644

Джерело: складено за [6, с. 36-38]

файзен Банк Інтернаціональ АГ та відповідно розміру активів українського банку, проте, вони все ж продовжували зростати, що свідчить про стійкість банку та його готовність до надзвичайних ситуацій.

– 2011-2017 рр. – падіння обсягів активів українського банку спричиняє відповідну динаміку рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ. Причиною є криза в економіці України 2014 року, що була спричинена великою кількістю чинників, які у поєднанні призвели мало не до дефолту економіки країни. Серед них можна виділити суспільно-політичні та морально-етичні чинники, а також відповідне макроекономічне підґрунтя. Розміри активів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» почали скорочуватися, внаслідок експансії Росією Автономної Республіки Крим і частини Донецького регіону. Проте, починаючи з 2015 року, ситуацію поступово вирівнюється.

При проведенні дослідження було встановлено, що аналіз як динаміки показника рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ, так і обсягу активів українського банку досить точно описується рівнянням третього ступеня:

$$y = 0{,}0029x^3 - 0{,}166x^2 + 1{,}7665x + 0{,}099,\ R^2 = 0{,}9044 \quad (2)$$

$$y = 0{,}0028x^3 - 0{,}0598x^2 + 0{,}2747x + 0{,}8009,\ R^2 = 0{,}7372 \quad (3)$$

Властивості полінома третього ступеня дозволяють виділити такі характерні риси тенденцій розвитку досліджуваних показників: по-перше, циклічний характер графіка функції, тобто в умовах стабільного розвитку економіки існування прямої залежності між обсягом активів вітчизняного банку та рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ; по-друге, наявність умовної точки перетину, що означає відсутність залежності між досліджуваними показниками у кризових умовах.

Зазначені риси дозволяють зробити припущення щодо неможливості побудови адекватної математичної моделі залежності рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ від обсягу активів українського банку на проміжку часу 2005-2017 рр. та потребують виділення двох окремих етапів дослідження: 2005-2008 рр. та 2011 р. по сьогодення.

Результати моделювання залежності рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ від обсягу активів українського банку за період 2005-2017 рр. викладено в табл. 3

Про тісноту кореляційних зв'язків між економічними змінними свідчить показник множинної кореляції R, який складає 0,99 та 0,83 у відповідних регресійних моделях, тобто зв'язок є достатньо тісним. Точність можна оцінити, проаналізувавши показник R-квадрат: у наведених рівняннях він дорівнює більше, ніж 0,5, саме тому точність побудованих моделей є високою. Fрозр. більше за Fкр. в обох випадках, тому з імовірністю 95%

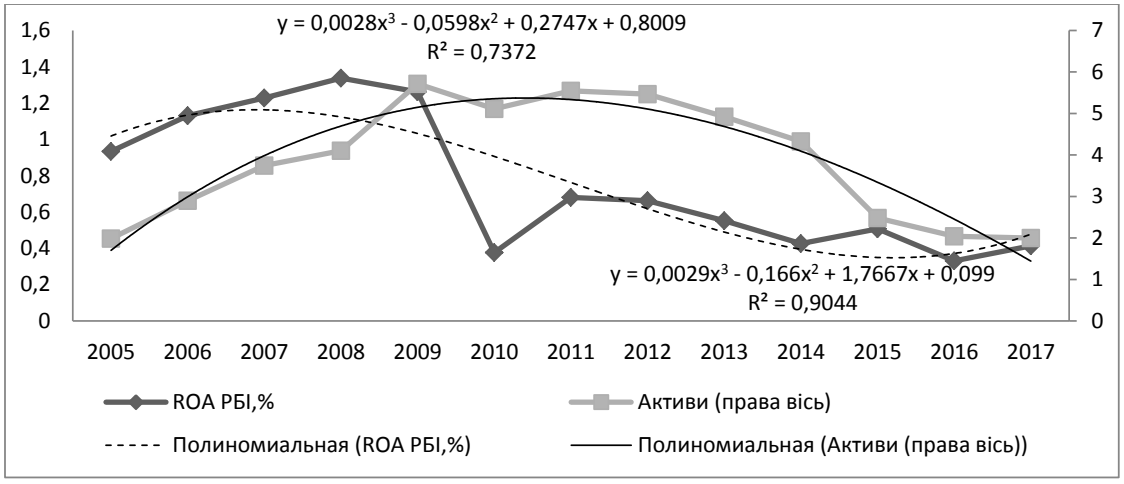


Рис. 6. Порівняльний аналіз динаміки показників рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ та обсягу активів українського банку за період 2005-2017 рр.

Таблиця 3

Оцінка математичних моделей залежності рентабельності активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ від обсягу активів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»

Період моделювання	Рівняння регресії	Статистичні параметри моделі			
		Показник множинної кореляції (R)	Точність (R-квадрат)	Критерій Фішера ($F_{кр.}$)	$F_{розр.}$
2005-2008	$y = 0{,}58 + 0{,}17x_1$	0,99	0,98	18,51	95,09
2011-2017	$y = 0{,}25 + 0{,}07x_1$	0,83	0,69	6,61	11,30

можна стверджувати, що моделі є надійними та значущими. Те ж саме підтверджується за окремими коефіцієнтами регресії за допомогою критерію Стьюдента. Отже, взаємозалежність між рентабельністю активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ та розміром активів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» є прямою, тобто зі збільшенням останнього показника прибутковість активів всієї групи зростатиме.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, дослідження показало, що ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» залишається стійким та надійним банком, який, незважаючи на всі кризові ситуації, здатен підтримувати довіру населення на високому рівні. ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» має сильний зв'язок зі своєю материнською структурою, що прослідковується при аналізі обох банків.

В якості результатів дослідження при виявленні прямої залежності між рентабельністю активів Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ та розміром активів ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» можна надати наступні рекомендації щодо діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»:

– основна увага менеджерів має приділятися збільшенню частки ринку, а, отже і структурі активів;

– переглянути систему оцінки кредитоспроможності потенційних клієнтів банку та більш відповідально формувати кредитний портфель з метою недопущення виникнення безнадійної заборгованості;

– удосконалити політику формування резервів та їх структуру.

Покращення показників діяльності ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» матиме позитивний вплив на фінансовий стан Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ, а також на банківську систему України та можливість виходу українських банків на світовий ринок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Голиков А. П. Международные экономические термины: словарь-справочник: учебное пособие / А. П. Голиков, П. А. Черномаз. – К.: Центр учебной литературы, 2008. – 376 с.

2. Поляков В. В. Мировая экономика и международный бизнес: учебник / В. В. Поляков, Р. К. Щенина. – 5-е изд., стереотип. – М.: 2008. – 681 с.

3. Оникова Е. В. Степень влияния ТНБ на рынок финансовых услуг [Электронный ресурс] / Е. В. Оникова, А. А. Хрысева // Universum : Экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. – 2013. – № 1 (1). – Режим доступа : http://7universum.com/ru/economy/archive/item/95 1

4. Радковская Н. П. Глобализация как новая тенденция развития банковского бизнеса / Н. П. Радковская // Финансы и кредит. – 2006. – № 3. – С. 12–15.

5. Звітність та фінансові результати Райффайзен Банк Інтернаціональ АГ: [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://www.rbinternational.com

6. Звітність та фінансові результати Райффайзен Банк Аваль: [Електронний ресурс]: Режим доступу: https://www.aval.ua.

7. Жердецька Л.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Аналіз банківської діяльності» – Одеса: ОДЕУ, 2010. – 90 с.

REFERENCES:

1. Golikov A. P. Mezhdunarodnye ekonomicheskie terminy: slovar'-spravochnik: uchebnoe posobie / A. P. Golikov, P. A. Chernomaz. – K.: Tsentr uchebnoy literatury, 2008. – 376 s.

2. Polyakov V. V. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyy biznes: uchebnik / V. V. Polyakov, R. K. Shchenina. – 5-e izd., stereotip. – M.: 2008. – 681 s.

3. Onikova E. V. Stepen' vliyaniya TNB na rynok finansovykh uslug [Elektronnyy resurs] / E. V. Onikova, A. A. Khryseva // Universum : Ekonomika i yurisprudentsiya : elektron. nauchn. zhurn. – 2013. – № 1 (1). – Rezhim dostupa : http://7universum.com/ru/economy/archive/item/95 1.

4. Radkovskaya N. P. Globalizatsiya kak novaya tendentsiya razvitiya bankovskogo biznesa / N. P. Radkovskaya // Finansy i kredit. – 2006. – № 3. – S. 12–15.

5. Zvitnist ta finansovi rezultaty Raiffaizen Bank Internatsional AH: [Elektronnyi resurs]: Rezhym dostupu: https://www.rbinternational.com

6. Zvitnist ta finansovi rezultaty Raiffaizen Bank Aval: [Elektronnyi resurs]: Rezhym dostupu: https://www.aval.ua.

7. Zherdetska L.V. Opornyi konspekt lektsii z dystsypliny «Analiz bankivskoi diialnosti» – Odesa: ODEU, 2010. – 90 s.

Onyshchenko Yu.I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Banking
Odesa National Economic University
Stremeniuk M.M.
Student at Department of Credit Economics
Odesa National Economic University

EVALUATION OF RAIFFEISEN BANK AVAL ACTIVITY IN THE INTERNATIONAL CAPITAL MARKET

In the article the evaluation of Raiffeisen Bank Aval activity in the international capital market are made. Raiffeisen Bank Aval is a subsidiary of the Austrian Raiffeisen Bank International and has been chosen as a typical representative of transnational banks in Ukraine. Major shareholders of Ukrainian bank are the European Bank for Reconstruction and Development (30.00%) and Raiffeisen Bank International AG (68.28%).

Firstly, the structure of Raiffeisen Bank International AG assets was analysed to assess the impact of Raiffeisen Bank Aval on its parent bank. In the period 2016-2017 there was reduction in assets in a subsidiary bank of Poland (16.89%), Bulgaria (2.62%) and Ukraine (1.96%).

Secondly, the analysis of Raiffeisen Bank Aval asset structure was conducted to identify main reasons of its asset resizing. Assets of Raiffeisen Bank Aval during 2015-2017 were growing, but it was not due to natural growth, it was the result of currency devaluation and deterioration of the economic situation in Ukraine. Also structural analyses of key performance ratios of Raiffeisen Bank Aval are conducted.

Thirdly, the direct dependence between Raiffeisen Bank International AG profitability and asset size of its Ukrainian daughter was identified. As the resulting index was elected indicator «return on assets» which reflected the internal policy of the bank, the ability of management to effectively manage assets and liabilities in terms of income and expenditure. So the more Raiffeisen Bank Aval share on Ukrainian banking market, the more such indicator of Raiffeisen Bank International AG profitability as return on assets. The stability of Ukrainian bank to crises of different levels (internal and external) is shown.

Recommendations for improving the functioning of Raiffeisen Bank Aval are given.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІРИНГОВОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ
PROSPECTS PEER LENDING UKRAINE

УДК 336.7

Петрівський О.О.
аспірант кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університет технологій та дизайну

У статті розкрито суть пірингового кредитування, його значення в умовах розвитку галузі фінтех. Показано стан розвитку даного виду кредитування у світі та Україні зокрема. Проаналізовано його вплив на банківський сектор, перспективи розвитку та взаємодії з традиційними фінансовими установами. Доведено, що при правильній взаємодії, банки та p2p-ресурси можуть працювати на взаємовигідних умовах, не конкуруючи, та сприяючи розвитку і збільшенню прибутковості один одного завдяки такого роду співпраці.

Ключові слова: *пірингове кредитування, p2p, фінтех, банки, платформи онлайн-кредитування.*

В статье раскрыта сущность пирингового кредитования, его значение в условиях развития отрасли финтех. Показано состояние развития данного вида кредитования в мире и в частности Украине. Проанализировано его влияние на банковский сектор, перспективы развития и взаимодействия с традиционными финансовыми учреждениями. Доказано, что при правильном взаимодействии, банки и p2p-ресурсы могут работать на взаимовыгодных условиях, а не конкурируя, и способствуя развитию и увеличению прибыльности друг друга благодаря такого рода сотрудничеству.

Ключевые слова: *пиринговое кредитование, p2p, финтех, банки, платформы онлайн-кредитования.*

The article reveals the essence of peer lending, its importance in the development of the industry fintech. The state of this type of lending in the world and in Ukraine in particular is shown in the article. There is also analysis of its impact on the banking sector, prospects and interaction with traditional financial institutions. It has been proved that with proper interaction between banks and P2P resources can work on mutually beneficial terms, not competing and contributing to the development and increase each other's profitability through such cooperation.

Key words: *peer lending, P2P, finteh, banks, online lending platform.*

Постановка проблеми. Аналізуючи тенденції розвитку фінансового сектору на сьогоднішній день, стає все очевидніше, що фінансові операції все більше переходять в онлайн-простір, створюючи таким чином нові альтернативні канали продажу традиційних банківських продуктів, видозмінюючи та міняючи концепцію більшості з них. Поява різного роду фінтех-компаній створює серйозну альтернативу традиційному банкінгу – практично кожна банківська послуга представлена на ринку окремою фінансовою компанією чи онлайн-ресурсом, які, як правило, пропонують клієнтам більш прості, дешевші та вигідніші умови співпраці. Крім того, для клієнта, крім вигідніших умов, це ще й зручність, мобільність, можливість здійснення потрібних операцій практично миттєво, без зайвої банківської бюрократії, в онлайн-режимі користуючись персональним комп'ютером чи мобільним телефоном.

Зокрема, через такого роду компанії, на відміну від банків, набагато простіше і дешевше оформити кредит. Одним із різновидів таких онлайн-кредитів є пірингове (p2p) кредитування. Саме цей вид кредитування набуває останнім часом популярності, як власне і сама концепція p2p. Завдяки своїм прозорим умовам у поєднанні з високими відсотками для інвесторів та низькими для позичальників у порівнянні з ринком інвестицій чи банківських кредитів цей вид кредитування має стабільну динаміку розвитку ще з посткризового періоду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням аспектів управління розвитком кредитування присвячені праці таких вчених, як: С.А. Демінського, О.Л. Лаврика, К.Д. Лапшина, О.М. Паливоди, Ю.М. Петрушенко, Н. Чена, А. Гоша, Н.С. Ламберта та інших науковців.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз розвитку пірингового кредитування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пірингове кредитування в Україні тільки починає розвиватися тому потребує вивчення, оскільки воно володіє величезним потенціалом і може зіграти дуже важливу роль у перезапуску ринку кредитування в умовах, коли з одного боку на руках у населення перебуває значна грошова маса, яку можна інвестувати, з іншого боку, коли банківська система практично не здатна кредитувати.

Система p2p, або як її ще називають, пірингова система (від англ. peer-to-peer – рівний до рівного) – це мережа, взаємодія, принцип якої заснований на рівноправ'ї учасників системи.

P2P-кредитування (рівноправне кредитування) – спосіб позики грошей жодним чином не пов'язаним між собою особам чи «рівноправним сторонам» без залучення традиційного фінансового посередника, як то банку чи іншого звичайного фінансового інституту. Позики надаються онлайн на веб-сайтах спеціальних кредитних організацій через різноманітні платформи кредитування та інструменти перевірки кредитоспроможності. Більшість таких кредитів відносяться до незабезпечених особистих позик, тобто позичальники не надають заставу по отриманим кредитам [1]. Відсоткова ставка встановлюється позикодавцями в рамках так званого зворотного аукціону, встановлюючи найнижчу ставку, або ж визначається компанією-посередником за результатами оцінки позичальника. Позичальникам,

які за результатами оцінки мають більший відсоток ризику дефолту за платежами, присвоюють більш високі відсоткові ставки за позиками. Таким чином, що більш ризиковим є клієнт, то більшу відсоткову ставку за кредитом він буде сплачувати, і відповідно, що більш потенційно надійнішим є позичальник, то менший відсоток встановлюється за кредитом. З іншого боку, для позикодавця це виглядатиме наступним чином: що більше ризикована позика (інвестиція), то вона дохідніша, і що більше поміркований ризик, то менший відсоток прибутку вона даватиме. Онлайн-ресурси, завдяки яким відбуваються такого роду позики, отримують свій дохід за рахунок стягнення одноразової комісії з позичальників за надання кредиту, а також встановлюють для інвесторів плату за обслуговування кредиту, котра або є фіксованою, або виражається у відсотках від суми позики. Однією з особливостей взаємодії тандему інвестор-ресурс-позичальник є максимально прозорі умови – такого поняття, як приховані комісії, не існує, всі правила максимально прості і зрозумілі. У результаті автоматизації даних послуг поточні витрати онлайн ресурсів знижуються і їх обслуговування в підсумку виходить значно дешевше, ніж надання аналогічних послуг традиційними фінансовими інститутами [2]. Це у свою чергу дає можливість позичальникам отримувати кошти під менший відсоток, а інвесторам отримувати більш високі доходи. Платформа не приймає на себе ніяких ризиків на випадок дефолту за платежами, оскільки вона не приймає кошти від інвесторів, вони напряму взаємодіють з позичальниками за допомогою даного онлайн ресурсу. Для отримання кредиту позичальник заповнює спеціальну форму, підтверджує свою кредитну історію, вказує скільки йому потрібно грошей та на які цілі. Позикодавці у свою чергу вирішують, яку суму кожен з них готовий інвестувати в даного позичальника. Як тільки кредитна заявка збирає необхідну суму, гроші перераховуються позичальнику, а він починає виплати згідно отриманого графіка погашення платежів. Кредитори мають можливість вкладати свої кошти в кількох позичальників, диверсифікуючи таким чином свої інвестиції (рис. 1). Позичальники у свою чергу, як правило, отримують кредит, наданий кількома кредиторами одночасно (рис. 2).

У міру користування кредитами на певному онлайн-ресурсі в позичальника створюється свій рейтинг, який базується на історії взаємодії з іншими учасниками на даному сервісі. Рейтинг позичальника залежить від кількості наданої ним інформації, кількості проведених угод, якості погашення позик(наявність або відсутність прострочених платежів, погашення кредиту раніше терміну тощо). Чим більше разів позичальник користується послугою отримання кредиту на даному майданчику і чим сумлінніше виконує свої боргові

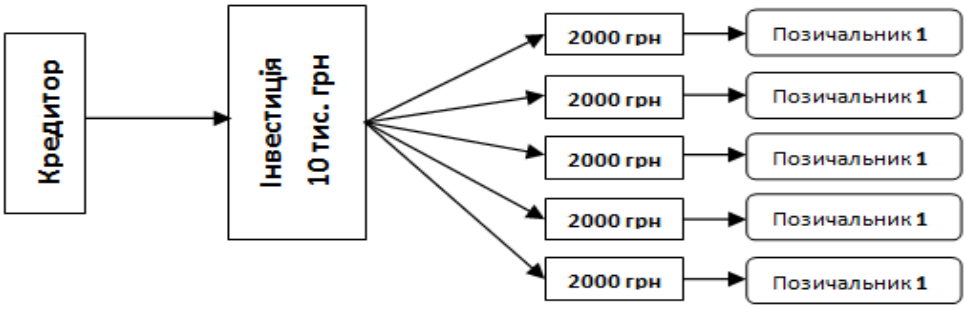


Рис. 1. Диверсифікація коштів кредиторів

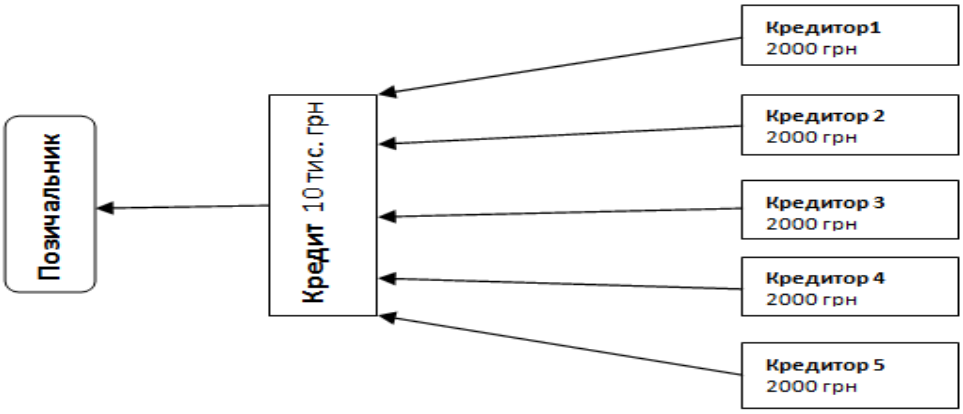


Рис. 2. Кредит, наданий кількома кредиторами одночасно

зобов'язання, тим вищий рейтинг він матиме. Відповідно, чим частіше клієнт порушує терміни внесення платежів та умови, тим нижчий його кредитний рейтинг.

Для позичальника дана система кредитування пропонує практично одні плюси:

- на порядок нижча відсоткова ставка за кредитом;
- прозорість умов. Відсутність прихованих платежів та комісій;
- набагато лояльніші умови отримання позики в порівнянні з традиційними фінансовими інститутами. Дана позика може бути тією, яку б позичальник не отримав би в банку чи кредитній організації.

Для вкладника перевагою є більш висока прибутковість в порівнянні з депозитом, та іншими низькоризиковими інструментами інвестицій. Крім того, вкладник має можливість сам визначати ступінь ризику та прибутковості за своїми інвестиціями.

Першою компанією, що представила ринку концепцію p2p-кредитування, вважається британська компанія Zopa, яка вийшла на ринок у 2005 році, та запропонувала перші пірингові позики у Великобританії. Уже після першого року роботи компанії, об'єм кредитів складав 278 млн фунтів стерлінгів, а число клієнтів – більше 5 тисяч. У 2006 році в США були створені аналогічні сервіси під назвами Prosper та Lending Club.

По справжньому свій розвиток даний напрям отримав після фінансової кризи 2008 року [3]. Річ у тім, що з початком кризи, настав кінець ері легких грошей, коли такі механізми, як p2p, були просто не потрібні, оскільки отримати кредит міг практично будь-хто, а на вартість отриманих грошей, як правило, ніхто не звертав уваги. З настанням фінансової кризи, отримати кредит стало значно важче, а для деяких категорій позичальників часом практично не можливо. У багатьох країнах, у першу чергу в США, банки різко змінили кредитну політику – вимоги до позичальників стали набагато жорсткішими та й самі позичальники почали рахувати кошти, приділяти увагу вартості позик. Крім того, закон Додда-Франка, що був прийнятий 21.07.2010 з метою зниження ризиків американської фінансової системи, додав цілий ряд обмежень у сектор кредитування. Це був ще один поштовх для розвитку p2p-кредитування. Оскільки банки, крім того, що мали проблеми з ліквідністю, ще й змушені були запровадити цілий ряд обмежень і додаткових вимог до позичальників, а попит на кредити тим не менше залишався, для багатьох позичальників пірингове кредитування стало чудовою альтернативою. Маючи всі необхідні передумови для розвитку в період кризи, даний вид кредитування продовжує свій стрімкий розвиток і сьогодні, про що свідчать статистичні дані як по галузі в цілому, так і по окремих компаніях-лідерах ринку даної індустрії.

Тільки з 2012 по 2016 ринок пірингового кредитування виріс з 1,2 млрд до 64 млрд доларів, і за прогнозами аналітиків, до 2025 року об'єм даного ринку зросте до 1 трлн доларів. Один з лідерів галузі американська компанія Lending Club на момент написання статті має капіталізацію в 2,08 млрд доларів, а об'єм виданих кредитів тільки за три квартали 2016 року сягнув 6 млрд доларів. Британська компанія Zopa з початку роботи в 2005 році, видала кредитів на суму більше 2,15 млрд фунтів стерлінгів більш, ніж 233 тисячам клієнтів. За 2016 рік видано кредитів на суму 670 млн фунтів стерлінгів. На майданчику в якості позикодавців беруть участь більше 59 тисяч інвесторів.

Окремо варто виділити китайський ринок p2p-кредитування. У 2016 році в Китаї відбувся справжній бум у розвитку галузі фінтех загалом, та пірингового кредитування зокрема. Серед передумов розвитку китайського ринку p2p стало бажання уникнути заборон і обмежень, які останні кілька років активно впроваджує на фінансовому ринку китайський уряд. На даний момент на ринку Китаю функціонує більше 4 тисяч платформ, що надають послуги p2p кредитування. Відсутність регулювання і обмежень даного виду діяльності дало значний поштовх для розвитку даного напряму. Ринок ріс безпрецедентними темпами, однак, відсутність регуляції з боку контролюючих органів створив дуже сприятливий ґрунт для шахрайських дій на ринку. Була створена велика кількість фінансових пірамід, які під виглядом p2p компаній виманювали гроші в інвесторів і через деякий час зникали. З іншого боку такі платформи стали ще одним джерелом легкої наживи для неблагонадійних позичальників – уже на кінець 2015 року більше третини позичальників являлись проблемними. У серпні 2016 банківський регулятор Китаю опублікував постанову, яка значно обмежує можливості шахрайських дій як з боку p2p ресурсів, так і позичальників. Зокрема, у ній йдеться про те, що клієнт через p2p платформу може взяти в кредит максимум 200 тисяч юанів (близько 30 тисяч доларів США), а через декілька p2p платформ максимум 1 млн юанів (близько 155 тис доларів США). Крім того, ресурси, що надають послуги p2p, зобов'язані тримати свої грошові фонди в банківських установах. Постанова банківського регулятора значно сповільнила темпи розвитку даного сектору – багато ресурсів, що надавали кредити взагалі закрились, проте, таким чином був запущений механізм очищення галузі як від недобросовісних позичальників, так і від шахраїв, що виманювали гроші у довірливих інвесторів.

На фоні стрімкого розвитку пірингового кредитування у світі дуже часто можна зустріти в статтях і публікаціях оптимістичні прогнози, що воно поховає банки як такі, оскільки p2p-майданчики відбирають у банків основну статтю доходу –

різницю відсотків за залученими депозитами та виданими кредитами. Давайте розберемось, на скільки серйозну загрозу для банків становить p2p-кредитування, які відносини між банками та пірінговими компаніями на даний момент, і якими вони можуть стати в недалекому майбутньому.

Банки дійсно надто довго спочивали на лаврах завдяки своєму домінуючому статусу на ринку фінансових послуг. Банківські технології, канали продажу і навіть продукти в переважній більшості відстають від розвитку технологій у принципі та галузі фінтеху зокрема. Тому дуже часто з появою принципово нового продукту чи альтернативного каналу продажів він довгий час залишається законодавчо не врегульованим, не має певних стандартів роботи і відповідно дуже часто такого роду інновації залишаються поза контролем банківської системи, що певною мірою негативно відбивається на роботі банківської системи. І мова не тільки про те, що система втрачає частину комісійних доходів, а й про те що система тепер не може повною мірою контролювати грошовий обіг, оскільки вона не контролює грошові потоки, що обертаються в такого роду інноваційних розробках фінтеху.

Безумовно, представники банківського сектору вивчають пірингове кредитування, як явище, та уважно спостерігають за його розвитком. Вивчаючи даний вид кредитування, варто згадати про те, що на фінансовому ринку довгий час існує такий напрям, як мікрокредитування. Це переважно короткострокові високомаржинальні кредити на невеликі суми. Крім того, досить успішно працюють на ринку компанії, що надають кредити в онлайн режимі. Клієнт заповнює на сайті заявку на кредит, проходить певну перевірку і в разі погодження отримує кошти на картку. Чи становлять згадані компанії загрозу для банківського бізнесу? Ринки мікрокредитування та онлайн-кредитів працюють досить тривалий час, проте, ніхто з представників банківської системи всерйоз не піднімав питання стосовно загрози банківському сектору діяльності таких компаній. Кожен з цих видів споживчого кредитування знайшов свою нішу на ринку, свій профіль клієнта. Безумовно, p2p-кредитування має ряд переваг як перед класичним банківським споживчим кредитуванням, так і перед мікро- і онлайн кредитуванням. Це в першу чергу на порядок менший відсоток за кредитом, а також швидкість і простота оформлення. Однак, система має також свої недоліки, зокрема, обмеженість ресурсів, основною причиною чого є те, що інвестиції в пірингове кредитування є більш ризикованими і менш захищеними, навіть не зважаючи на те, що значна частина майданчиків, що надають кредити, співпрацюють з колекторськими компаніями, пропонують інвесторам різного роду страховки, на випадок дефолту платежів позичальника тощо. Тим не менше, у процесі вивчення пірингового кредитування, все більше банкірів бачать у ньому не загрозу, а навпаки, додатковий ресурс для збільшення доходів[4]. Ринок онлайн- і мікрокредитування фактично не конкурує, а задовольняє попит, який не може бути задоволений банківськими кредитами. За рівнем доступності, онлайн- і мікрокредити так само, як і p2p, однаково доступні для клієнта, націлені приблизно на однаковий профіль клієнта, мають приблизно однаковий середній чек кредиту, в чому виграють пірингові кредити – це відсоткова ставка і прозорість умов. Тому p2p кредити це серйозний конкурент саме для ринків мікро і онлайн кредитування. І банки це розуміють. Деякі банки заключають партнерські відносини з певними ресурсами як пірингового, так і онлайн- з мікрокредитуванням. Для прикладу, американський банк JP Morgan Chase у грудні 2015 року оголосив про стратегічне партнерство з компанією, що займається онлайн-кредитуваннням Ondeck, у квітні того ж року швейцарський банк Credit Suisse інвестував кошти в американську пірингову компанію Prosper. Американський Goldman Sachs у 2016 році запустив власну онлайн платформу споживчого кредитування Marcus, яка за відсотковими ставками успішно конкурує з такими американськими лідерами ринку p2p, як Lending Club і Prosper, та за оцінками американських аналітиків, має великі шанси на успіх [5].

Чому банки співпрацюють з пірінговими компаніями та створюють власні аналогічні майданчики? Відповідь полягає в тому, що, крім очевидної відсталості в фінтех-напрямі, банки скуті своєю існуючою бізнес-моделлю, а також більш жорстким регулюванням з боку центральних банків, тому, створюючи певний симбіоз з компаніями такого роду, банки створюють собі більш гнучкі умови для розвитку та збільшення прибутку, переймаючи певні технологічні рішення, зменшуючи поточні витрати на певні операції, та опосередковано приймаючи певну участь у діяльності, яку не можуть вести самі в силу певних обмежень з боку регулятора та неврегульованості на законодавчому рівні певних продуктів. Крім того, банки, як правило, мають прибуток у вигляді комісій за транзакції, а також отримують доступ до додаткової бази клієнтів, яким потенційно можна продати ряд банківських продуктів і послуг. Компанії у свою чергу отримують доступ до великого обсягу грошових ресурсів банку. Участь банків у даних ресурсах дає певні позитивні сигнали для інвесторів: останні вважають, якщо в цьому бере участь банківська установа, значить компанія є більш надійною в порівнянні з тими, що не мають відношення до банків.

Тому судячи з того, яким чином сьогодні банківські установи вибудовують взаємовідносини з ринком p2p, можна зробити однозначний висно-

вок, що майбутнє цього ринку лежить у тісній інтеграції з дешевими та надійними джерелами банківського капіталу для нарощення видачі кредитів. У класичному вигляді пірингова модель кредитування має створювати альтернативу банку і не припускає його участі у процесі. Взаємовідносини між людьми регламентуються не банківським законодавством, а Цивільним кодексом. Система p2p є тим ресурсом, що дозволяє позичати один одному кошти, знаходячись у площині цивільного кодексу, і не заходячи на територію банківського законодавства. Таким чином, p2p ресурси по суті звільняються від потреби дотримуватися вимог фінансово регулятора. У крайньому разі до тих пір, поки цей регулятор не починає контролювати даний напрям. Питома вага p2p кредитів на ринку споживчого кредитування України мізерна [6]. Цей ринок у нас фактично не розвивається. При чому український ринок має сприятливі умови для цього: в Україні сформований досить непоганий ринок мікрокредитування – враховуючи схожість параметрів продукту та значно нижчий відсоток у p2p – це потенційні клієнти ринку пірингового кредитування, а також в Україні досить добре розвинена система карткових платежів. Тим не менше, якоїсь значної динаміки росту ринку p2p у нас не спостерігається. Причин тому декілька. З одного боку, клієнти ще не звикли оформлювати позики в онлайн-режимі, а враховуючи високий рівень недовіри населення до фінансових установ, в онлайн позичальники масово підуть ще не скоро. Клієнту необхідно бачити, з ким він заключає договір, власне підписати його, щоб у випадку виникнення спірних ситуацій, клієнт розумів, до кого конкретно йому звернутись. Така логіка – це наслідки стійкого стереотипу, що кредитор практично завжди ошукує позичальника, різними шляхами намагаючись ввігнати останнього у боргову кабалу. З іншого боку, враховуючи тотальну недовіру серед населення до фінансової системи в Україні, кількість бажаючих нести кошти в банк на депозит на даний час мінімальна, а тим більше нести в фінансову компанію, яка на відміну від того ж банку, не гарантує повернення коштів взагалі. Тим не менше, згідно заяви голови НБУ Валерії Гонтаревої від грудня 2016 року, об'єм ринку p2p кредитів в Україні сягнув 5 млрд гривень[7]. На скільки ця цифра відповідає дійсності, сказати важко, оскільки офіційної статистики динаміки даного ринку в Україні немає. Стосовно того, скільки в Україні на сьогоднішній день існує майданчиків p2p, теж сказати важко, оскільки якихось точних даних, на які можна було б опиратись в даному дослідженні, теж поки що немає. Результат пошуку в інтернеті дав наступні ресурси: «Сім Зірок», «Ukredit». З 28.03.2017 на ринку стартує ресурс «MOCash». Очевидно цим і обмежується ринок пірингового кредитування в Україні.

Висновки з проведеного дослідження. P2p-кредитування – певний альтернативний різновид кредитування та мікроінвестицій. Основними умовами даного виду кредитування є прозорість умов, низька і варіативна відсоткова ставка для позичальника та більш висока ставка для інвестора в порівнянні з банківськими депозитами. Особливістю є взаємодія інвестора з позичальником: інвестор сам вибирає, кого з позичальників і на яку суму він готовий кредитувати. P2p-кредитування набуває все більшої популярності у світі, об'єми видачі кредитів невпинно зростають, збільшується кількість майданчиків, що надають такі послуги. На сьогоднішній день ринок p2p-кредитування в Україні можна сказати перебуває в зародковому стані. НБУ уважно вивчає даний ринок і розроблює певні норми і рекомендації для безпечного і ефективного функціонування даного ринку в Україні. Національний банк має розуміння того, що при правильному підході з боку регулятора до даного ринку він може справити дуже позитивний ефект на розвиток економіки країни. На сьогоднішній день внаслідок недовіри до банківської системи на руках у населення знаходяться значні об'єми коштів, які завдяки таким ресурсам, як p2p-кредитування, можна спрямувати в економіку, що у свою чергу значно вплине на економічний розвиток країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Asma A. "Zidisha Set to "Expand" in Peer-to-Peer Microfinance" [Електронний ресурс] / Asma Aziz // Microfinance Focus (February, 2010). – Режим доступу : http://www.microfinancefocus.com/news/2010/02/07/zidisha-set-to-expand-in-peer-to-peer-microfinance-julia-kurnia.

2. Петрушенко, Ю. М. Новітні підходи до фінансування розвитку місцевих громад: від реконізму до P2P-кредитування [Текст] / Ю. М. Петрушенко // Вісник Української академії банківської справи. – 2014. – № 1 (36). – С. 90-94.

3. Jones R. The major peer-to-peer lenders [Електронний ресурс] / Rupert Jones // The Guardian (15 February, 2014). – Режим доступу: http://www.theguardian.com/money/2014/feb/15/major-peer-to-peer-lenders profiled.

4. Паливода О.М. Стратегічна кооперація банків на ринку споживчого кредитування / О.М. Паливода, К.Д. Лапшина // Економіка та держава. – 2015. – № 7. – С. 74–77.

5. Auctions for Social Lending: A Theoretical Analysis / [N. Chen, A. Ghosh, N.S. Lambert] // Research Paper No. 2078. – Stanford: Graduate School of Business, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gsbapps.stanford.edu/researchpapers/library/RP2078.pdf.

6. Демінський С.А. Як трансформувалося P2P-кредитування в Україні / С.А. Демінський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://news.finance.ua/ua/news/-/371527/sergij-deminskyj-yak-transformuvalosya-r2rkredytuvannya-v-ukrayini.

7. Ринок P2P-кредитування в Україні досяг 5 млрд. грн. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ufi.net.ua/ua/novyny-rynku/256-rynok-p2p-kredytuvannia-v-ukraini-dosiah-5-mlrd-hrn-svitovyi-rynokotsiniuiut-v-usd-64-mlrd.

REFERENCES:

1. Asma A. “Zidisha Set to “Expand” in Peer-to-Peer Microfinance” [Elektronnyi resurs] / Asma Aziz // Microfinance Focus (February, 2010). – Rezhym dostupu : http://www.microfinancefocus.com/news/2010/02/07/zidisha-set-to-expand-in-peer-to-peer-microfinance-julia-kurnia.

2. Petrushenko, Yu. M. Novitni pidkhody do finansuvannia rozvytku mistsevykh hromad: vid rekonizmu do P2P-kredytuvannia [Tekst] / Yu. M. Petrushenko // Visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy. – 2014. – # 1 (36). – S. 90-94.

3. Jones R. The major peer-to-peer lenders [Elektronnyi resurs] / Rupert Jones // The Guardian (15 February, 2014). – Rezhym dostupu: http://www.theguardian.com/money/2014/feb/15/major-peer-to-peer-lenders profiled.

4. Palyvoda O.M. Stratehichna kooperatsiia bankiv na rynku spozhyvchoho kredytuvannia / O.M. Palyvoda, K.D. Lapshyna // Ekonomika ta derzhava. – 2015. – # 7. – S. 74–77.

5. Auctions for Social Lending: A Theoretical Analysis / [N. Chen, A. Ghosh, N.S. Lambert] // Research Paper No. 2078. – Stanford: Graduate School of Business, 2011 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://gsbapps. stanford.edu/researchpapers/library/RP2078.pdf.

6. Deminskyi S.A. Yak transformuvalosia R2R-kredytuvannia v Ukraini / S.A. Deminskyi [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://news.finance.ua/ua/news/-/371527/sergij-deminskyj-yak-transformuvalosya-r2rkredytuvannya-v-ukrayini.

7. Rynok P2P-kredytuvannia v Ukraini dosiah 5 mlrd. hrn. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://ufi.net.ua/ua/novyny-rynku/256-rynok-p2p-kredytuvannia-v-ukraini-dosiah-5-mlrd-hrn-svitovyi-rynokotsiniuiut-v-usd-64-mlrd.

Petrivskyi O.O.
Postgraduate Student at Department of Economic Cybernetics and Marketing
Kyiv National University of Technologies and Design

PROSPECTS PEER LENDING UKRAINE

Analysing the trends of the financial sector today, it is becoming clear that financial transactions are increasingly moving into the online space, creating a new alternative sales channels of traditional banking products, modifying and changing concept of most of them. The emergence of various kinds fintech companies poses a serious alternative to traditional banking - virtually every banking service presented on the market of certain financial company or an online resource that usually provide a simpler, cheaper and more favourable conditions for cooperation. In addition, except for the client more favourable conditions, it is also a convenience, mobility, possibility of required operations almost instantaneously, without excessive bureaucracy banking, online mode using a personal computer or a mobile phone.

That's why this kind of company, unlike banks, is much easier and cheaper to get credit. One of the varieties of online loans is peer (P2P) lending. Of lending which became popular in recent years as their own and the concept of P2P. Thanks to its transparent conditions combined with high interest rates for investors and low for borrowers compared to market investments or bank loans, this type of lending has stable dynamics of development since the post-crisis period.

ЗАСТОСУВАННЯ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

USING THE GLOBAL TRENDS OF FINANCE THE SOCIAL SPHERE IN UKRAINE

УДК 347.73:364.05

Пріхно І.М.
к.е.н., доцент кафедри фінансів
Черкаський державний технологічний університет

У статті досліджено основні соціально-економічні індикатори рівня життя населення в Україні. Виявлено негативні риси, притаманні системі соціального захисту в Україні. Доведено, що в Україні надзвичайно низький рівень соціального захисту й соціального забезпечення. Проаналізовано зарубіжний досвід функціонування соціальної сфери, зокрема, її фінансове забезпечення. На основі дослідження функціонування соціальної сфери в зарубіжних країнах, запропоновано позитивні моменти, які можна застосувати в Україні.

Ключові слова: *соціальна сфера, соціальне забезпечення, соціальний захист, фінансування, фінансове забезпечення, зарубіжні країни.*

В статье исследованы основные социально-экономические индикаторы уровня жизни населения в Украине. Выявлено черты, присущие системе социальной защиты в Украине. Доказано, что в Украине очень низкий уровень социальной защиты и социального обеспечения. Проанализирован зарубежный опыт функционирования социальной сферы, в частности ее финансовое обеспечение. На основе исследования функционирования социальной сферы в зарубежных странах, предложено положительные моменты, которые можно применить в Украине.

Ключевые слова: *социальная сфера, социальное обеспечение, социальная защита, финансирование, финансовое обеспечение, зарубежные страны.*

This article explores the main social-economic indicators of living standards in Ukraine. The negative features in the system of social protection in Ukraine were founded. It was proved that the level of social protection and social security in Ukraine was extremely low. The foreign experience of social sphere, in particular its financial support, was analyzed. Based on the research of social functioning in foreign countries it was offered the positive aspects that can be applied in Ukraine.

Key words: *social sphere, social security, social protection, finance, financial support, foreign countries.*

Постановка проблеми. Реалії сьогодення не сприяють здійсненню ефективної фінансової політики стосовно соціальної сфери. Існуючі в Україні механізми фінансового забезпечення соціальної сфери не спроможні вирішувати проблеми соціального захисту і соціального забезпечення. Про це переконливо доводить вкрай низький рівень життєдіяльності населення України. Саме тому надзвичайно актуальною є проблема удосконалення механізмів фінансування соціальної сфери або пошуку нових джерел фінансових ресурсів, які б забезпечували функціонування соціальної сфери.

Зважаючи на прагнення нашої держави стати європейською країною, вважаємо, що абсолютно закономірним і надзвичайно доцільним буде запозичити світові тенденції фінансування соціальної сфери й адаптувати їх до сучасних реалій України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці фінансового забезпечення соціальної сфери у зарубіжних країнах присвятили свої наукові праці такі вчені: В. Антропов, Н. Баранова, О. Бухтіяров, А. Гриненко, І. Доценко, А. Колот, С. Корецька, Е. Лібанова, Ю.Свердлова, І.Серватинська, Н. Тимчишина, В. Філіпчук, І. Чекан та інші.

Але слід зауважити, що проблеми адаптації світового досвіду фінансування соціальної сфери до нинішньої економіки України розкрито не в повній мірі, що і зумовило вибір теми дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення позитивних тенденцій фінансування соціальної сфери в зарубіжних країнах та оцінка можливості їх застосування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. З метою вирішення соціальних проблем та підвищення добробуту населення, виконаємо дослідження основних показників функціонування соціальної сфери в Україні і на основі зроблених висновків спробуємо віднайти альтернативні шляхи їх вирішення з врахуванням тенденцій зарубіжних країн.

Зауважимо, що основним показником, який свідчить про наявність чи відсутність проблем у соціальній сфері, є рівень життя населення. Проаналізуємо основні соціально-економічні індикатори рівня життя населення (табл. 1).

Проаналізувавши статистичні дані, наведені у табл. 1, можна констатувати, що протягом 2010-2015 рр. рівень життя населення в Україні значно погіршився, не дивлячись на абсолютний приріст досліджуваних показників. Так фактичне кінцеве споживання домашніх господарств зросло з 869,6 млрд грн. у 2010 р. до 1566,8 млрд грн. у 2015 р., тобто на 696,4 млрд грн. (на 80,1 %). А наявні доходи населення зросли з 847,9 млрд грн. до 1331,7 млрд грн., тобто на 483,7 млрд грн. (на 57,1 %). Негативним тут є те, що, по-перше, доходи населення не покривають фактичне споживання, а по-друге, доходи населення зростають повільнішими темпами порівняно з фактичним споживанням. Отже, витрати населення перевищують його доходи, що свідчить про наявність нелегальних доходів.

Хоча середньомісячна номінальна заробітна плата збільшилася з 2239 грн. у 2010 р. до 4195 грн. у 2015 р., тобто на 1956 грн. (на 87,4 %), але реальна заробітна плата має тенденцію до зменшення. Так у 2014 р. реальна заробітна плата становила 93,5 % до попереднього року, тобто зменшилася на 6,5 %, а в 2015 р. – 79,8 % до попереднього року, тобто зменшилася на 20,2 %.

Крім того, якщо звернутися до індексів заробітної плати та інфляції, то спостерігаємо, що індекс інфляції значно перевищує індекс заробітної плати як номінальної, так і реальної. Так у 2014 р. індекс номінальної заробітної плати становив 110,4 %, реальної – 86,4 %, а індекс інфляції 124,9 %, а в 2015 р. індекс номінальної заробітної плати становив 130,4 %, реальної – 90,1 %, а індекс інфляції 143,3 % [1].

Прожитковий мінімум (який і так є мізерним) зростає швидшими темпами, ніж заробітна плата. У 2010 р. прожитковий мінімум збільшився на 24,8 %, реальна заробітна плата – лише на 10,2 %, а пенсія – на 2,9 %. У 2015 р. прожитковий мінімум збільшився на 13,1 %, реальна заробітна плата зменшилася на 20,2 %, а пенсія зменшилася на 24,7 %.

Зауважимо, що згідно зі стандартами Європейської соціальної хартії, розмір мінімальної заробітної плати повинен становити не менше 2,5 прожиткових мінімумів, а мінімальна заробітна плата повинна співвідноситися з середньою, як 1:3 [2]. В Україні дані пропорції не витримуються, так як мінімальна заробітна плата практично дорівнює прожитковому мінімуму.

Наведені статистичні дані переконливо доводять про надзвичайно низький рівень життя населення в Україні. Саме тому вкрай необхідним є пошук шляхів подолання бідності в Україні та гарантування і забезпечення хоча б мінімальних стандартів життя.

З метою захисту населення України від зубожіння було прийнято значну кількість нормативно-правових актів та соціальних програм, які мали подолати бідність та підняти рівень і якість життя населення. Натомість прийняті соціальні програми не могли бути в повній мірі реалізованими, оскільки не враховували можливості бюджету та не були узгодженими між собою.

Власні дослідження та опрацювання наукових напрацювань вітчизняних вчених [3; 4] дозволяє виділити такі негативні характерні риси, притаманні системі соціального захисту в Україні:

– майнове розшарування населення та загальне зубожіння значної частини населення;

– занижені соціальні стандарти, в т.ч і прожитковий мінімум;

– скорочення реальної заробітної плати переважної більшості населення (виключенням є олігархи) та її невідповідність існуючим цінам;

– надзвичайно низький рівень пенсійного забезпечення;

– скорочення реальних розмірів соціальних допомог та зменшення фінансування значної кількості соціальних програм;

– підвищення вартості та погіршення якості послуг, які надають заклади освіти, охорони здоров'я, культури;

– недостатньо виважена політика надання різноманітних соціальних пільг;

– неефективне управління бюджетними коштами та коштами небюджетних соціальних фондів.

Враховуючи наявність негативних тенденцій розвитку соціальної сфери в Україні, доцільно проаналізувати зарубіжний досвід функціонування соціальної сфери, зокрема, в країнах Європейського Союзу, оскільки Україна намагається приєднатися до нього.

У Німеччині функціонування соціальної сфери побудовано на соціальному страхуванні (страхування на випадок безробіття, пенсійне страхування, страхування на випадок хвороби, страхування в разі потреби в догляді). Установи соціального страхування є фінансово й організаційно незалежними від органів державної влади, роль яких зводиться лише до рівня правового забезпечення. Крім того, залежно від специфіки соціальних послуг, розрізняють пенсійні установи, медичні страхові установи тощо.

Для Німеччини також характерним є надання соціальної допомоги, особливістю якої є те, що

Таблиця 1

Основні соціально-економічні індикатори рівня життя населення в Україні

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Відхилення	
							абсолютне	відносне, %
Фактичне кінцеве споживання домашніх господарств, млрд грн.	869,6	1071,3	1194,8	1304,0	1316,8	1566,0	+696,4	+80,1
Наявні доходи населення, млрд грн.	847,9	989,0	1149,2	1215,5	1151,7	1331,7	+483,7	+57,1
Середньо-місячна номінальна заробітна плати, грн.	2239	2633	3026	3265	3480	4195	+1956,0	+87,4
Середній розмір призначеної пенсії, грн.	1122	1223	1430	1487	1536	1657	+535,0	+47,7
Прожитковий мінімум на одну особу у розрахунку на місяць, грн.	875	953	1095	1176	1176	1330	+455,0	+52,0

Джерело: побудовано і розраховано автором на основі [1]

соціальна допомога може бути надана лише тим громадянам, які дійсної її потребують.

Фінансові ресурси установ соціального страхування формуються за рахунок внесків працівників й роботодавців (сплачують в однакових розмірах), а також за рахунок коштів державного бюджету [5, с. 154].

У Німеччині діє страхування на випадок хвороби, яке поділяється на державне (близько 90 % застрахованих) і приватне – у приватних лікарняних касах (близько 10 % застрахованих) [6].

Особливістю німецької соціальної політики є скорочення соціальних пільг, зокрема, для працюючих пенсіонерів та осіб, які впродовж тривалого часу не змогли влаштуватися на роботу.

Серйозною проблемою для громадян Німеччини є проблема швидкого старіння населення: тривалість життя становить близько 81 року для жінок та близько 75 років для чоловіків, а народжуваність зменшується. За прогнозами це призведе до того, що до 2050 р. пенсіонерів буде вдвічі більше, ніж працюючого населення, яке змушене відраховувати значні внески на соціальний захист пенсіонерів [4].

Допомога по безробіттю в Німеччині виплачується протягом 2-х років із першого дня його настання. На розмір допомоги по безробіттю впливаю вік, стаж і склад сім'ї безробітного, в середньому її розмір становить близько 70 % заробітної плати за останнім місцем роботи. Страхові фонди на випадок безробіття формуються у вигляді відрахувань, які сплачують роботодавці – 3,25 % фонду оплати праці, а також працівники – 2,9-3,25 % від заробітної плати [3, с. 197].

Зауважимо, що у Німеччині 30 % соціального захисту фінансується за рахунок бюджетних коштів [4].

Особливістю функціонування соціальної сфери у Великобританії є відсутність спеціальних інститутів, які здійснюють страхування певних соціальних ризиків (страхування по старості, по хворобі, від безробіття, від нещасних випадків на виробництві тощо). Натомість у Великобританії діє програма єдиної системи соціального захисту.

Варто відзначити, що між державними структурами, які надають соціальні послуги, та приватними структурами, які здійснюють реалізацію певних страхових програм, існує тісний взаємозв'язок.

Соціальна сфера Великобританії поділена на національну охорону здоров'я (переважно фінансування здійснюється з державного бюджету – 90 % загального фінансування) й національне соціальне страхування (переважно фінансується за рахунок страхових внесків працівників і роботодавців) [5, с. 154-155].

У Франції на фінансування соціальних програм виділяється найбільша частка видатків серед країн Європейського Союзу – більше середнього рівня видатків.

Французи створили національні, регіональні й місцеві страхові каси, кожна з яких займається конкретним видом соціального захисту. Керування страховими касами здійснюють представники застрахованих і роботодавців.

Також у Франції діють такі системи соціального захисту:

– система професійно-галузевих схем соціального страхування;

– система сімейних виплат;

– додаткові системи соціального захисту, особливо у галузі пенсійного й медичного страхування

Фінансові ресурси системи соціального захисту формуються за рахунок страхових внесків роботодавців і працівників. Держава практично не бере участі у фінансуванні соціальної сфери, за виключенням надання державних дотацій на допомогу від безробіття та сімейні виплати.

Страхові внески на допомогу від нещасних випадків на виробництві здійснюються лише з коштів роботодавця [5, с. 154].

Цікавим є досвід Швеції щодо організації функціонування соціальної сфери. Системою соціального захисту передбачено участь у ньому всіх верств населення, незалежно від статусу, доходів, віку тощо. Кожний громадянин сплачує свій внесок пропорційно своїм доходам. Роль держави у цьому процесі зводиться до виконання функції перерозподілу соціальних благ від багатших до бідніших верств населення. Загалом за показником отриманої заробітної плати 36 % населення потрапляє до категорії бідних, а в результаті ефективного соціального захисту населення рівень бідності становить лише 5-6 % населення. Зауважимо, що третя частина державного бюджету спрямовується на забезпечення соціальної сфери.

Швецька система оподаткування має одні з найвищих, порівняно з іншими країнам, ставки. Але в кінцевому підсумку населення має один з найвищих ступенів соціальної захищеності та відсутність суттєвої диференціації між багатими й бідними [5, с. 155].

Допомога по безробіттю у Швеції становить 90 % від заробітної плати з попереднього місця роботи, але не більше максимально встановленого рівня. Виплати здійснюються протягом чотирьох років. Страховий фонд на випадок безробіття формується виключно за рахунок внесків роботодавців, розмір яких становить 3,25 %. Працівники ж не беруть участі у формуванні страхових фондів [3, с. 196].

Щодо системи соціального захисту в Польщі, то вона побудована на основі адресної грошової допомоги – визначається коло осіб, які потребують грошової допомоги. Призначають і здійснюють такі соціальні допомоги лише державні органи влади.

Також державні структури розробляють довгострокові програми у соціальній сфері та приймають відповідні нормативно-правові акти.

Для надання тимчасових послуг або реалізації короткострокових соціальних програм залуча-

ються неурядові організації, які швидко можуть зорієнтуватися у ситуації та ефективно виконати поставлені завдання. Неурядові організації є ініціаторами створення центрів для підтримки соціально незахищених громадян які надають громадянам як психологічну, так і матеріальну допомогу (за підтримки місцевих органів влади).

Нині у Польщі формується корпоративний сектор, який надає соціальні послуги з метою отримання прибутку.

Тобто, функціонування соціальної сфери в Польщі побудовано на партнерстві державних і громадських організацій. Метою такої співпраці є підвищення рівня соціального захисту громадян й розв'язання основних проблем соціального розвитку на місцях [5, с. 155-156].

Таким чином, дослідивши основні аспекти функціонування й розвитку соціальної сфери в зарубіжних країнах (країнах Європейського Союзу), доцільно відзначити такі позитивні моменти, які можна застосувати для покращення системи соціального захисту в Україні:

– в основу ефективного механізму функціонування соціальної сфери необхідно закладати системний фактор, який об'єднає всі верстви населення;

– до реалізації проблем соціальної сфери бажано залучати, крім державних, місцеві органи влади, а також недержавні структури, які на громадських засадах допомагатимуть реформувати нинішню систему соціального захисту в Україні;

– доцільно підвищувати рівень оплати праці населення, що сприятиме зменшенню кількості громадян, які потребують додаткового соціального захисту, а також збільшенню відрахувань до соціальних фондів;

– забезпечити раціональне співвідношення принципу «адресності» до принципу «безадресності», враховуючи матеріальний стан громадянина, який отримуватиме соціальну допомогу;

– зменшити участь держави у забезпеченні функціонування соціальної сфери, частково замінюючи його на недержавне соціальне страхування;

– важливо скоротити кількість соціальних виплат, відмовитися від надання тих видів допомоги, які не дають очікуваного соціального ефекту;

– при розподілі видатків необхідно відійти від виділення коштів на бюджетну установу, натомість доцільно спочатку здійснити планування певного заходу, визначити обсяг необхідних ресурсів для його реалізації, а потім перераховувати кошти на реалізацію конкретного заходу;

– забезпечити підвищення якості надання соціальних послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнюючи виконане дослідження проблемних аспектів функціонування соціальної сфери в Україні та враховуючи зарубіжний досвід функціонування соціальної сфери з адаптуванням його до сучасних реалій соціально-економічного розвитку України, у статті запропоновано напрями вирішення основних проблем функціонування соціальної сфери, в т.ч. і її фінансування. Практичне застосування цих напрямів в Україні сприятиме підвищенню соціальної захищеності населення та підвищенню рівня життя населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соціальні індикатори рівня життя населення : Статистичний збірник / Відповід. за випуск О.О. Кармазіна. – К. :Державна служба статистики, 2016.
2. Свердлова Ю. Забезпечення соціальних стандартів добробуту в Європейському союзі / Ю. Свердлова // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право) : науковий журнал. – К. : НАУ, 2013. – № 4. – 224 с.
3. Філіпчук В.Р. Порівняльний аналіз української та європейської систем соціального захисту населення / В.Р. Філіпчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – Т. 1. – С. 195-198.
4. Чекан І.А. Соціальна політика Європейського союзу : перспективи та шляхи запровадження в Україні / І.І. Чекан // Львівська комерційна академія [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://mev.lac.lviv.ua/downloads/vyklad/chekan/5.pdf.
5. Колосовська І. Сучасні підходи у реформуванні соціальної політики держави як регулятора розвитку соціальної сфери / І. Колосовська // Ефективність державного управління : Збірник наукових праці. – 2015. – Вип. 43. – С. 152-158.
6. Які середні зарплати в Європі // Бізнес-портал. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://news.ub.ua/49670-yaki-seredni-zarplati-v-evropi.html

REFERENCES:

1. Sotsialni indykatory rivnia zhyttia naselennia : Statystychnyi zbirnyk / Vidpovid. za vypusk O.O. Karmazina. – K. :Derzhavna sluzhba statystyky, 2016.
2. Sverdlova Yu. Zabezpechennia sotsialnykh standartiv dobrobutu v Yevropeiskomu soiuzi / Yu. Sverdlova // Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiolohiia, pravo) : naukovyi zhurnal. – K. : NAU, 2013. – # 4. – 224 s.
3. Filipchuk V.R. Porivnialnyi analiz ukrainskoi ta yevropeiskoi system sotsialnoho zakhystu naselennia / V.R. Filipchuk // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2014. – # 5. – T. 1. – S. 195-198.
4. Chekan I.A. Sotsialna polityka Yevropeiskoho soiuzu : perspektyvy ta shliakhy zaprovadzhennia v Ukraini / I.I. Chekan // Lvivska komertsiina akademiia [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : http://mev.lac.lviv.ua/downloads/vyklad/chekan/5.pdf.
5. Kolosovska I. Suchasni pidkhody u reformuvanni sotsialnoi polityky derzhavy yak rehuliatora rozvytku sotsialnoi sfery / I. Kolosovska // Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia : Zbirnyk naukovykh pratsi. – 2015. – Vyp. 43. – S. 152-158.
6. Yaki seredni zarplaty v Yevropi // Biznes-portal. [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu : http://news.ub.ua/49670-yaki-seredni-zarplati-v-evropi.html.

Prikhno I.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance,
Cherkasy State Technological University

USING THE GLOBAL TRENDS OF FINANCE THE SOCIAL SPHERE IN UKRAINE

The problems of improving the work of financing the social sphere or to find the new sources of financial resources that would ensure the functioning of the social sphere are very important.

Given the desire of our country to become a European country, we believe that a completely natural and highly appropriate to adopt global trends of financing social sphere and adapt them to the realities of modern Ukraine.

Own research and processing of scientific developments of domestic scientists can identify such negative characteristics inherent in the system of social protection in Ukraine: stratification of the population, understating social standards, reducing real wages of the vast majority of the population, extremely low pensions, real size reduction of social benefits, reduce a significant amount of funding social programs, ineffective management of budget funds and non-budget social funds.

Thus, examining the main aspects of the functioning and development of social services in foreign countries (EU countries), it is appropriate to note the following positive aspects that can be applied to improve the social protection system in Ukraine: the basis of an effective mechanism of functioning social system must lay the factor that unites all segments of the population; to implement the social problems it is necessary to involve the state and local governments and non-state actors; to raise the wages of the population; to reduce the number of benefits, not having those benefits, which do not give the expected social impact; to improve the quality of social services.

Practical application of these trends in Ukraine will increase the social protection of the population and improving living standards.

МОНІТОРИНГ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ
MONITORING CREDIT OPERATIONS OF COMMERCIAL BANKS

УДК 336. 77

Простебі Л.І.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та підприємництва
Чернівецький торгово-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У науковій статті розглянуто практичні аспекти банківського кредитування. Визначено, що банківський кредит виступає однією з провідних форм кредитування як суб'єктів господарювання, так і населення. Здійснено аналіз динаміки кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» у 2014-2016 рр. Проведено моніторинг концентрації клієнтського кредитного портфелю за галузями економіки ПАТ «УкрСиббанк» протягом 2014-2016 років.
Ключові слова: *комерційний банк, банківське кредитування, кредитний ризик, іпотечні кредити, споживчі кредити, кредитний портфель.*

В научной статье рассмотрены практические аспекты банковского кредитования. Определено, что банковский кредит выступает одной из ведущих форм кредитования как субъектов хозяйствования, так и населения. Осуществлен анализ динамики кредитов и задолженности клиентов ПАО «УкрСиббанк» в 2014-2016 гг. Проведен мониторинг концентрации клиентского кредитного портфеля по отраслям экономики ПАО «УкрСиббанк» в течение 2014-2016 годов.
Ключевые слова: *коммерческий банк, банковское кредитование, кредитный риск, ипотечные кредиты, потребительские кредиты, кредитный портфель.*

In the scientific article the practical aspects of bank lending. Determined that the bank credit stands one of the leading forms of lending as economic entities and population. The analysis of the dynamics of loans and advances to customers of "UkrSibbank" in the 2014-2016 biennium. A monitoring customer credit portfolio concentration by industry of "UkrSibbank" for 2014-2016 years.
Key words: *commercial bank, bank lending, credit risk, mortgage loans, consumer loans, credit portfolio.*

Постановка проблеми. На даний час в Україні важливого значення набуває комплексне теоретичне і практичне дослідження банківського кредитування. Все це зумовлене необхідністю якісного кредитного забезпечення суб'єктів господарювання і населення, які прагнуть ефективно функціонувати. Без розвитку банківського сектору, зокрема, у сфері кредитування, українській економіці буде важко вийти з кризи. Адже кредит – це дієвий інструмент, який опосередковує процес виробництва і реалізації продукції. Крім того, кредит сприяє науково-технічному розвитку, виступає джерелом фінансування капітальних вкладень, тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню банківського кредитування присвятили свої праці такі вчені: Гайдай І.Ю. [1], Галіцейська Ю.М. [2], Дзюблюк О. [3], Матвеєва Н. В. [4], Поляк Н.П. [5], Толстошеєва А. В. [6], Чайковський Я. І. [7], та багато інших. У наукових доробках даних науковців розглядаються тенденції, сучасний стан та перспективи розвитку банківського кредитування. Проте, на нашу думку, розгляд теоретичних та практичних аспектів банківського кредитування потребує подальших досліджень в умовах нестійкої економічної ситуації.

Метою даної статті є аналіз кредитних операцій комерційного банку і надання пропозицій щодо їх покращення.

Виклад основного матеріалу. У сучасних економічних реаліях банківське кредитування виступає дієвим інструментом підтримки стабільності економіки країни. Адже від ефективності і безперебійності функціонування кредитного механізму залежить стабільний економічний розвиток. Кредит прискорює формування джерел капіталу для розширеного відтворення на основі інноваційної діяльності, впливає на структуру і обсяг грошового обороту. Крім того, кредитні ресурси необхідні для розвитку та ефективного функціонування суб'єктів господарювання.

Кредитування є одним із основних і важливих напрямів діяльності комерційного банку. Кредитні операції є найважливішим джерелом прибутку банківської установи.

Порядок оцінки банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями регламентується положенням НБУ «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» [8], затвердженим постановою Правління НБУ № 351 від 30 червня 2016 р. із змінами та доповненнями від 19.01.2017 р. Дане положення встановлює мінімальні вимоги до банків щодо визначення розміру очікуваних втрат (збитків) за активними банківськими операціями внаслідок реалізації кредитного ризику. Підходи, визначені даним документом, ґрунтуються на принципах і рекомендаціях Базельського комітету з банківського нагляду, включаючи застосування компонентів кредитного ризику (EAD – експозиція під ризиком, PD – імовірність дефолту боржника/контрагента, LGD – втрати в разі дефолту).

Розглянемо кредитні ресурси та заборгованість клієнтів до знецінення ПАТ «УкрСиббанк» за 2014-2016 роки.

Показники таблиці 1 та рис. 1 свідчать про те, що сума інших строкових кредитів протягом періоду моніторингу зростала в динаміці, так у 2014 році становила 9616,6 млн грн., у 2015 році – 11929,6 млн грн., а у 2016 році – вже 16791,6 млн грн.

Абсолютне відхилення за даними кредитами у 2016 році у порівнянні з попереднім періодом становило 4862,0 млн грн., або 40,8 % у відносному вираженні. У 2016 році у порівнянні з показниками

2014 року – абсолютне відхилення збільшилося аж на 7175,0 млн грн., або 74,6%.

Іпотечні кредити протягом 2014-2016 років надавалися з наступною динамікою. У 2014 році їх обсяг склав біля 6929,4 млн грн., у 2015 році – 11695,5 млн грн., а у 2016 році – 9139,7 млн грн. У 2016 році у порівнянні з попереднім 2015 роком спостерігаємо зменшення кредитування. Абсолютне відхилення за даним кредитом становило – 2555,8 млн грн. (менше на 21,9 %), а у 2016 році у порівнянні з показниками 2014 року– абсолютне відхилення збільшилося на 2210,3 млнгрн. (або на 31,9% більше).

Відмітимо, що в період з 2014 по 2016 роки відбулося суттєве зростання обсягів споживчого кредитування. У 2014 році їх обсяг склав 345,4 млн грн., у 2015 році – 951,2 млн грн., та у 2016 році – 1309,2 млн грн. відповідно. В абсолютному вираженні у 2016 році у порівнянні з попереднім роком спостерігаємо збільшення по наданих кредитах у сумі 358,0 млн грн. або 37,6%. Абсолютне відхилення за весь аналізований період склало 963,8 млн грн. Зростання даного виду кредиту за відповідний період сягнуло – 279,0 %.

Обсяги кредитів овердрафтів протягом 2014-2016 років теж мали тенденцію до зростання. У 2016 році сума даних кредитів становила – 230,6 млн грн. , що на 58,1 млн грн. (або 33,7%) більше аналогічного показника 2015 року. Абсолютне відхилення за період з 2014 по 2016 роки склало 82,3 млн грн. Відносне – 55,5 %.

Зазначимо, що в цілому за період моніторингу ПАТ «УкрСиббанк» видав у 2014 році кредитів та заборгованості клієнтів за мінусом резервів у сумі 17039,7 млн грн., у 2015 році – 24748,8 млн грн. та у 2016 році – 27471,1 млн грн. відповідно. Спостерігаємо тенденцію до збільшення загальної суми кредитів в абсолютному вираженні у 2016 році у порівнянні з 2015 роком на 2722,3 млн грн., або на 11,0%.

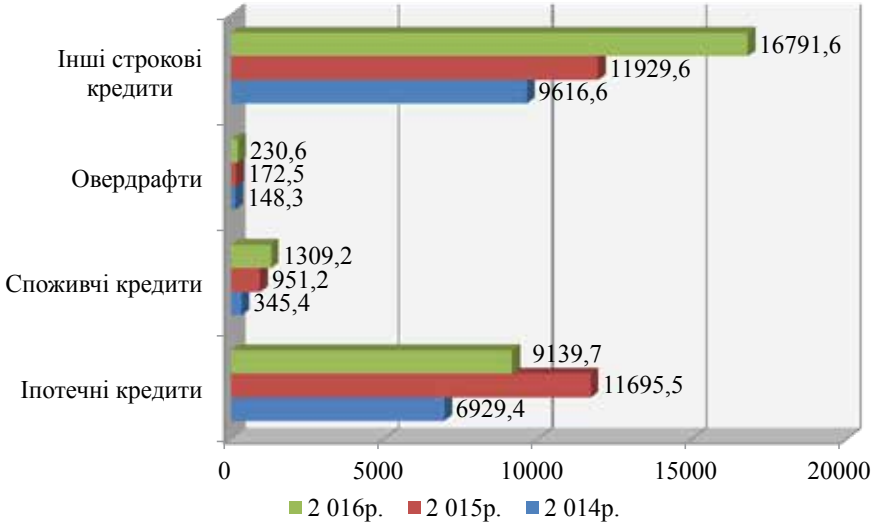


Рис. 1. Інфографіка динаміки кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» у 2014-2016 рр., млн грн.

Джерело: Складено на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

Таблиця 1

Динаміка кредитів та заборгованості клієнтів до знецінення ПАТ «УкрСиббанк» у 2014-2016 рр., млн грн.

Найменування статті	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Абсолютне відхилення, млн грн.		Відносне відхилення, %	
				2016 / 2015	2016 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
1	2	3	4	5	6	7	8
Іпотечні кредити	6929,4	11695,5	9139,7	-2555,8	2210,3	-21,9	31,9
Споживчі кредити	345,4	951,2	1309,2	358,0	963,8	37,6	279,0
Овердрафти	148,3	172,5	230,6	58,1	82,3	33,7	55,5
Інші строкові кредити	9616,6	11929,6	16791,6	4862,0	7175,0	40,8	74,6
Всього кред. та заборг. клієнтів	17039,7	24748,8	27471,1	2722,3	10431,4	11,0	61,2

Джерело: Розраховано на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

Абсолютне позитивне відхилення за період аналізу склало 10431,4 млн грн. Відносне – 61,2 % (рис. 2).

Дана позитивна ситуація спостерігається завдяки стрімкому збільшенню суми інших строкових кредитів, споживчих кредитів та кредитів овердрафт, що свідчить про позитивну кредитну політику банку перед клієнтами, незважаючи на важке становище економічної, політичної та грошово-кредитної сфери країни в сучасних умовах.

Здійснимо моніторинг структури кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» за 2014–2016 роки. (табл. 2)

Показники таблиці 2 та рис. 3 свідчать, що найбільша частка в загальній структурі кредитних ресурсів ПАТ «УкрСиббанк» складають інші строкові кредити, частка яких у 2014 році склала 56,4 %, у 2015 році – 48,2% та у 2016 році – 61,1%. Найменша питома вага належить кредитам овер-

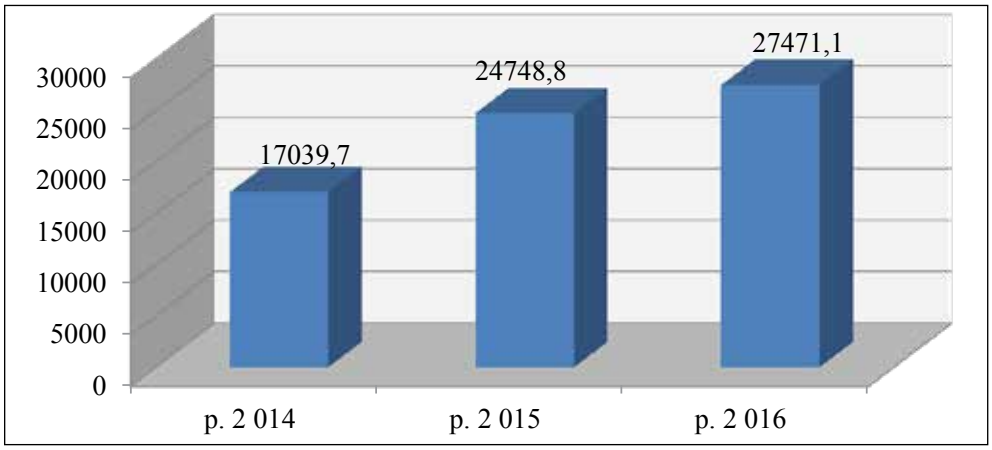


Рис. 2. Динаміка загального обсягу кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» у 2014-2016 рр., млн грн.

Джерело: Складено на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

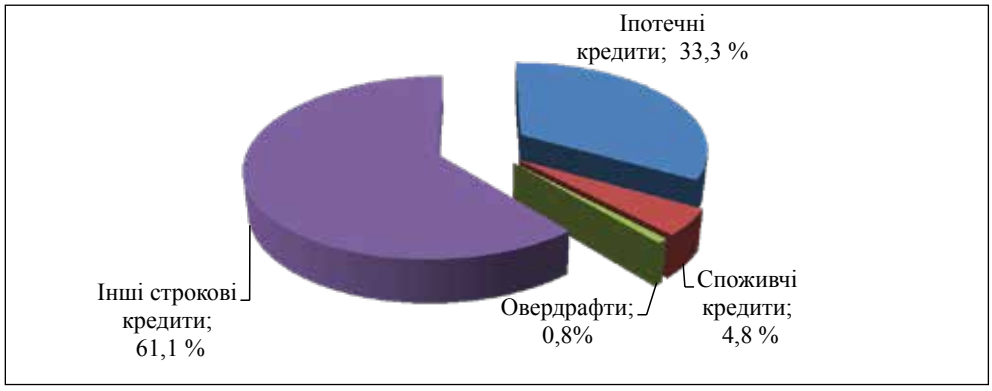


Рис. 3. Інфографіка структури кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» у 2016 році, % [9]

Таблиця 2

Структура кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» у 2014-2016 роках, млн грн.

Найменування статті	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Питома вага, %		
				2014 р	2015р	2016р
Іпотечні кредити	6929,4	11695,5	9139,7	40,7	47,3	33,3
Споживчі кредити	345,4	951,2	1309,2	2,0	3,8	4,8
Овердрафти	148,3	172,5	230,6	0,9	0,7	0,8
Інші строкові кредити	9616,6	11929,6	16791,6	56,4	48,2	61,1
Всього кредитів та заборгованість клієнтів	17039,7	24748,8	27471,1	100,0	100,0	100,0

Джерело: Розраховано на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

драфт та складає у 2014році – 0,9%, у 2015 – 0,7% та у 2016 році – 0,8%.

Питома вага іпотечних кредитів теж значна. У 2014 році становила – 40,7%, у 2015 році цей. показник збільшився на 6,6 % і становив – 47,3 %, а у 2016 році зменшився і склав – 33,3%. Таким чином, у 2016 році надійшло видано даних кредитів на 14 % менше, ніж у 2015 році та на 7,4 % менше, ніж у 2014 році.

Частка споживчих кредитів у 2014 році становила 2,0 %, у 2015 році збільшилася на 1,8 % і становила – 3,8 %, а у 2016 році становила – 4,8 %. Тобто, спостерігаємо збільшення питомої ваги на 2,8 % порівняно з 2014 роком.

Інфографіка структури кредитів та заборгованості клієнтів ПАТ «УкрСиббанк» у 2015 році зображена на діаграмі (рис. 3).

Для забезпечення достатньою платоспроможності банку з урахуванням росту його активів, забезпечення позитивного кредитного рейтингу банк має достатній законодавчо визначений статутний та регулятивний капітал.

Розглянемо концентрацію клієнтського кредитного портфеля ПАТ «УкрСиббанк» за галузями економіки та напрямами комерційної діяльності.

Показники таблиці 3 та рисунку 4 свідчать, що кредитний портфель за галузями економіки деталізувався за наступними категоріями:

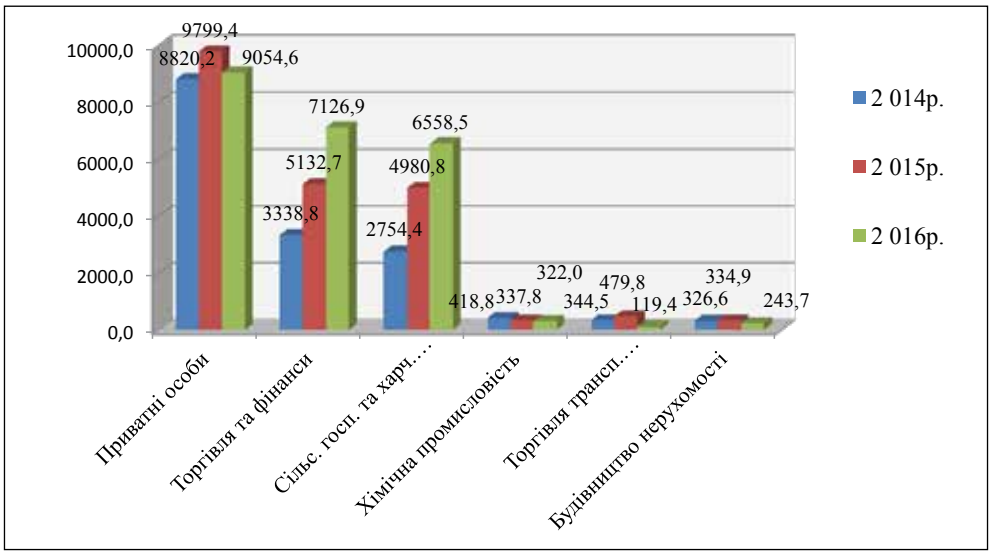


Рис. 4. Концентрація клієнтського кредитного портфеля за галузями економіки ПАТ «УкрСиббанк» у 2014-2016 роках

Джерело: Складено на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

Таблиця 3

Концентрація клієнтського кредитного портфеля за галузями економіки ПАТ «УкрСиббанк» протягом 2014-2016 років, млн грн.

Категорії	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Абсолютне відхилення, млн грн.		Відносне відхилення, %	
				2016 / 2015	2016 / 2014	2016 / 2015	2016 / 2014
Приватні особи	8820,2	9799,4	9054,6	-744,8	234,4	-7,6	2,7
Торгівля та фінанси	3338,8	5132,7	7126,9	1994,2	3788,1	38,9	113,5
Сільське господарство та харчова промисловість	2754,4	4980,8	6558,5	1577,7	3804,1	31,7	138,1
Послуги у сфері зв'язку	0,0	2811,3	1738,5	-1072,8	1738,5	-38,2	
Хімічна промисловість	418,8	337,8	322,0	-15,8	-96,8	-4,7	-23,1
Торгівля транспортними засобами	344,5	479,8	119,4	-360,4	-225,1	-75,1	-65,3
Будівництво нерухомості	326,6	334,9	243,7	-91,2	-82,9	-27,2	-25,4
Нафтогазова галузь	282,1	318,9	100,5	-218,4	-181,6	-68,5	-64,4
Виробництво та машинобудув.	245,2	276,6	736,5	459,9	491,3	166,3	200,4
Металургійна та гірничі галузі	100,5	86,3	57,8	-28,5	-42,7	-33,0	-42,5
Авіаперевезення та інші транспортні послуги	68,7	63,7	1330,4	1266,7	1261,7	1988,5	1836,5
Інше	339,9	126,5	82,2	-44,3	-257,7	-35,0	-75,8
Всього кредитів та заборгованості	17039,7	24748,7	27471,0	2722,3	10431,3	11,0	61,2

– у приватних осіб було сконцентровано у 2014 році – 8820,2 млн грн., у 2015 році – 9799,4 млн грн., а у 2016 році – 9054,6 млн грн. В абсолютному значенні спостерігаємо негативне відхилення протягом 2016-2015 років, яке склало 744,8 млн грн. (або – 7,6%); протягом всього періоду моніторингу позитивне відхилення склало 234,4 млн грн. (2,7%);

– у торгівлі та фінансах у 2014 році – 3338,8 млн грн. у 2015 році – 5132,7 млн грн., а у 2016 році було сконцентровано 7126,9 млн грн. Позитивне абсолютне відхилення протягом аналізованого періоду склало 3788,1 млн грн., відносне – 113,5%;

– у сільському господарстві було сконцентровано у 2014 році – 2754,4 млн грн. у 2015 році – 4980,8 млн грн., у 2016 році 6558,5 млн грн. Абсолютне відхилення протягом всього періоду дослідження склало 3804,1 млн грн., відносне – 138,1%;

– у хімічній промисловості було сконцентровано у 2014 році – 418,8 млн грн., а у 2015 році – 337,8 млн грн. у 2016 році – 322,0 млн грн. Так в абсолютному значенні негативне відхилення протягом 2016-2015 років склало – 15,8 млн грн. (-4,7%); протягом 2016-2014 років -96,8 млн грн. (-23,1%);

– у категорії «Торгівля транспортними засобами» було сконцентровано у 2014 році – 344,5 млн грн., а у 2015 році – 479,8 млн грн., у 2016 році – 119,4 млн грн. Бачимо, що за період аналізу негативне відхилення склало в абсолютному значенні – 225,1 млн грн. (або 65,3%);

– у будівництві нерухомості було сконцентровано у 2014 році – 326,6 млн грн., а у 2015 році – 334,9 млн грн., у 2016 році – 243,7 млн грн. Так, за аналізований період кредитування зменшилося на 25,4 % або -82,9 млн грн.;

– у нафтогазовій галузі у 2014 році було сконцентровано – 282,1 млн грн., 2015 році – 318,9 млн грн. та у 2016 році 100,5 млн грн. Так за аналізований період кредитування галузі зменшилося на 64,4 % або на 181,6 млн грн.;

– показники з виробництва та машинобудування показують тенденцію до збільшення кредитування на 491,3 млн грн. У 2014 році у даній галузі було сконцентровано – 245,2 млн грн., 2015 році – 276,6 млн грн. та у 2016 році 736,5 млн грн.;

– в авіаперевезеннях та інших транспортних послугах було сконцентровано у 2014 році – 68,7 млн грн., а у 2015 році – 63,7 млн грн., у 2016 році – 1330,4 млн грн. Так за аналізований період кредитування зросло на 1261,7 млн грн.;

Здійснимо моніторинг структури елементів категорій концентрації клієнтського кредитного портфеля за галузями економіки та напрямами комерційної діяльності за період аналізу (табл. 4).

З показників табл. 4 та рисунку 5 видно, що найбільша частка по структурі кредитного портфеля за галузями економіки припадає на концентрацію у приватних осіб і склала у 2014 році – 51,8%, у 2015 році – 39,6% та у 2016 році – 33,0%. Найменша питома вага у 2016 році припадає на металургійну та гірничі галузі і складає 0,2%.

На торгівлю та фінанси питома вага кредитів у 2014 році становила – 19,6%, у 2015 році цей. показник збільшився на 1,1 % і становив – 20,7 %, а у 2016 році зріс і склав – 25,9 %. Таким чином, у 2016 році обсяги кредитів були на – 5,2% біль-

Таблиця 4

Концентрація клієнтського кредитного портфеля ПАТ «УкрСиббанк» за галузями економіки у процентному співвідношенні протягом 2014-2016 років, млн грн.

Категорії	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Питома вага, %		
				2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7
Приватні особи	8820,2	9799,4	9054,6	51,8	39,6	33,0
Торгівля та фінанси	3338,8	5132,7	7126,9	19,6	20,7	25,9
Сільське господарство та харчова промисловість	2754,4	4980,8	6558,5	16,2	20,1	23,9
Послуги у сфері зв'язку	0,0	2811,3	1738,5	0,0	11,4	6,3
Хімічна промисловість	418,8	337,8	322,0	2,5	1,4	1,2
Торгівля транспортними засобами	344,5	479,8	119,4	2,0	1,9	0,4
Будівництво нерухомості	326,6	334,9	243,7	1,9	1,4	0,9
Нафтогазова галузь	282,1	318,9	100,5	1,7	1,3	0,4
Виробництво та машинобудування	245,2	276,6	736,5	1,4	1,1	2,7
Металургійна та гірничі галузі	100,5	86,3	57,8	0,6	0,3	0,2
Авіаперевезення та інші транспортні послуги	68,7	63,7	1330,4	0,4	0,3	4,8
Інше	339,9	126,5	82,2	2,0	0,5	0,3
Всього кредитів та заборгованості	17039,7	24748,7	27471,0	100	100	100

Джерело: Розраховано на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

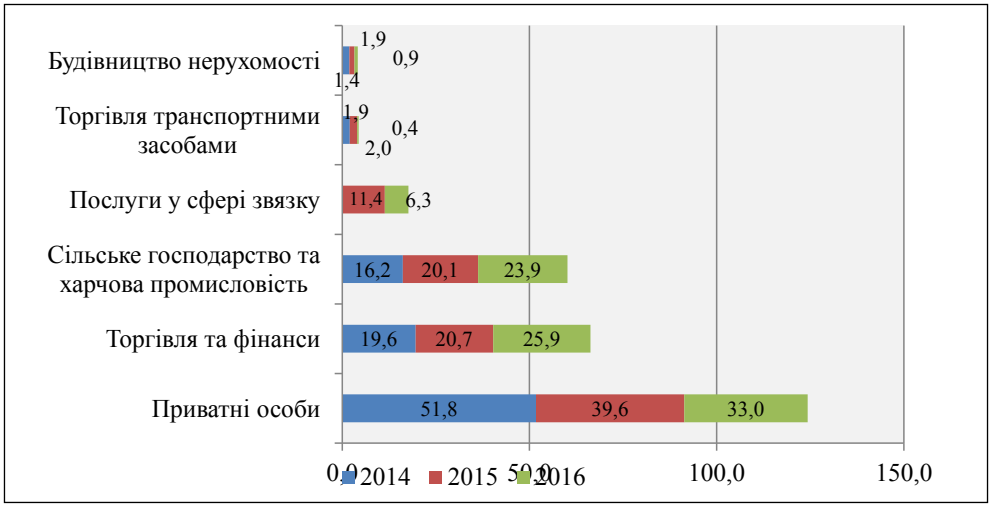


Рис. 5. Структура концентрації кредитного портфеля ПАТ «УкрСиббанк» галузями економіки та напрямами комерційної діяльності у 2014-2016 роках

Джерело: Складено на основі даних річної фінансової звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності та звіту незалежних аудиторів [9]

шими, ніж у 2015 році та на 6,3 % більшими, ніж у 2014 році.

На сільське господарство та харчову промисловість питома вага у 2014 році становила – 16,2%, у 2015 році цей. показник збільшився на 3,9 % і становив – 20,1 %, а у 2016 році зріс і склав – 23,9 %. Таким чином, у 2016 році обсяги кредитів були на – 3,8% більшими, ніж у 2015 році та на 7,7 % більшими, ніж у 2014 році.

У 2016 році рейтингове агентство «Експерт-Рейтинг» підтвердило довгостроковий кредитний рейтинг УкрСиббанку BNP Paribas Group на рівні uaAAA, що означає найвищу кредитоспроможність банку. Позитивним є той факт, що дане агентство підтримує довгостроковий кредитний рейтинг УкрСиббанку з липня 2014 року [9].

Щоб розвиток економіки мав інноваційну спрямованість, необхідно створювати такі умови, за яких би відбувалося зростання довгострокових кредитів, які б спрямовувалися не в поточну, а в інвестиційну діяльність. Водночас ці процеси відбуваються надзвичайно повільно, особливо у сфері кредитування суб'єктів господарювання, а от кредитування домогосподарств навпаки має позитивні тенденції. Та варто відзначити, що співвідношення між кредитуванням суб'єктів господарювання та кредитуванням домогосподарств, хоча й має позитивні тенденції до збільшення питомої ваги останнього, однак залишається на незначному рівні порівняно з країнами з ринковою економікою [5, с. 206].

Діяльність банків України має свої проблемні аспекти і здійснюється у визначених особливостях. Для подолання труднощів на шляху досягнення результативної економіки максимальний ефект принесе співпраця держави і банківських інституцій. Комерційні банки зі свого боку мають побудувати діяльність таким чином, щоб головною її метою став високий рівень ділової та інвестиційної активності. Держава ж має скоординувати роботу всіх ланок і галузей, вливання коштів в економіку повинно бути цільовим і мати найбільшу ефективність для держави не тільки з позиції стимулювання попиту, але і з огляду на створення умов для довгострокового сталого зростання економіки, розширення внутрішнього ринку та збільшення експортного потенціалу, а також підвищення рівня зайнятості населення [4, с. 11].

Для стабільної та безперебійної діяльності банківського сектору перш за все необхідно удосконалити організаційний та фінансово-економічний механізм банківської системи України, збільшити обсяги банківських кредитів та вдосконалити бізнес-планування фінансової та операційної діяльності [5, с. 207].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, ми провели моніторинг кредитної політики ПАТ «УкрСиббанк» у динаміці протягом 2014-2016 років з використанням фінансових результатів діяльності, незалежних висновків фінансових аудиторів у сучасних умовах господарювання у досить важких умовах банківського сектору сьогодення. Відзначимо, що, завдяки високій ліквідності у національній та іноземній валютах, у 2016 році «УкрСиббанк» продовжив розвиток кредитування. Диверсифіковано базу клієнтів у корпоративному секторі, агросекторі, а також збільшено присутність на ринку персональних фінансових послуг. Стабільний кредитний портфель зріс на 20% у 2016 році [9]. Зростання виданих кредитів відбувалося на фоні формування важливих додаткових резервів, пов'язаних із успадкованим іпотечним портфелем в іноземній валюті.

Можемо відзначити, що вітчизняний ринок банківських кредитів за останні роки характеризується поступовим зростанням кредитного портфеля комерційних банків. Ринок банківського кредитування в Україні сьогодні знаходиться на стадії активізації. Проте, необхідно збільшувати обсяги банківських кредитів суб'єктам господарювання, працювати над удосконаленням фінансово-економічного механізму банківської системи.

Найбільшу актуальність, на нашу думку, становитимуть подальші дослідження, спрямовані на вивчення проблем і напрямів удосконалення банківського кредитування в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гайдай І.Ю. Довгострокове банківське кредитування як спосіб фінансування економічного росту/ І.Ю. Гайдай, К.В. Коваленко // Вісник Донецького університету економіки та права. – № 1. – 2013. – С. 140-145.
2. Галіцейська Ю.М. Проблеми банківського кредитування малого і середнього підприємництва / Ю.М. Галіцейська // Молодий вчений. – № 12.1 (40). – 2016. – С. 689-693.
3. Дзюблюк О. Активізація банківського кредитування малого та середнього бізнесу в системі заходів із подолання фінансово-економічної кризи / О. Дзюблюк // Світ фінансів. – 2010. – № 3. – С. 7-13.
4. Матвеєва Н. В. Проблеми розвитку кредитування комерційними банками України / Н. В. Матвеєва, О. О. Маркітан // Наука й економіка. – № 1 (41). – 2016. – С. 7-12.
5. Поляк Н.П. Банківське кредитування: сучасний стан та проблеми сьогодення / Н.П. Поляк // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – № 2 (74). – 2014. – С. 201-207.
6. Толстошеєва А. В. Сучасні проблеми кредитування комерційними банками України / А. В. Толстошеєва // Бізнесінформ. – № 5. – 2014. – С. 370-375.
7. Чайковський Я. І. Тенденції, сучасний стан та перспективи розвитку банківського кредитування в Україні / Я. І. Чайковський // Економічний аналіз : Економічна думка, 2013. – Т. 13. – С. 238-246.
8. Про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями [Електронний ресурс]: Постанова Правління НБУ від 30.06.2016 № 351. – Режим доступу: http://http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16
9. УкрСиббанк. Офіційний веб-сайт. – [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://ukrsibbank.com/

REFERENCES:

1. Haidai I.Yu. Dovhostrokove bankivske kredytuvannia yak sposib finansuvannia ekonomichnoho rostu/ I.Yu. Haidai, K.V. Kovalenko // Visnyk Donetskoho universytetu ekonomiky ta prava. – # 1. – 2013. – S. 140-145.
2. Halitseiska Yu.M. Problemy bankivskoho kredytuvannia maloho i serednoho pidpryiemnytstva / Yu.M. Halitseiska // Molodyi vchenyi. – # 12.1 (40). – 2016. – S. 689-693.
3. Dziubliuk O. Aktyvizatsiia bankivskoho kredytuvannia maloho ta serednoho biznesu v systemi zakhodiv iz podolannia finansovo-ekonomichnoi kryzy / O. Dziubliuk // Svit finansiv. – 2010. – # 3. – S. 7-13.
4. Matveieva N. V. Problemy rozvytku kredytuvannia komertsiinymy bankamy Ukrainy / N. V. Matveieva, O. O. Markitan // Nauka y ekonomika. – # 1 (41). – 2016. – S. 7-12.
5. Poliak N.P. Bankivske kredytuvannia: suchasnyi stan ta problemy sohodennia / N.P. Poliak // Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. – # 2 (74). – 2014. – S. 201-207.
6. Tolstosheieva A. V. Suchasni problemy kredytuvannia komertsiinymy bankamy Ukrainy / A. V. Tolstosheieva // Biznesinform. – # 5. – 2014. – S. 370-375.
7. Chaikovskyi Ya. I. Tendentsii, suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku bankivskoho kredytuvannia v Ukraini / Ya. I. Chaikovskyi // Ekonomichnyi analiz : Ekonomichna dumka, 2013. – T. 13. – S. 238-246.
8. Pro vyznachennia bankamy Ukrainy rozmiru kredytnoho ryzyku za aktyvnymy bankivskymy operatsiiamy [Elektronnyi resurs]: Postanova Pravlinnia NBU vid 30.06.2016 # 351. – Rezhym dostupu: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16
9. UkrSybbank. Ofitsiinyi veb-sait. – [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu: https://ukrsibbank.com/

Prostebi L. I.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Finance, Banking and Entrepreneurship
Chernivtsi Institute of Trade and Economics,
Kyiv National University of Trade and Economics

MONITORING CREDIT OPERATIONS OF COMMERCIAL BANKS

Now in Ukraine becomes important comprehensive theoretical and practical study of bank lending. This is caused by the need to ensure the quality of credit entities and people who seek to function effectively. Without the banking sector, particularly in lending, the Ukrainian economy will be difficult to overcome the crisis. For a loan – is an effective tool that mediates the process of production and sales. In addition, credit promotes scientific and technological development, the source of funding for capital investments, and so on.

In the scientific article the practical aspects of bank lending. Determined that the bank credit stands one of the leading forms of lending as economic entities and population. In today's economic realities bank lending serves an effective instrument for maintaining the stability of the economy.

The analysis of the dynamics of loans and advances to customers of PJSC «UkrSibbank» in the 2014-2016 biennium.

A monitoring customer credit portfolio concentration by industry of PJSC «UkrSibbank» for 2014-2016 years. It was found that due to high liquidity in local and foreign currencies in 2016 «UkrSibbank» continued development lending. Diversified customer base in the corporate sector, agricultural sector and increased presence in the market for personal financial services. Stable loan portfolio grew by 20% in 2016. The growth of loans occurred against the background of the formation of significant additional reserves associated with legacy mortgage portfolio in foreign currency.

It was found that the domestic market of bank loans in recent years characterized by a gradual increase in the loan portfolio of commercial banks. Bank lending market in Ukraine today is under revitalization. However, volumes should increase bank loans to economic entities working to improve the financial and economic mechanism of the banking system.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ

THE INVESTMENT CREDIT LENDING DEVELOPMENT PROBLEMS IN THE UKRAINIAN BANKS

УДК 336.531.2:336.77(477)

Сергєєва О.С.
к.е.н., старший викладач кафедри банківської справи
Одеського національного економічного університету
Очеретенко Я.О.
студент
Одеського національного економічного університету

У статті досліджено стан організації надання послуг інвестиційного кредитування в банках України. Для цього були проаналізовані та порівняні за необхідними критеріями запропоновані дослідженими банками продукти – інвестиційні кредити. Авторами було визначено переваги та недоліки продуктів кожного з досліджених банків, проаналізовано основні проблеми та надано практичні рекомендації, які при правильному застосуванні можуть нівелювати деякі негативні моменти.
Ключові слова: *інвестиційний кредит, банк, відсоткова ставка, забезпечення, застава, строк кредитування, умови кредитування.*

В статье исследовано состояние организации предоставления услуг инвестиционного кредитования в банках Украины. Для этого были проанализированы и сравнены по необходимым критериям предложенные исследованными банками продукты – инвестиционные кредиты. Автором были выявлены преимущества и недостатки продуктов каждого из исследованных банков, проанализированы основные проблемы и даны практические рекомендации, которые, при правильном применении, могут нивелировать некоторые негативные моменты.
Ключевые слова: *инвестиционный кредит, банк, процентная ставка, обеспечение, залог, срок кредитования, условия кредитования.*

The article examines the state of the provision of investment loans in Ukrainian banks. These was analyzed and compared according to the criteria products – investment loans proposed by the investigated banks. The author has identified the advantages and disadvantages of the products of each of the investigated banks, the basic problems and given practical recommendations, which in case of right application can diminish some negative aspects.
Key words: *investment loan, bank, interest rate, security, collateral, loan term, loan terms.*

Постановка проблеми. Наявні умови інвестиційного кредитування є несприятливими для його поширення серед потенційних позичальників, а самі банки не здатні забезпечити поширення даного кредитного продукту через недоліки законодавства та суспільний тиск, отже, на сьогоднішній день проблема видачі українськими банками інвестиційних кредитів постає достатньо відкрито. Але, не дивлячись на це, деякі українські банки пропонують своїм клієнтам надання інвестиційних кредитів на особливих умовах, хоча дані умови є далеко неідеальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі банківського інвестиційного кредитування було приділено достатньо уваги такими вітчизняними та зарубіжними дослідниками, як: Т. Васильєва, Н. Зінько, А. Кириченко, П. Друкер, Р. Ландау та іншими. Також рейтинговим порівнянням банків за статистичними показниками займається багато аналітичних ресурсів, інформація з яких широко використовується у різних дослідженнях.

Мета дослідження. Метою дослідження є конструктивне порівняння пропозицій українських банків стосовно видачі інвестиційних кредитів та зручності і привабливості цього процесу для клієнтів, тому було вирішено порівняти наявні на сьогоднішній день пропозиції українських банків щодо інвестиційного кредитування.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційне кредитування – це процес надання банком кредитів для реалізації інвестиційних проектів під майбутні доходи, які має одержати підприємство, та, за рахунок яких буде забезпечуватися повернення кредиту.

Інвестиційне кредитування, як об'єкт ринку банківських послуг, є продуктом з широко обумовленим попитом. Необхідність у ньому перш за все пов'язана з розбіжністю у часі руху матеріальних і грошових потоків, що виникає у процесі виробництва. Потреба в інвестиційному кредиті виникає зазвичай внаслідок необхідності одночасного інвестування великих сум грошових коштів для модернізації або відновлення виробничого процесу.

Інвестиційному кредитуванню властиві певні специфічні риси, а саме:

– об'єктом оцінки при кредитуванні є не позичальник, а інвестиційний проект;

– відсоток за інвестиційним кредитом не повинен перевищувати рівня дохідності інвестиційного проекту;

– строк інвестиційного кредиту обумовлений строком окупності інвестиційного проекту;

– інвестиційний кредит передбачає спеціальні вимоги до позичальника;

– інвестиційний кредит не може бути бланковим, тобто має обов'язково бути підкріпленим спеціальним забезпеченням [1].

Стосовно українського законодавства, в Україні можна використовувати такі види забезпечення інвестиційного кредиту: застава, ґарантія, іпотека, страхова угода.

Хочемо зазначити, що застава є матеріальним забезпеченням кредиту, а інші три види – нематеріальними забезпеченнями, тому застава є найпривабливішим видом забезпечення.

Предмет застави можна визначити за ст. 4 Закону України «Про заставу» [2], де йдеться,

що в якості предмету застави може виступати майно, яке, відповідно до українського законодавства, заставодавець може відчужувати, та, на котре може бути здійснене стягнення. Предметом застави можуть бути як речі, так і їх невіддільні плоди, якщо інше не передбачено договором.

Розглянувши відомі проблеми у сфері банківського інвестиційного кредитування в Україні, було вирішено проаналізувати пропозиції українських банків щодо видачі інвестиційних кредитів та виявити основні позитивні та негативні моменти.

Проаналізуємо пропозиції інвестиційних кредитів, надані наступними банками: ПАТ АБ «Південний», ПАТ «Креді Агріколь Банк», ПАТ «КредоБанк» та АТ «OtpBank». Проведемо порівняння за наступними критеріями:

Ціль, об'єкт кредитування. В інформаційному аркуші кожного банку наявна чітко прописана інформація щодо об'єкту видачі інвестиційного кредиту. Це гарантує те, що позичальник, котрий вперше користується даною послугою, зможе чітко визначити її цільове призначення.

Вимоги до позичальника. У банку Південний та банку ПАТ «Креді Агріколь Банк» обов'язковим критерієм для отримання інвестиційного кредиту є термін ведення бізнесу не менше одного року та регулярні надходження від основної діяльності. Можна стверджувати, що таким чином ці банки зменшують ризиковість видачі такої позики, одночасно не висуваючи вимог, що не дають клієнтам скористатися потрібними послугами (наприклад, АТ «OtpBank» з його найменшим терміном ведення бізнесу не менше 36 місяців).

Форма видачі позики. Дана інформація відсутня в усіх банках, окрім ПАТ «Креді Агріколь Банк», де чітко прописується кому, як і на яких умовах будуть надані кошти.

Максимальний термін надання позики. У ПАТ АБ «Південний» інвестиційний кредит надається на найкоротший термін – 3 роки, коли повний інвестиційний цикл з усіма можливими варіантами розвитку подій може складати більше 5-7 років. За цим критерієм АТ «OtpBank» та ПАТ «КредоБанк» мають кращі умови кредитування, а ПАТ «Креді Агріколь Банк» пропонує декілька строків кредитування залежно від цілі та об'єкту.

Валюта. Усі банки надають позику у стандартному наборі валют – гривнях, доларах США та євро, однак, ПАТ «КредоБанк» також видає позики у польських злотих. У ПАТ «Креді Агріколь Банк» отримати інвестиційний кредит в іноземній валюті можливо лише за умови наявності валютної виручки.

Відсоткові ставки. ПАТ АБ «Південний» та ПАТ «Креді Агріколь Банк» не публікують інформацію щодо відсоткових ставок за інвестиційним кредитом, що може потенційно знижувати інтерес до цього продукту саме у цьому банках, на відміну від ПАТ «КредоБанк», який має також змінні відсоткові ставки, залежні від процентних ставок на міжбанківських ринках, та АТ «OtpBank», де відсоткова ставка обирається залежно від терміну надання кредиту.

Комісія. ПАТ АБ «Південний» єдиний стягує чималу комісію за розгляд заявки. У той самий час інші банки стягують лише одноразову комісію у розмірі 1% від обсягу позики або встановленого ліміту. Це означає, що таким чином банк Південний зменшує ризик операції, але одночасно може втратити потенційного клієнта.

Умови погашення. Усі досліджені банки пропонують схожі графіки погашення, де відсотки погашаються щомісячно, а сума основного боргу – за класичним або індивідуальним графіком, хоча АТ «OtpBank» не надає на сайті інформації щодо погашення позики взагалі.

Забезпечення позики. Кожен із досліджених банків висуває схожі вимоги до застави: це має бути рухоме або нерухоме ліквідне майно або майно, придбане за запозичені кошти. ПАТ АБ «Південний» також пропонує надати додаткове забезпечення у вигляді поручительства бенефіціара або іншої юридичної особи, що полегшує надання забезпечення позики клієнтом.

Додаткові умови. ПАТ АБ «Південний» вимагає від позичальника, щоб у інвестиційний проект були внесені кошти самого позичальника у обсязі не менше, ніж 30% загальної вартості проекту. ПАТ «Кредобанк» розділяє обсяг долі власних коштів позичальника в залежності від типу платника ПДВ, а АТ «OtpBank» єдиний потребує обов'язкового першого внеску в обсязі 25% від суми позики.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження виявило, що кожен із вищеназваних банків має свої переваги та недоліки перед «колегами» такі, як:

– клієнт, що веде свій бізнес менше декількох років та хоче його розширити, не зможе взяти інвестиційний кредит у АТ «OtpBank»;

– у ПАТ «КредоБанк» в онлайн режимі відсутня інформація щодо вимог до позичальника;

– при онлайн ознайомленні з пропозиціями банків можуть виникнути питання щодо способу надання позики (дану інформацію цілісно надає лише ПАТ «Креді Агріколь Банк»);

– максимальний термін надання інвестиційного кредиту у ПАТ АБ «Південний» складає лише 3 роки, коли інші банки пропонують позики на 5 років, 7 років, а ПАТ «Креді Агріколь Банк» пропонує декілька термінів надання позики в залежності від об'єкту;

– ПАТ «Креді Агріколь Банк» надає позику в іноземній валюті лише за умови того, що позичальник має виручку у вигляді валюти, а ПАТ «КредоБанк» також може видати позику у польських злотих;

– в онлайн режимі ознайомитися з відсотковими ставками за інвестиційним кредитом можна

лише у АТ «OtpBank» та ПАТ «КредоБанка», а ПАТ АБ «Південний» та ПАТ «Креді Агріколь Банк» даної інформації не пропонують;

– ПАТ АБ «Південний» стягує комісію лише за розгляд заявки, в той час, коли в інших банках умови комісії більш-менш однакові і схожі за обсягами;

– в онлайн режимі АТ «OtpBank» не надає інформації щодо умов погашення кредиту;

– ПАТ АБ «Південний» пропонує, окрім основного, додаткове забезпечення позики у вигляді поручительства бенефіціара або юридичної особи;

– ПАТ АБ «Південний» вимагає від позичальника найбільшої участі власних коштів, а АТ «OtpBank» потребує обов'язкового першого внеску, чого не вимагає жодний з інших досліджених банків.

На підставі даних висновків можна дати наступні рекомендації:

– ПАТ АБ «Південний» необхідно переглянути максимальний термін надання позики, надати відкриту інформацію на сайті банку щодо відсоткових ставок за інвестиційним кредитом, переглянути обсяг комісій за розгляд заявок на отримання інвестиційного кредиту;

– ПАТ «Креді Агріколь Банк» варто оприлюднити інформацію щодо відсоткових ставок, щоби надалі підтримувати високий рівень зв'язку з потенційними клієнтами на всіх стадіях відносин;

– ПАТ «КредоБанк» варто опублікувати інформацію щодо вимог до позичальника, відсоткових ставок та комісій для залучення позичальників;

– АТ «OtpBank» варто надати інформацію щодо форми видачі інвестиційного кредиту, умов його погашення та переглянути обов'язкову умову надання позики у вигляді першого внеску.

На нашу думку, запропоновані заходи зможуть дати відчутний поштовх до покращення діяльності банків у сфері інвестиційного кредитування та збільшити обсяг видачі даного типу кредитів в Україні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пересада А. А., Майорова Т. В. Інвестиційне кредитування: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 271 с.
2. «Про заставу». Закон України 02.10.1992 № 2654-XII [зі змін. та доп.]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2654-12
3. Банк Південний «Інвестиційний кредит». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bank.com.ua/ru/msb/finance/investments/
4. Банк Креді Агріколь «Кредит на розвиток бізнесу». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://credit-agricole.ua/malomu-ta-serednomu-biznesu/finansuvannya/investicijne-kredituvannya-1073/kredit-na-rozvitok-biznesu
5. КредоБанк «Інвестиційний кредит». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kredobank.com.ua/for_small_business/credit_service/microcredit/10413.html#.WSQ1euvyjGj
6. OtpBank «Інвестиційний кредит». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ru.otpbank.com.ua/smb/investment-loans/

REFERENCES:

1. Peresada A. A., Maiorova T. V. Investytsiine kredytuvannia: Navch. posibnyk. – K.: KNEU, 2002. – 271 s.
2. «Pro zastavu». Zakon Ukrainy 02.10.1992 # 2654-XII [zi zmin. ta dop.]. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2654-12
3. Bank Pivdennyi «Investytsiinyi kredyt». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://bank.com.ua/ru/msb/finance/investments/
4. Bank Kredi Ahrikol «Kredyt na rozvytok biznesu». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://credit-agricole.ua/malomu-ta-serednomu-biznesu/finansuvannya/investicijne-kredituvannya-1073/kredit-na-rozvitok-biznesu
5. KredoBank «Investytsiinyi kredyt». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.kredobank.com.ua/for_small_business/credit_service/microcredit/10413.html#.WSQ1euvyjGj
6. OtpBank «Investytsiinyi kredyt». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://ru.otpbank.com.ua/smb/investment-loans/

Serhieieva O.S.
Candidate of Economic Sciences
Senior Instructor at Department of Banking
Odessa National Economic University
Ocheretenko Ya.O.
Student
Odessa National Economic University

THE INVESTMENT CREDIT LENDING DEVELOPMENT PROBLEMS IN THE UKRAINIAN BANKS

Nowadays the problem of the investment credit lending development in Ukrainian banks is quite serious: there are imperfections of the legislative base, tax pressure, high non-return risk, distrust of the people to banks and all these factors makes the promotion of such a specific loan too difficult.

This type of lending requires the client to conduct a quite long time in business, stable income, the availability of a sufficient number of their own funds and quick project payback, which is practically impossible in the current reality.

Despite these problems, Ukrainian banks are not giving up and keep on offering the investment loans to their clients. Every bank chooses his own lending terms in order to attract clients and do not receive losses because of the high risks, but most of their solutions are not perfect or inappropriate at all.

The terms of investment loans provided by Ukrainian banks have significant differences from each other and in the material supply these differences are even greater. Therefore, the research and comparison of investment loan proposals in Ukrainian banks helps in identifying advantages and disadvantages and provide an opportunity to give the necessary recommendations.

At the end of the research, the authors give practical recommendations for correcting the identified disadvantages and maintaining the advantages of the investigated banks for improving the quality of provided services and improving the state of investment lending in Ukraine.

ТРАКТУВАННЯ, УПРАВЛІННЯ, РОЛЬ ТА МІСЦЕ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ БАНКУ

INTERPRETATION, MANAGEMENT, ROLE AND PLACE OF BANK FINANCIAL RESOURCES

УДК 33:336

Успаленко В.І.
к.т.н., завідувач кафедрою фінансів та кредиту
Харківський національний університет будівництва та архітектури
Удовенко В.О.
студент
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Банківська система є ключовою складовою фінансової системи в цілому, а тому від рівня її розвитку та надійності залежить стан всієї фінансової системи держави. Фінансові ресурси банку відіграють важливу роль у його функціонуванні і досягненні банком своїх стратегічних завдань та цілей. У статті викладені основні аспекти трактування, управління фінансовими ресурсами банку, а також визначено їх роль та місце.
Ключові слова: *банк, банківська система, фінансові ресурси, фінансова система, банківські операції.*

Банковская система является ключевой составляющей финансовой системы в целом, а потому от уровня ее развития и надежности зависит состояние всей финансовой системы государства. Финансовые ресурсы банка играют важную роль в его функционировании и достижении банком своих стратегических задач и целей. В статье изложены основные аспекты трактовки, управления финансовыми ресурсами банка, а также определены их роль и место.
Ключевые слова: *банк, банковская система, финансовые ресурсы, финансовая система, банковские операции.*

The banking system is a key component of the financial system as a whole, and therefore the level of development and reliability depends on the state financial system. The financial resources of the bank play an important role in its functioning and achieving the bank of its strategic objectives and goals. The article outlines the main aspects of the treatment, management of financial resources of the bank and defines their role and position.
Key words: *bank, banking system, financial resources, financial system, banking operations.*

Постановка проблеми. Банківська система як складова фінансової системи будь-якої країни відіграє вирішальну роль у її економічному розвитку. Головні функції банків полягають у мобілізації тимчасово вільних грошових коштів і їх розміщенні від свого імені й за свій рахунок на умовах зворотності, терміновості і платності у формі кредитування держави, юридичних і фізичних осіб, у проведенні фінансових розрахунків і формуванні платіжної системи держави, здійсненні грошової емісії в банківській та депозитній формах тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. . Значну увагу темі депозитів приділяли такі видатні зарубіжні вчені [4; 7-10], як: А. Маршал, А. Сміт, П. Роуз, а також вітчизняні науковці М. Алексєєнко, О. Барановський, О. Дзюблюк, А. Мороз, О. Огієнко, М. Савлук. У своїх працях вони розглядали економічне значення депозитних операцій, їх вплив на ресурсну базу банку, технологію проведення депозитних операцій із фізичними та юридичними особами.

Формулювання цілей статті. Незважаючи на ґрунтовні наукові розробки з проблематики формування депозитних операцій банку слід зауважити, що існує потреба в подальшому дослідженні цього питання. Існуючий механізм формування депозитної політики банку навіть з урахуванням високого професіоналізму менеджерів і застосування сучасних рекомендацій щодо ведення банківського бізнесу, у яких береться до уваги вірогідність негативних результатів, в Україні все ще має значний ступінь ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансові ресурси банку [6] – це залучені та запозичені банком кошти від суб'єктів економічної діяльності та фізичних осіб, а також власні банківські кошти(власний капітал), які перебувають у розпорядженні банку і використовуються ним для кредитних, інвестиційних та інших активних операцій, а також для надання послуг(гарантійних, посередницьких, консультаційних, інформаційних, трастових тощо) з метою отримання достатнього прибутку.

Фінансові ресурси банку відіграють важливу роль у його функціонуванні і досягненні банком своїх стратегічних завдань та цілей. Тому їх аналіз є вкрай необхідним у першу чергу для прийняття виважених управлінських рішень для досягнення цих цілей. Безумовно управлінські рішення не базуються тільки на результатах аналізу фінансових ресурсів банку, вони також опираються на результати загального аналізу банку, складовою якого є аналіз його фінансових ресурсів, а також на результати аналізу навколишнього економічного середовища, переваг конкурентів та особливостей і поточної ситуації на тому сегменті ринку банківських послуг, в якому працює банк [12; 6]. Проте, загальний банківський аналіз є одним із ключових елементів у процесі управління діяльністю банку.

Основні напрями дослідження суті фінансових ресурсів можна згрупувати, як ті, що аналізують напрям використання ресурсів, ті, що аналізують структуру ресурсів та ті, що досліджують джерело надходження ресурсів.

До представників першого напряму належить російський учений В. В. Бочаров, який визначає фінансові ресурси, як матеріальну основу

фінансів, що формують фінансовий потенціал будь-якого економічного суб'єкта, створюючи сприятливі умови для його виробничого та науково-технічного зростання [9].

Аранчій В.І. визначає фінансові ресурси, як суму коштів, що спрямовані в основні та оборотні засоби підприємства [2, с. 29]. Ще одним представником цього підходу є Слав'юк Р.А., який визначає фінансові ресурси, як «грошові доходи та надходження, що перебувають у розпорядженні суб'єктів господарювання і призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат на розширене відтворення та економічне стимулювання працівників» [10, с. 177].

Представники структурного підходу визначають фінансові ресурси, як грошові фонди і частину грошових коштів, яка використовується у нефондовій формі [7, с. 10]. Однак, слід зважати на те, що в сучасних умовах грошові кошти не формуються у грошові фонди і не вилучаються з кругообігу, а використовуються підприємством залежно від потреби та наявності на підприємстві [8].

Представники третього напряму, визначаючи фінансові ресурси, враховують, крім напряму використання, джерело створення. Зокрема, згідно визначення Філімоненкова О.С., фінансові ресурси підприємства – це власний, позичений та залучений грошовий капітал, що використовується підприємствами для формування своїх активів та здійснення виробничо-фінансової діяльності, з метою отримання відповідного доходу, прибутку [17, с. 18].

Ресурси окремо взятого комерційного банку – це кошти, якими розпоряджається банк і використовує їх для забезпечення своєї діяльності на комерційних засадах та згідно з вимогами регулятивних органів [7].

Існують дві основні точки зору з приводу визначення поняття «ресурси банку». Одна з них спирається на джерело їх формування, інша [13] – на напрям призначення. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б є прихильниками першого напряму трактування: банківські ресурси – це складова фінансових ресурсів, яка складається з власних та залучених засобів [1].

У «Словнику з економіки та фінансів» наводиться другий варіант визначення, а саме: ресурси банку представляють собою сукупність засобів, що знаходяться у розпорядженні банку та використовуються для кредитних та інших активних операцій [5]. Слід зауважити, що у наведених визначеннях поняття «банківські ресурси» та «ресурси банку» використовуються, як синоніми, і ми у своїй роботі не виділяємо різниці між ними. Обидва визначення є вірними, тому буде доречним поєднати їх та розглядати банківські ресурси, як частину фінансових ресурсів, що складається із власних та залучених засобів і знаходяться у розпорядженні банку з метою використання в кредитних та інших активних операціях.

Разом з високим рівнем досліджень проблематики банківської діяльності в науковій літературі відсутній єдиний підхід до визначення фінансових ресурсів банку. Особлива полярність поглядів спостерігається в українських і західних учених.

У наукових працях провідних економістів Заходу переважно не вживається термін «фінансові ресурси банку». Едвін Дж. Долан, Колін Д. Кемпбелл і Розмарі Дж. Кемпбелл, досліджуючи джерела грошових коштів банку, пропонують звернутися «до правого боку банківського балансового звіту», де відображені депозити, позики й акціонерний капітал банку. Аналогічний підхід використано у науковій праці «Коммерческие банки» за редакцією Е. Ріда, Р. Коттера й Е. Гілла, де вивчення основ банківської справи пропонується почати з розгляду основних груп статей балансу банку. Англійські економісти Д. Полфреман і Ф. Форд також зосереджують увагу винятково на пасивних операціях, при цьому термін «фінансові ресурси банку» не використовується [10]. Західні науковці ресурси банку розглядають з точки зору бухгалтерського обліку та з позиції управління пасивами, не використовуючи при цьому термін «фінансові ресурси банку».

У наукових працях російських та українських дослідників використовується термін «фінансові ресурси», але при цьому спостерігається його різностороннє трактування. Фінансові ресурси банку часто ототожнюються з термінами «банківські ресурси» і «ресурсна база банку». Н. Г. Антонов і М. А. Пессель [1] близькі до позиції економістів Заходу, оскільки вони на перше місце ставлять пасиви й ототожнюють їх із фінансовими ресурсами банку. Прихильником бухгалтерського підходу є В. І. Колесников [11], який поділяє позицію Н. Г. Антонова та М. А. Песселя, зазначаючи, що банківські ресурси формуються в результаті проведення банками пасивних операцій і відображаються в пасиві балансу банку. Російський дослідник І. О. Лаврушин, трактуючи суть фінансових ресурсів банків, пропонує відобразити джерела їхнього формування та напрями використання [13].

Він визначає фінансові ресурси банків як власні капітали та фонди, а також кошти, залучені банками у процесі пасивних і активно-пасивних операцій (у частині перевищення пасиву над активом), що використовуються для активних операцій.

Трактування фінансових ресурсів банку визначається специфікою діяльності банківських установ, які з одного боку виступають, як фінансові інститути, що беруть участь у перерозподілі вільних фінансових ресурсів, а з іншого – як суб'єкти господарювання, які використовують фінансові ресурси у своїй діяльності. Найбільш прийнятним визначенням фінансових ресурсів банку є

визначення представлене К. Волохатою, оскільки у її трактуванні поєднано три підходи визначення сутності фінансових ресурсів, а саме: напрям використання, структуру і джерело надходження. Згідно із запропонованим визначенням, фінансові ресурси банку – це сукупність акумульованих з різних джерел коштів, які формуються у процесі розподільчих та перерозподільних відносин і використовуються в банківській діяльності з метою отримання прибутку [9].

Управління фінансовими ресурсами банку – це відносно молода наука, яка спирається на досвід цілого ряду досліджень у сфері управління. Тому для уточнення сутності процесу управління фінансовими ресурсами, доречним буде дослідити витоки та передумови його існування.

Управління як вид людської діяльності існує з тих пір, коли виникла необхідність у спільній праці людей. Історія управління написана головним чином тими, хто оволодів мистецтвом управління на практиці. Основоположником теорії управління та головним центром її розвитку вважають Америку.

В основу американської теорії та практики управління лягли роботи француза Анрі Файоля. Наприкінці XIX сторіччя він управляв вугільними шахтами та написав книгу «Принципи управління». Збагатив теорію та практику управління Честер Бернард, президент компанії «Нью Джерсі белл», завдяки своїй книзі «Функції управлінця». Нові горизонти були відкриті завдяки Альфреду Слоуну, який впроваджував новаторські ідеї в управлінні компанії «Дженерал Моторс» та Генрі Форду у компанії «Форд Моторс Компані». Нобелевський лауреат Г. Саймон визначив управління у широкому розумінні, як діяльність групи людей, що об'єднують свої зусилля для досягнення загальних цілей [3]. Генрі Таун, один із засновників та президент компанії «Yale and Town Manufacturing», у своїй доповіді «Інженер у ролі економіста» визначив управління, як трудовий процес [7].

Основною тенденцією розвитку управлінської думки останні 90 років є прагнення перетворити управління у науку. Однак, протиріччя між вимогами науковості, раціональності з одного боку та реальною поведінкою людей – з іншого ставлять серйозні методологічні проблеми, що стосуються їх взаємозв'язку. Специфіка теорії управління полягає у її міждисциплінарному характері, а її відмінна риса у орієнтації на розв'язання практичних задач [6]. Ф Тейлор у своїй роботі «Принципи наукового менеджменту» обґрунтовує сутність наукового значення управління та вбачає основну задачу управління у досягненні максимальної вигоди для управлінця у поєднанні із досягненням максимального добробуту кожного робітника [6]. Ф.Тейлора поправу вважають «батьком наукового менеджменту».

Механістичній науковій картині світу кінця XIX – початку XX століття відповідала класична теорія управління, що відповідала методологіям редукціонізму, об'єктивізму та елементаризму. Сучасна концепція теорії управління включає в себе системний підхід, визнання невизначеності, як невід'ємного атрибуту управлінської ситуації, установку на вивчення процесів самоорганізації та адаптації до зовнішнього середовища [6].

Це пов'язано із появою серйозних структурних суспільно-політичних та економічних змін. Ці зміни характеризуються різного роду кризами (цивілізаційними, антропологічними, економічними, екологічними і т.п.), що ускладнюються глобалізацією суспільних процесів. Глобалізація в свою чергу супроводжується застосуванням нових інформаційних технологій, що змінюють співвідношення централізації та децентралізації управління. У зв'язку з перерахованими змінами, більшість східних концепцій стали неадекватними дійсності через те, що вони спираються і вважають за фундамент ефективного управління соціальний аспект діяльності людини. Д. Макгрегор вважає, що сучасне економічне управління має фундаментальні методи для досягнення суспільних цілей [13]. Е.А. Смірнов досліджує питання сучасної філософії управління та вказує на складність, багатоаспектність, невизначеність та нелінійність людської діяльності та її мотивів. У цьому ж аспекті працює російський науковець Г.Квасов, який за основу теорії управління вважає людське буття.

На сьогоднішній день в теорії управління накопичена значна кількість знань, завдяки яким була сформована наука про управління в цілому. Дослідження в одних сферах управління були доведені до свого логічного кінця, в інших – досі продовжуються. До останніх належать розділи з теорії нелінійних, адаптивних, оптимальних систем. У 1970 році вірменський науковець Ф. Чакі випустив у світ книгу, присвячену сучасним теоріям управління саме в таких системах. У своїй роботі він досліджує процес управління у багатовимірних об'єктах складної ієрархічної структури. Загалом точкою відліку формування сучасної теорії управління складними системами можна вважати 1948 рік, коли Н. Вінер опублікував свою знамениту книгу «Кібернетика, або управління та зв'язок у тварині та машині», де було висвітлено проблеми управління та зв'язку для найрізноманітніших систем під єдиним кутом зору.

На сьогоднішній день розгляд таких систем став популярним та широко розповсюдженим у економіці, зокрема, у її фінансовій структурі. Це пов'язано з новим витком економіки в цілому – переходом до ринкової економіки. Виникнення цього етапу породило необхідність у вивченні вже відомої на сході науки – фінансового менеджменту. Група науковців Грошев В.П., Коротков Е.М., Ніко-

рук М.В., Стоянова Е.А. у своїй книзі [12] трактують це поняття, як науку управління фінансами підприємства, що направлена на досягнення його стратегічних цілей. Батрін Ю.Д. та Фомін П.А. у своїй роботі [4] розглядають особливості управління фінансовими ресурсами підприємств, методичні аспекти процесів бюджетування, контролю та аналізу виконання бюджету. Ральф Вінс досліджував процес управління фінансовими ресурсами [7], спираючись на теорію портфелів. Басалай С.І. пропонував можливі механізми управління фінансовими ресурсами, розглядав основні аспекти стратегічного фінансового планування і моделювання, а також досліджував застосування запропонованих методів в умовах кризи макроекономіки та політичної невизначеності [3]. Однак, сфера фінансів, а зокрема, фінансових ресурсів є широкою у своєму розумінні. Фінансові ресурси можна розглядати з огляду їх формування, призначення, сфери застосування, обороту та джерел надходження. Актуальною та необхідною до розгляду в сучасній економічній ситуації є сфера банківських ресурсів. Це обумовлено наступними чинниками [14]:

– банки виконують ряд специфічних функцій, різних за своїм характером та цільовим призначенням і є нехарактерними для будь-якої іншої установи або організації;

– сфера банківської діяльності обслуговує сферу промислового виробництва і має свої специфічні традиції та норми;

– відсутність у сфері фінансової діяльності банку науково - обґрунтованих методів управління ресурсами, які можна було б порівняти за ефективністю із технічними системами.

Управління фінансовими ресурсами є складовою загального процесу управління в банку, що організовано з метою ефективної діяльності всіх його структурних підрозділів для розв'язання поставлених перед банком задач. Теорія управління банківськими ресурсами є досить молодою, але вже існують обґрунтовані та змістовні роботи, що заслуговують особливої уваги.

Лаптирьов Д.А. досліджував систему управління банківськими ресурсами, розглядаючи банк, як кібернетичну систему, що взаємодіє із зовнішнім середовищем, і є керованою, впорядкованою та організованою [14]. Питанням формування та розподілу банківськими ресурсами займався І. В. Вишняков.

У своєму дослідженні процесу формування банківських ресурсів [8] він стверджує, що основним джерелом акумулювання коштів комерційних банків є «депозити до запитання». Їх основною особливістю є можливість миттєвого вилучення депозиту з банку. Даний вид ресурсів, на думку автора, є ризикованим. Вишняков спробував змоделювати динаміку об'ємів як окремих депозитів «до запитання», так і сукупності всього банківського ресурсу даного виду. Він запропонував модифікації стохастичних мультиплікативних моделей динаміки об'єму депозитів, враховуючи невизначеність у поведінці вкладника та використовуючи деякі схеми теорії надійності та теорії масового обслуговування. Розробки М.М. Родіонова також були присвячені питанню управління банківськими ресурсами, їх втратами [2]. Науковець запропонував оптимізаційну модель розподілу витрат за індивідуальним ризиком у складі портфеля та вивів рівняння для розрахунку кредитних лімітів при степеневих функціях корисності. Задачу визначення напрямів та об'ємів розподілу банківських ресурсів досліджувала Малахова О.Л. [15]. Предметом її досліджень є процес функціонування банківської системи України у взаємодії з підприємствами реального сектора економіки. Малахова О.Л. обґрунтовує теоретичні засади організації та визначає шляхи удосконалення роботи банків у механізмі кредитного забезпечення підприємницької діяльності як цілісної системи.

На сьогоднішній день за напрямами банківського управління розрізняють фінансовий та організаційний менеджмент. Організаційний менеджмент направлений на розв'язання проблеми раціональної організації та управління колективом, створення організаційних структур та систем забезпечення діяльності банку. Фінансовий менеджмент охоплює управління фінансовими процесами, що знаходяться у компетенції банку.

Фінансовий менеджмент у банку включає управління активами і пасивами, ризиками, власним капіталом, ліквідністю та резервами, банківськими портфелями, фінансове планування [2]. Управління фінансовими ресурсами банку є складовою фінансового менеджменту банку і представляє собою процес формування фінансових ресурсів у тісному взаємозв'язку з їх розміщенням. Питанням формування структури банківських фінансових ресурсів, їх розподілу та оптимізації складу займалось багато науковців, зокрема, І В. Вишняков, який у своєму дослідженні процесу формування банківських ресурсів стверджує, що основним джерелом акумулювання коштів комерційних банків є «депозити до запитання» [8]. Розробки М.М. Родіонова [22] також були присвячені питанню управління банківськими ресурсами, їх втратами.

Задачу визначення напрямів та об'ємів розподілу банківських ресурсів досліджувала О.Л. Малахова [15]. М.П. Могильницька дослідила тенденції розвитку ресурсної бази банківських установ та їх інвестиційної діяльності [16]. З'ясуванням видів фінансових ресурсів, шляхів їх пошуку та акумуляції займались І.А. Бланк [5] та А.А. Пересада [11].

Висновки з проведеного дослідження. Управління фінансовими ресурсами банку є багатоаспектним процесом і може мати безліч інтерпретацій та тлумачень, однак, для правильного розуміння його сутності та основ, запропоновано структурний

аналіз попередніх досліджень у сфері фінансових ресурсів щодо понятійно-категорійного апарату, у результаті чого було визначено фінансові ресурси банку, як сукупність акумульованих з різних джерел коштів, які формуються у процесі розподільчих та перерозподільних відносин і використовуються у банківській діяльності з метою отримання прибутку. З метою визначення сутності процесу управління фінансовими ресурсами банків проведено аналіз досліджень у сфері теорії управління, з'ясовано витоки цього процесу, його специфіку у сфері фінансів та особливості у банківському секторі. У результаті управління фінансовими ресурсами банків визначено, як процес формування фінансових ресурсів банку у тісному взаємозв'язку з їх розміщенням. На сьогоднішній день зазначене коло питань є важливою сферою дослідження банківського сектору і одним із ключових елементів для забезпечення ефективного та стабільного функціонування банківської системи України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Витвицкий М. Структурированные депозиты / М. Витвицкий // Банковский менеджмент. – 2009. – № 3. – С. 43-47.
2. Вожжов А.П. Депозити до запитання у формуванні стабільної і керованої ресурсної бази банків / А.П. Вожжов // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 11. – С. 5-8.
3. Дребот Н.П. Стратегія банківської установи на ринку депозитних послуг / Н.П. Дребот, О.Р. Галько // Регіональна економіка. – 2008. – № 4. – С.125-132.
4. Кандєєва А. Депозитам потрібні «вітаміни росту»? / А. Кандєєва // Банківська практика за кордоном. – 2006. – № 5. – С. 34-38.
5. Кожель Н.О. Оцінка факторів впливу на процес формування та реалізації депозитної політики банку / Н.О. Кожель // Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/4061/1/2005-22.pdf.
6. Корнєєв В. Банківський сервіс на ринках залучення і розміщення капіталу / В. Корнєєв // Банківська справа. – 2006. – № 1. – С. 82-93.
7. Маркова О.М. Коммерческие банки и их операции: Учебное пособие / Маркова О.М., Сахарова Л.С., Сидоров В.Н. – М.: ЮНИТИ, 1995. –С. 19-20.
8. Мельникова І.М. Маркетингові аспекти формування депозитної бази комерційного банку / Мельникова І.М. // Банківська спра- ва. – 2005. – №3. – С. 40-41.
9. Рисін В.В. Роль депозитів населення у формуванні ресурсної бази банку / В.В. Рисін // Регіональна економіка. – 2007. – № 1. – С. 229-237.
10. Сімонова О.Л. Модель управління якістю депозитних послуг комерцій- ного банку / Сімонова О.Л. // Банківська система України: теорія і практика становлення. Збірник наукових праць 2т. – Суми: Ініциатива, 2007 – Т.2. – С. 520-528.
11. Тавасиев А.М. Банковское дело. Управ- ление и технологии: Учебник / Тавасиев А.М. – ЮНИТА-ДАНА, 2005. – 269 с.
12. Тютюнник А.В. Банковское дело / Тютюнник А.В., Турбанов А.В. – М.: Фінанси і статистика, 2005. – 353 с.
13. Barr, Nicholas. The welfare state as piggy bank: Inform., risk, uncertainty, the role of the state / Barr, Nicholas. – Oxford [etc.] Oxford univ. press 2001. – 295 с.
14. Demirgüç-Kunt, Asli. Determinantes of deposit-insurance adoption and design / [Demirgüç-Kunt, Asli; Kane, Edward J.; Laeven, Luc]. – Washington World bank, Development research group, Finance team 2006. – 74 с.
15. Shihata, Ibrahim F.I. The World bank Inspection panel: in practice / Shihata, Ibrahim F.I. – New York Oxford univ. press 2000. – 510 с.

REFERENCES:

1. Vitvitskiy M. Strukturirovannye depozity / M. Vitvitskiy // Bankovskiy menedzhment. – 2009. – № 3. – S. 43-47.
2. Vozhzhov A.P. Depozyty do zapytannia u formuvanni stabilnoi i kerovanoi resursnoi bazy bankiv / A.P. Vozhzhov // Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy. – 2002. – # 11. – S. 5-8.
3. Drebot N.P. Stratehiia bankivskoi ustanovy na rynku depozytnykh posluh / N.P. Drebot, O.R. Halko // Rehionalna ekonomika. – 2008. – # 4. – S. 125-132.
4. Kandieieva A. Depozytam potribni «vitaminy rostu»? / A. Kandieieva // Bankivska praktyka za kordonom. – 2006. – # 5. – S. 34-38.
5. Kozhel N.O. Otsinka faktoriv vplyvu na protses formuvannia ta realizatsii depozytnoi polityky banku / N.O. Kozhel // Rezhym dostupu: http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/4061/1/2005-22.pdf.
6. Kornieiev V. Bankivskyi servis na rynkakh zaluchennia i rozmishchennia kapitalu / V. Kornieiev // Bankivska sprava. – 2006. – # 1. – S. 82-93.
7. Markova O.M. Kommercheskie banki i ikh operatsii: Uchebnoe posobie / Markova O.M., Sakharova L.S., Sidorov V.N. – M.: YuNITI, 1995.S. 19-20.
8. Melnykova I.M. Marketynhovi aspekty formuvannia depozytnoi bazy komertsiinoho banku / Melnykova I.M. // Bankivska spra- va. – 2005. – #3. – S. 40-41.
9. Rysin V.V. Rol depozytiv naselennia u formuvanni resursnoi bazy banku / V.V. Rysin // Rehi- onalna ekonomika. – 2007. – # 1. – C. 229-237.
10. Simonova O.L. Model upravlinnia yakistiu depozytnykh posluh komertsii- noho banku / Simonova O.L. // Bankivska systema Ukrainy: teoriia i praktyka stanovlennia. Zbirnyk nau- kovykh prats 2t. – Sumy: Initsyatyva, 2007 – T.2. – S. 520-528.
11. Tavasiev A.M. Bankovskoe delo. Uprav- lenie i tekhnologii: Uchebnik / Tavasiev A.M. – YuNITA-DANA, 2005. – 269 s.
12. Tyutyunnik A.V. Bankovskoe delo / Tyutyunnik A.V., Turbanov A.V. – M.: Finansi i statistika, 2005. – 353 s.
13. Barr, Nicholas. The welfare state as piggy bank: Inform., risk, uncertainty, the role of the state / Barr, Nicholas. – Oxford [etc.] Oxford univ. press 2001. – 295 с.
14. Demirgüç-Kunt, Asli. Determinantes of deposit-insurance adoption and design / [Demirgüç-Kunt, Asli; Kane, Edward J.; Laeven, Luc]. – Washington World bank, Development research group, Finance team 2006. – 74 s.
15. Shihata, Ibrahim F.I. The World bank Inspection panel: in practice / Shihata, Ibrahim F.I. – New York Oxford univ. press 2000. – 510 s.

Uspalenko V.I.
Candidate of Technical Sciences,
Head of Department of Finance and Credit
Kharkiv National University of Construction and Architecture
Udovenko V.O.
Student
Kharkiv National University of Construction and Architecture

INTERPRETATION, MANAGEMENT, ROLE AND PLACE OF BANK FINANCIAL RESOURCES

The banking system as part of the financial system in any country plays a crucial role in its economic development. The main function of banks is to mobilize temporarily free funds and their placement on its own behalf and for its own account on the terms of repayment, urgency and payment in the form of loans the state, businesses and individuals to conduct financial settlement and the formation of the payment system of the state, the implementation of monetary emission banking and deposit forms and more.

The financial resources of the bank play an important role in its functioning and achieving the bank of its strategic objectives and goals. Therefore, their analysis is essential first to make informed management decisions to achieve these goals. Of course, management decisions are not based only on an analysis of the financial resources of the bank, they also are based on the results of the general analysis of the bank, part of which is the analysis of its financial resources, as well as an analysis of the economic environment, the advantages of competitors and the characteristics and the current situation on the segment banking market in which it operates. However, total bank analysis is a key element in the management of the bank.

Together with a high level of research issues of banking activities in the scientific literature there is no uniform approach to determining the financial resources of the bank. Special polarity of views observed in the Ukrainian and foreign scientists.

Financial management of the bank is a multifaceted process and can have many interpretations and interpretations, but for a proper understanding of its essence and fundamentals of proposed structural analysis of previous research in the area of financial resources on conceptual and categorical apparatus therefore been identified financial resources of the bank as a set of accumulated funds from various sources, which are formed in the distribution and redistribution relationships and are used in the banking business for profit in.

ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ

EVALUATION OF DEVELOPMENT LEVEL OF PAYMENT CARD MARKET IN UKRAINE

УДК 336.717.13(477)

Онищенко Ю.І.
к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет
Фаліс А.А.
студентка
Одеський національний економічний університет

Статтю присвячено оцінці рівня розвитку ринку платіжних карток в Україні. На основі аналізу, узагальнення й систематизації наукових джерел запропоновано методику аналізу ринку платіжних карток в Україні. Авторами запропоновано узагальнити оцінку ринку платіжних карток у єдину систему, яка включає в себе три складових: аналіз інфраструктури, масштабів ринку платіжних карток та оцінку розвитку карткових розрахунків. Зроблені у статті висновки дозволять сформулювати економічно ефективні заходи з оптимізації структури ринку платіжних карток в Україні.

Ключові слова: *банк, пластикова картка, ринок банківських платіжних карток, безготівкові розрахунки, готівкові розрахунки банкомат, POS-термінал*

Статья посвящена оценке уровня развития рынка платежных карт в Украине. На основе анализа, обобщения и систематизации научных источников предложено методику анализа рынка платежных карт в Украине. Авторами предложено обобщить оценку рынка платежных карт в единую систему, которая включает в себя три составляющих: анализ инфраструктуры, масштабов рынка платежных карточек и оценку развития карточных расчетов. Сделанные в статье выводы позволят сформулировать экономически эффективные меры по оптимизации структуры рынка платежных карт в Украине.

Ключевые слова: *банк, пластиковая карта, рынок банковских платежных карт, безналичные расчеты, наличные расчеты, банкомат, POS-терминал.*

In this article the evaluation of development level of payment card market in Ukraine is conducted. The new methodology of payment card market analysis on the basis of generalization and systematization of different scientific sources are suggested. The unified system which includes three components: analysis of infrastructure and scale of payment card market and assessment of card payment development in the country is proposed. Conclusions that are made in article allow to formulate cost-effective measures to optimize the payment card market structure in Ukraine.

Key words: *bank, loans, plastic cards, market of bank payment cards, non-cash payments, ATM, POS-terminal.*

Постановка проблеми. В умовах розвитку міжнародних економічних зв'язків відбувається процес інтеграції економік окремих держав і розвитку платіжних систем, зокрема, в напрямі розвитку безготівкових форм розрахунків, які у свою чергу знайшли широке застосування в сучасності. Одним з інструментів безготівкових розрахунків є банківська платіжна картка. У більшості економічно розвинених країн платіжна картка є невід'ємним атрибутом сфери торгівлі і послуг, проведення операцій за допомогою платіжних карт показує ступінь інтегрованості банківської системи і суспільства, а питома вага безготівкових розрахунків в промислово розвинених країнах досягає 90% у структурі всіх грошових операцій. В Україні тим не менш на сьогодні ринок банківських платіжних карт демонструє високі темпи росту, які будуть зберігатися та розвиватися разом з темпами економічного розвитку.

Однак, не дивлячись на активний розвиток цього напряму банківського бізнесу, в Україні все ще не розроблена єдина законодавчо встановлена методика оцінки даного виду діяльності, що й ускладнює процеси прогнозування та планування. Відсутність методики аналізу та оцінки розвитку ринку банківських карток пояснюється тим, що в нашій країні на відміну від західних країн, пріоритетним напрямом розвитку є не динаміка розвитку, а його технологічність, в Україні не накопичено достатньо досвіду використання платіжних карток, а відповідно відсутня теоретична база для розробки такої методики аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам функціонування ринку платіжних карток присвячено праці таких економістів, як: М. Колдовський [1], І. Курдельчук[2], які розглядали ризики банківського карткового бізнесу, а також Р. Капралов та В. Харченко [3], дослідження яких присвячені статистичному аналізу ринку банківських платіжних карток в Україні.

Сучасна та вітчизняна наукова література налічує безліч визначень до такого поняття, як «ринок банківських платіжних карток». Розглянувши статті та доповіді деяких авторів, можна визнати найбільш влучними думки наступних авторів.

Гартінгер Р.О. у своїй статті «Ринок банківських платіжних карток як засіб розвитку безготівкових розрахунків» [4] визначає поняття рину платіжних карток, як сукупність економічних відносин та взаємодії з метою координації розробки платіжних інструментів і послуг, формування цін на них та їх надання користувачам.

За думкою Бикмаєва Ш.Р. [5], ринок платіжних карток уважається сукупністю економічних відносин між учасниками (держателем платіжної карти, банком-еквайром, процесинговим центром, банком-емітентом, торговельною точкою обслуговування, розрахунковим банком та центральним банком), що виникають у процесі емісії, обігу та обслуговування платіжних карт.

Корецька Н.І., Збирун Д.В. [6] зазначають, що ринок платіжних карток – це сукупність відносин, пов’язаних із процесами купівлі-продажу товарів

та послуг, отримання готівки за допомогою банкоматів, а також здійснення операцій за допомогою інших каналів обслуговування.

На нашу думку, кожне з наведених тверджень є вірним, адже будь-яке з них розкриває сутність ринку банківських платіжних карток під певним кутом зору.

Постановка завдання. Метою дослідження є оцінка рівня розвитку ринку платіжних карток в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів [1; 2; 3; 4; 5; 6], дозволив виділити основні напрями аналізу ринку платіжних карток в Україні:

1) аналіз інфраструктури ринку банківських платіжних карток;

2) аналіз масштабів ринку банківських платіжних карток;

3) оцінка рівня розвитку карткових розрахунків.

На нашу думку, здійснення аналізу вітчизняного ринку платіжних карток за цими напрямами дозволить сформувати основні переваги та недоліки його формування в Україні, а також виявити перспективи його розвитку.

По-перше, необхідно проаналізувати інфраструктуру ринку банківських платіжних карток в Україні. Під інфраструктурою ринку розуміють сукупність банкоматів та POS-терміналів, які забезпечують ефективне та безперебійне здійснення готівкових та безготівкових операцій.

Показники, що дозволяють, на нашу думку, оцінити ступінь розвитку інфраструктури ринку платіжних карток в Україні, наведені в табл. 1.

Показники першої групи дають змогу оцінити розвиток інфраструктури ринку банківських платіжних карток. При цьому варто підкреслити, що дані показники є інформативними лише в порівнянні з відповідними показниками за іншими країнами.

Зазначимо, що такі показники, як кількість банкоматів, у розрахунку на 100 тис.осіб, та кількість POS-терміналів, у розрахунку на 100 тис.осіб, сьогодні розраховуються та надаються практично всіма країнами світу, що дозволяє їх проаналізувати як за розвиненими країнами, так і за тими країнами, що схожі за своїми економічними характеристиками до України.

Тенденцію кількості банкоматів та POS-терміналів у розрахунку на кількість населення можемо прослідкувати на рис. 1.

Зазначимо, що дані показники можна легко проаналізувати як за Україною, так і за іншими країнами світу, використовуючи дані сайту The Word

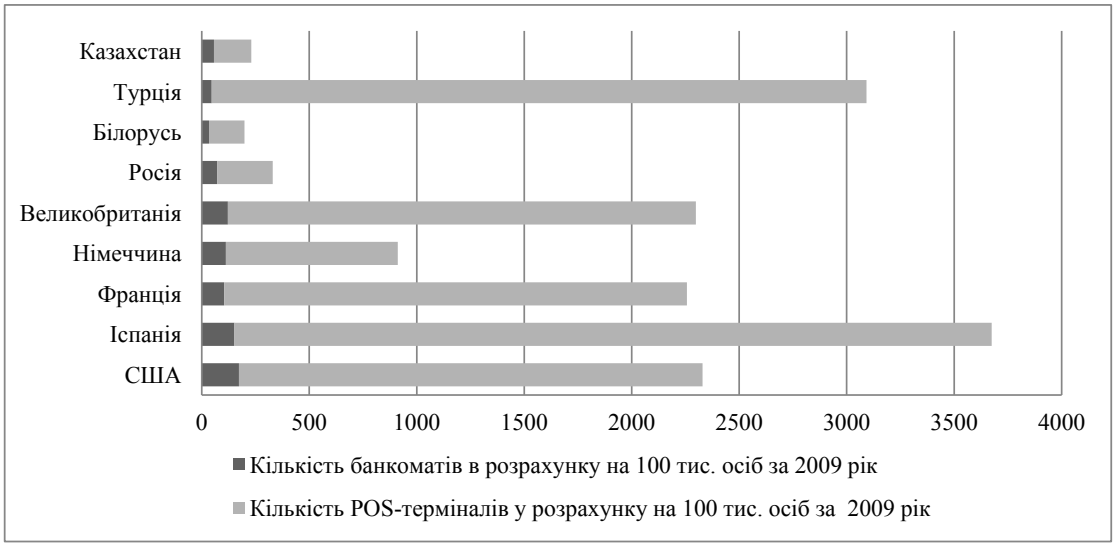


Рис. 1. Показники оцінки інфраструктури ринку платіжних карток у деяких країнах світу за 2009 рік

Джерело: розроблено авторами за даними [8]

Таблиця 1

Показники оцінки інфраструктури ринку платіжних карток

Показник	Розрахунок показника	Характеристика
Кількість банкоматів, в розрахунку на 100 тис.осіб	$\frac{\textit{кількість банкоматів}}{\textit{чисельність населення}}$	Дозволяє оцінити інфраструктуру ринку пластикових карт загалом в Україні (в порівнянні з іншими країнами)
Кількість POS-терміналів, в розрахунку на 100 тис.осіб	$\frac{\textit{кількість POS-терміналів}}{\textit{чисельність населення}}$	

Bank [8]. Найбільш повна інформація за країнами була представлена станом на 2009 р.

Підкреслимо, що у країнах з різним рівнем економічного розвиту – значно різниться числове значення показника. З рисунку можна побачити, що на найбільші за показником кількості POS-терміналів є Турція та Іспанія: 3045,9 шт. та 3523,1 шт. відповідно. Далі йдуть Великобританія – 2176,9 шт., США – 2156,5 шт. та Франція – 2152,8 шт. Україна займає останню позицію із значенням 73,3 шт.

Із банкоматами ситуація дещо інша, найбільша концентрація припадає на США (172,9 шт.), Іспанію (151,7 шт.), Великобританію (121,5 шт.), Німеччину (112,3 шт.) та Францію (104,1 шт.). Україна із значенням 20,5 шт. також знаходиться на останньому місці, це пов'язано перш за все із різною чисельністю населення та потреб населення у концентрації банківських автоматизованих пристроїв самообслуговування.

Проаналізуємо динаміку зазначених показників більш детально за Україною (див. рис. 2).

З рисунку можна побачити поступове збільшення показника «кількість банкоматів» у період 2009-2014 рр., та його зниження, починаючи з 2015 року. Щодо кількості POS-терміналів у розрахунку на 100 тис. осіб, то тенденція є ідентичною. Стрімке зростання їх кількості у період 2010-2014 рр. та різкий спад у 2014-2016 рр.

Для банку застосування банкоматів реалізує прагнення: наблизити свої послуги до клієнтів; розширити часові і просторові рамки, в яких клієнт може здійснювати стандартні банківські операції з одержання готівки і здійснення внесків; стимулювати оплату малих сум готівкою, а не чеком. А також застосування банкоматів дозволяє банкам: зменшити операційні витрати; знизити потребу у відкритті нових відділень; скоротити персонал; знизити витрати на приміщення; збільшити доходи, беручи плату за користування банкоматами.

По- друге, про рівень розвитку ринку платіжних карток свідчать масштаби самого ринку, а саме: обсяг емітованих карток, характеристика активності банків на ринку платіжних карток, ступінь поширення платіжних карток у фінансовому просторі країни. Варто підкреслити, що у цілому розвиток інфраструктури ринку платіжних карток в Україні (POS-термінали, імпринтери та банкомати) відповідає темпам зростання кількості банківських карток.

Показники, що дозволяють, на нашу думку, оцінити масштаби ринку платіжних карток в Україні, наведені в табл. 2.

На нашу думку, для подальшої детальної оцінки рівня розвитку аналізу банківських платіжних карток з точки зору масштабів ринку, найбільшу увагу слід приділити наступним показникам: частка активних карток у загальному обсязі, кількість емітованих платіжних карток на 1 особу, кількість карток на 1 держателя (рис. 3). На нашу думку, обрані авторами показники більш повно дозволяють оцінити масштаби ринку платіжних карток в Україні.

За даними Національного Банку України, а саме: розділу «Загальні показники розвитку платіжних карток в Україні», проаналізуємо вищезазначені показники починаючи з 2009 року, що представлені на рис.3.

Так показник кількості емітованих платіжних карток на 1 особу в Україні має неоднозначну тенденцію. За 2009 р. цей показник склав 0,98 та зростав кожного року аж до 2015 р. та на початок 2015 р. становив 1,65. Але, починаючи з 2016 р., даний показник зменшується до 1,39 та станом на 01.10.2016 становить 1,32. Така тенденція виникла внаслідок як безпосереднього зменшення кількості карток в обігу, так і зменшення кількості населення України. Взагалі ж, якщо значення даного показника менше одиниці, то це говорить про те, що ринок знаходиться у стадії розвитку (у розвинених країнах даний показник у межах 1–3).

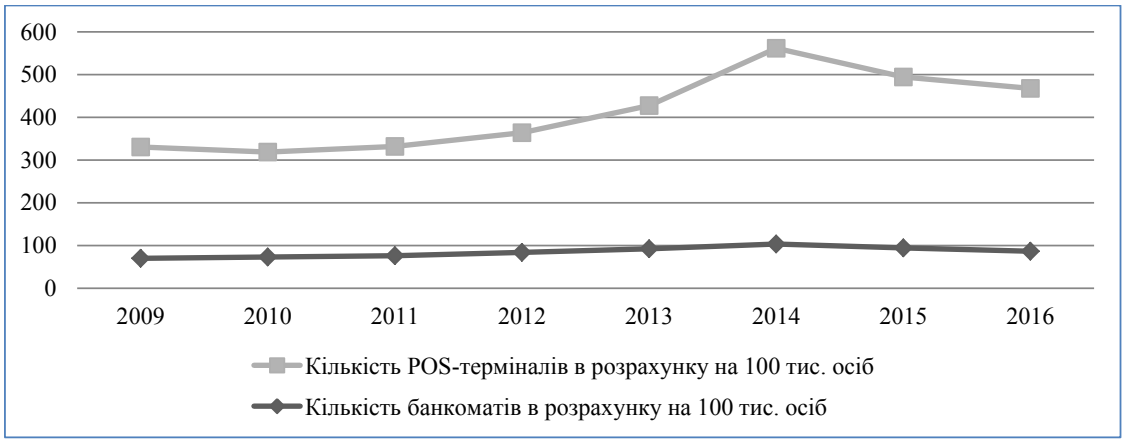


Рис. 2. Динаміка показників кількість банкоматів та POS-терміналів у розрахунку на 100 тис. осіб в Україні за період 2009-2016 рр.

Джерело: розроблено авторами за даними [8]

Наступний показник – це кількість карток на 1 держателя – характеризує схильність населення до використання такого платіжного інструменту, як платіжні картки. Однак, в Україні він не може відображати реального стану, оскільки банки часто нав'язують клієнтам по декілька карток під одну банківську послугу і більшість із цих карток є неактивними.

У 2009–2016 рр. значення цього показника знаходиться у межі – 1,38–1,65.

Саме тому слід обов'язково розраховувати частку активних карток в загальному обсягу емітованих карток – тих, за якими була здійснена хоча б одна видаткова операція за останні 3 місяці. Тенденція зміни кількості активних та загалом емітованих приблизно на одному рівні. За 2009–2016 рр. цей показник знаходився у межах – 0,47–0,85. Безперечно, що вище значення цього показника, то краще, адже воно показує наскільки активною є поведінка клієнта банку з платіжним інструментом – банківською картою.

По-третє, важливою складовою аналізу ринку платіжних карток є оцінка розвитку карткових розрахунків у країні. (див. табл. 3).

Саме даний напрям характеризує поведінку держателів платіжних карток, тобто рівень поширення карткових розрахунків. Необхідною умовою розвитку ринку банківських платіжних карток є наближення показника співвідношення обсягів безготівкових та готівкових операцій до 1 та вище, а також збільшення обсягів проведених безготівкових операцій навіть у банкоматах.

Щодо коефіцієнту використання карток як інструменту безготівкових операцій (рис. 4), то

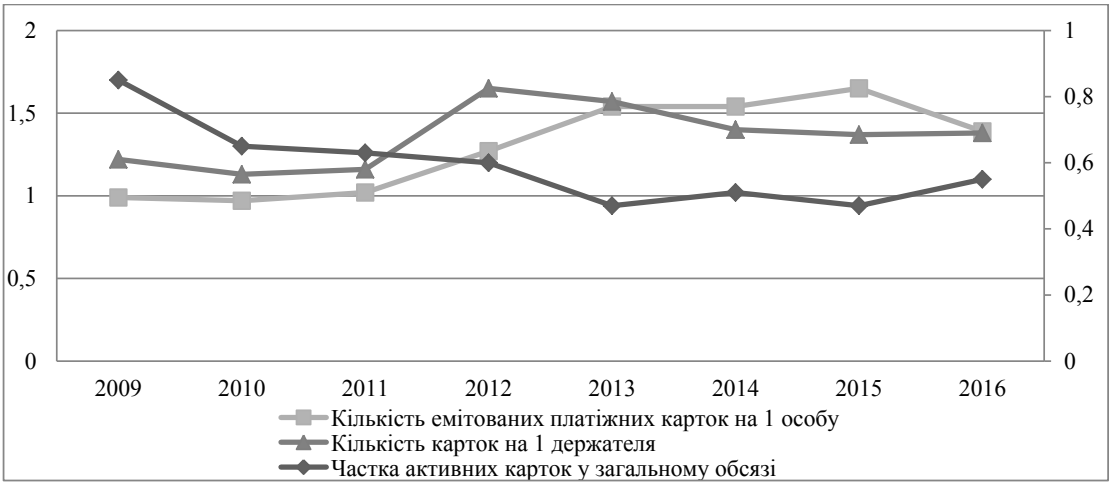


Рис. 3. Динаміка коефіцієнтів оцінки масштабів ринку платіжних карток за період 2009 – 2016 рр.

Джерело: розроблено авторами за даними [7]

Таблиця 2

Показники оцінки масштабів ринку платіжних карток

Показник	Розрахунок показника	Характеристика
Кількість банків	Офіційні дані	Аналіз в динаміці показує тенденції розвитку ринку
Кількість емітованих карток	Офіційні дані	Аналіз в динаміці показує тенденції розвитку ринку
Частка активних карток у загальному обсязі	$\frac{\textit{кількість активних карток}}{\textit{кількість карток у обігу}}$	Характеризує наскільки активною є поведінка клієнтів банку з використання платіжних карток
Кількість емітованих платіжних карток на 1 особу	$\frac{\textit{кількість карток у обігу}}{\textit{чисельність населення}}$	Характеризує активність банків щодо розповсюдження карток на ринку
Кількість держателів	Офіційні дані	Аналіз в динаміці показує тенденції розвитку ринку
Кількість карток на 1 держателя	$\frac{\textit{кількість карток у обігу}}{\textit{кількість держателів}}$	Характеризує якість використання клієнтами запропонованих банком, карткових продуктів
Середній обсяг емісії карток в розрахунку на 1 банк	$\frac{\textit{кількість карток у обігу}}{\textit{кількість банків}}$	Характеризує розподіл та концентрацію емітованих карток у розрахунку на будь-який банк

необхідно враховувати, що у розвинених країнах цей показник є високим та позитивно характеризується зростання показника в динаміці і його прагнення до 1 і вище.

В Україні прослідковується щорічна тенденція до зростання, за період 2002– 2016рр. – з 0,09 по 2,41. Це означає, що населення все частіше обирає для розрахунків саме картку, аніж паперові гроші.

Проаналізувавши середні обсяги готівкових та безготівкових операцій, починаючи з 2009 року, можна зробити висновок, що українці у більшому обсязі здійснюють операції з отримання готівки. За 2009 рік вони перевищували обсяг безготівкових операцій у 2,7 разів, а у 2016 – у 4,3 рази. Загалом обидва показники мають тенденцію до зростання, а саме: середній розмір готівкових операцій збільшився за період 2009 – 2016 рр. з 652,61 грн до 1409,75 грн, а середній розмір безготівкових операцій зріс з 238,645 грн до 325,86 грн за аналогічний період.

Динаміку середніх розмірів безготівкових та готівкових операцій представлено на рис. 5.

Зазначимо, що відповідно до Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року НБУ прагне забезпечити подальший розвиток безготівкового обігу та розвиток роздрібних безготівкових платежів із використанням електронних платіжних засобів шляхом розробки політики готівкового обігу, спрямованої на ефективне, безперебійне та безпечне проведення операцій з готівкою, а також на поступове зниження долі готівкового обігу на користь безготівкового; забезпечення доступу до ринку міжнародних систем інтернет-розрахунків; створення рівних умов функціонування платіжних систем на ринку [9].

Перехід на безготівкові розрахунки є єдиним ефективним засобом контролю витрат платників податків, що в поєднанні з зіставленням з даними за доходами у податкових органах дасть можливість державі організувати систему застосування санкцій та посилення платіжної дисципліни. Відповідно це має збільшити надходження коштів суб'єктів національної економіки в банківську систему, що підвищить ліквідність банків. Окрім того, зменшення готівкових розрахунків сприятиме детінізації економіки країни, зростанню надходжень до держбюджету України.

Рис. 4. Динаміка коефіцієнту використання карток як інструменту безготівкових розрахунків за період 2009 – 2016 рр.

Джерело: розроблено авторами за даними [7]

Таблиця 3

Показники оцінки рівня розвитку карткових розрахунків

Показник	Розрахунок показника	Характеристика
Обсяги безготівкових операцій	Офіційні дані	Аналіз в динаміці показує рівень розвитку карткових розрахунків
Обсяги готівкових операцій	Офіційні дані	Аналіз в динаміці показує рівень розвитку карткових розрахунків
Коефіцієнт використання карток як інструменту безготівкових розрахунків	$\frac{\text{обсяг б/г операцій}}{\text{обсяг готівкових операцій}}$	Характеризує рівень розвитку безготівкових платежів у порівнянні з готівковими
Середній розмір безготівкових операцій	$\frac{\text{сума операцій з б/г платежів}}{\text{кіл-ть операцій із б/г платежів}}$	Показує у середньому кількісне значення однієї операції
Середній розмір готівкових операцій	$\frac{\text{сума операцій отримання гот.}}{\text{кіл-ть операцій з отримання гот.}}$	

Рис. 5. Динаміка середніх розмірів безготівкових та готівкових операцій у 2009–2016 рр.

Джерело: розроблено авторами за даними [7]

Висновки з проведеного дослідження. Отже, на функціонування ринку платіжних карток впливають різні групи факторів, які взаємопов'язані та взаємообумовлені. За допомогою вищеназваних показників можна визначити ступінь забезпечення ринку платіжних карток за трьома основними напрямами: масштабом, забезпеченістю інфраструктурою та розвитком карткових розрахунків. Звичайно їх перелік не є обмеженим, але, нажаль, офіційна звітність НБУ не зачіпає інші пункти ринку платіжних карток для їх розширеного аналізу. Але ми вважаємо, що наведені нами показники надалі дадуть змогу вірно сформулювати економічно ефективні заходи з оптимізації структури ринку платіжних карток.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Колдовський М.В., Ващенко О.М. Ризики використання банківських платіжних карток / М. В. Колдовський, О. М. Ващенко // Вісник Української академії банківської справи. – 2010. – № 1. – С. 45–49.

2. Курдельчук І.А. Ризики у сфері банківського карткового бізнесу / І.А. Курдельчук // Економічний простір. – 2009. – № 23/1. – С. 292-298.

3. Харченко В., Капралов Р. Статистичний аналіз ринку банківських платіжних карток в Україні у контексті країн із розвинутими картковими ринками / В. Харченко, Р. Капралов // Вісник НБУ. – 2010. – № 5. – С. 44–52.

4. Гартінгер Р.О. Ринок банківських платіжних карток як засіб розвитку безготівкових розрахунків / Р.О. Гартінгер // WSPÓŁPRACA EUROPEJSKA NR 2(2) 2015 / EUROPEAN COOPERATION Vol. 2(2) 2015. – С. 77–88.

5. Бикмаев Ш. Р. Розвиток ринку платіжних карток / Ш.Р. Бигмаев. – Саранськ, 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу.

6. Корецька Н.І. Суть ринку платіжних послуг та основні його ознаки / Н.І. Корецька, Д.В. Збирун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2015/Economics/1_186208.doc.htm.

7. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/index.

8. The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldbank.org

9. Комплексна програма розвитку фінансового сектору україни до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297

REFERENCES:

1. Koldovskyi M.V., Vashchenko O.M. Ryzyky vykorystannia bankivskykh platizhnykh kartok / M. V. Koldovskyi, O. M. Vashchenko // Visnyk Ukrainskoi akademii bankivskoi spravy. – 2010. – # 1. – S. 45–49.

2. Kurdelchuk I.A. Ryzyky u sferi bankivskoho kartkovoho biznesu / I.A. Kurdelchuk // Ekonomichnyi prostir. – 2009. – # 23/1. – S. 292-298

3. Kharchenko V., Kapralov R. Statystychnyi analiz rynku bankivskykh platizhnykh kartok v Ukraini u kontekstі krain iz rozvynutymy kartkovymy rynkamy / V. Kharchenko, R. Kapralov // Visnyk NBU. – 2010. – # 5. – S. 44–52.

4. Hartinher R.O. Rynok bankivskykh platizhnykh kartok yak zasib rozvytku bezghotivkovykh rozrakhunkiv / R.O. Hartinher // WSPÓŁPRACA EUROPEJSKA NR 2(2) 2015 / EUROPEAN COOPERATION Vol. 2(2) 2015. – S. 77–88.

5. Bykmaev Sh. R. Rozvytok rynku platizhnykh kartok / Sh.R. Byhmaev. – Saransk, 2013 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu.

6. Koretska N.I. Sut rynku platizhnykh posluh ta osnovni yoho oznaky / N.I. Koretska, D.V. Zbyrun [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2015/Economics/1_186208.doc.htm.

7. Natsionalnyi bank Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.bank.gov.ua/control/uk/index.

8. The World Bank [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.worldbank.org

9. Kompleksna prohrama rozvytku finansovoho sektoru ukrainy do 2020 roku [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297

Onyshchenko Yu.I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Banking,
Odessa National Economic University
Falis A.A.
Student
Odesa National Economic University

EVALUATION OF DEVELOPMENT LEVEL OF PAYMENT CARD MARKET IN UKRAINE

Bank card is an inherent part of trade and services, which is rapidly developing in Ukraine. However, despite the active development of this area of banking business in Ukraine there hasn`t been worked out a unified methodology of payment card market development level estimating. In article the evaluation of development level of payment card market in Ukraine is conducted. The new methodology of payment card market analysis on the basis of generalization and systematization of different scientific sources are suggested. The unified system which includes three components: analysis of infrastructure and scale of payment card market and assessment of card payment development in the country is proposed.

Each group includes the identified indicators, the first group – the number of ATMs per 100 thousand people and the number of POS-terminals per 100 thousand people, the second group – the number of banks, the number of cards issued, the share of active cards in total , number of payment cards issued for 1 person, number of holders, number of cards in 1 holder, average volume card issuance per 1 bank, the third group – the volume of cashless transactions, the volume of cash transactions, index of utilization cards as cashless payment instrument, the average size of non-cash transactions, the average size of cash transactions.

Conclusions that are made in article allow formulating cost-effective measures to optimize the payment card market structure in Ukraine.

РОЗДІЛ 8. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ
ACCOUNTING OF FIXED ASSETS IN THE PUBLIC SECTOR

УДК 657.4.012.2

Борович О.В.
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Івано-Франківський університет Короля Данила

У статті розкрито теоретичні аспекти обліку основних засобів бюджетних установ. Описано порядок відображення в системі рахунків, визначених Планом рахунків бухгалтерського обліку у державному секторі, операцій з надходження та вибуття основних засобів. Висвітлено основні правила та методичні підходи щодо нарахування та відображення в обліку амортизації таких об'єктів. Проаналізовано типову кореспонденцію рахунків щодо обліку списання основних засобів та зроблено висновок, що пропонована кореспонденція рахунків порушує економічний зміст операції з оприбуткування матеріальних цінностей, отриманих від ліквідації необоротних активів. Запропоновано на вартість таких цінностей одразу визнавати дохід від списання необоротних активів, який доцільно відображати на відповідному аналітичному рахунку субрахунку 7411 «Інші доходи за обмінними операціями».

Ключові слова: *бюджетні установи, основні засоби, доходи, витрати, кореспонденція рахунків, план рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі.*

В статье раскрыто теоретические аспекты учета основных средств бюджетных учреждений. Описано порядок отражения в системе счетов, предусмотренных Планом счетов бухгалтерского учета в государственном секторе, операций с поступления и выбытия основных средств. Раскрыты основные правила и методические подходы по начислению и отражению в учете амортизации таких объектов. Проанализировано типовую корреспонденцию счетов по учету списания основных средств и сделан вывод, что предлагаемая корреспонденция счетов нарушает экономическое содержание операции с оприходования материальных ценностей, полученных от ликвидации необоротных активов. Предложено на стоимость таких ценностей признавать доход от списания необоротных активов, который целесообразно отражать на соответствующем аналитическом счете субсчета 7411 «Прочие доходы по обменным операциям».

Ключевые слова: *бюджетне учреждения, основные средства, доходы, расходы, корреспонденция счетов, план счетов бухгалтерского учета в государственном секторе.*

This article describes the theoretical aspects accounting for fixed assets of public institutions. Described the display order accounts of transactions with receipt and disposals of fixed assets in the system defined Chart of Accounts in the public sector. The basic rules and methodical approaches on accounting depreciation of fixed assets were also described. Analyzed typical correspondence of accounts on accounting write-off of fixed assets and concluded that the proposed correspondence accounts violates real economic content transactions real enroll material valuables derived from the liquidation non-current assets. Proposed cost for values such immediately recognize income from the write-off non-current assets it is expedient reflect on the appropriate analytical account subaccount 7411 "Other income on exchange transactions".

Key words: *public institutions, fixed assets, income, expenses, Chart of Accounts, chart of accounts in the public sector.*

Постановка проблеми. Однією з важливих передумов високоякісного та своєчасного надання послуг бюджетними установами є їх забезпеченість засобами праці, які становлять самостійний об'єкт бухгалтерського обліку зазначених суб'єктів господарювання.

Запропонована типова кореспонденція рахунків щодо обліку операцій із списання основних засобів бюджетних установ у деякій мірі порушує економічний зміст операції з оприбуткування матеріальних цінностей, отриманих від ліквідації необоротних активів, що вказує на потребу поглибленого вивчення даного питання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання обліку необоротних активів бюджетних установ є актуальним предметом особливої уваги науковців економістів. Значний внесок у розробку теоретичних і практичних аспектів обліку основних засобів внесли І.А. Бланк, Ф.Ф. Бутинець, Н.Г. Виговська, О.П. Гаценко, Л.Л. Горецька, Р.Т. Джога, А.Г. Загородній, С.О. Левицька, Л.Г. Ловінська, Н.М.Малюга, Рудченко Ю.С. Яцко М.В., Яцко Л.Б., Кондратюк І.О., Лондаренко О.О. та Подпригора О.А. провели зіставлення субрахунків Плану рахунків бухгалтерського обліку бюджетних установ та Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі , а також виявили розбіжності у складі субрахунків й порядку їх застосування [1, с. 27-45]. Нажаль, сьогодні після введення в дію «нового плану рахунків», порядок ведення обліку у державному секторі є однією з найбільш обговорюваних тем серед практикуючих бухгалтерів на семінарах та на шпальтах професійних газет, що вказує на необхідність подальших досліджень.

Формування цілей статті. Метою написання статті є висвітлити порядок ведення обліку основних засобів у бюджетних установах за Планом рахунків бухгалтерського обліку в державному

секторі, а також сформувати пропозиції з удосконалення Типової кореспонденція субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів у частині списання основних засобів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основні засоби - матеріальні активи, які утримуються для використання їх у виробництві / діяльності або при постачанні товарів, виконанні робіт і наданні послуг для досягнення поставленої мети та / або задоволення потреб суб'єкта державного сектору або здавання в оренду іншим особам і використовуються, за очікуванням, більше одного року.

Одиницею обліку є об'єкт основних засобів. Такий об'єкт визнається активом, коли існує ймовірність отримання суб'єктом державного сектору майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, та/або він має потенціал корисності для суспільства та вартість об'єкта основних засобів може бути визначена [3].

Об'єкт відноситься до основних засобів, крім вище зазначених двох умов, також якщо його вартість придбання (без ПДВ) перевищує 6000 грн. і якщо строк корисного використання (експлуатації) перевищує рік.

При надходженні в установу основні засоби оприбутковуються за первісною вартістю, складові якої наведені на рисунку 1.

Для відображення в обліку операцій з придбання основних засобів використовується наступна система рахунків:

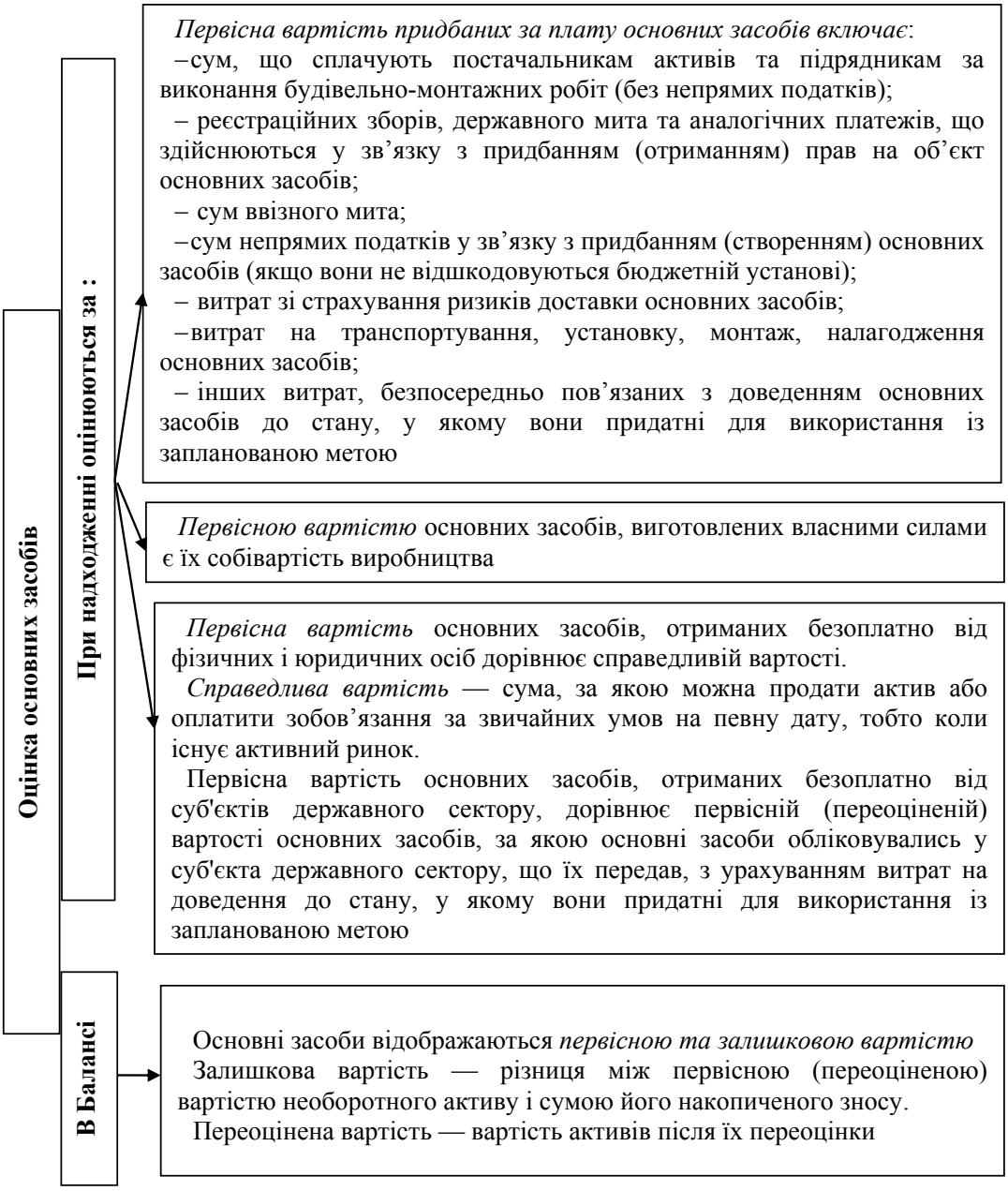


Рис. 1. Оцінка основних засобів при надходженні та у Балансі

– рахунок 10 «Основні засоби», за дебетом якого відображається оприбуткування об'єктів основних засобів, які обліковуються за первісною вартістю, збільшення первісної вартості внаслідок поліпшення об'єкта (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що призводить до збільшення майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єкта; збільшення вартості внаслідок дооцінки вартості об'єкта основних засобів. За кредитом рахунку відображається вибуття основних засобів внаслідок безоплатної передачі, продажу, або невідповідності критеріям визнання активом, а також зменшення вартості у разі часткової ліквідації об'єкта основних засобів або його уцінки [5];

– рахунок 11 «Інші необоротні матеріальні активи». За дебетом даного рахунку відображається оприбуткування об'єктів інших необоротних матеріальних активів, які обліковуються за первісною вартістю, збільшення первісної вартості внаслідок поліпшення об'єкта (модернізація, реконструкція тощо), що призводить до збільшення майбутніх економічних вигод, первісно очікуваних від використання об'єкта; збільшення вартості внаслідок дооцінки вартості об'єкта. За кредитом зазначеного рахунку відображається вибуття інших необоротних матеріальних активів внаслідок безоплатної передачі, продажу, або невідповідності критеріям визнання активом, а також зменшення вартості у разі часткової ліквідації об'єкта або його уцінки [5];

– рахунок 13 »Капітальні інвестиції» (субрахунки 1311 »Капітальні інвестиції в основні засоби» та 1312 »Капітальні інвестиції в інші необоротні матеріальні активи». За дебетом даного рахунку відображається збільшення витрат на придбання або створення необоротних активів, зокрема: суми, сплачені за придбання, виконання будівельно-монтажних робіт; реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, суми ввізного мита, суми непрямих податків (якщо вони не відшкодовуються суб’єктові державного сектору), витрати зі страхування ризиків доставки; витрати на транспортування, установку, монтаж налагодження тощо; витрати на поліпшення об’єкта основних засобів (реконструкцію (реставрацію), модернізацію, добудову, дообладнання). За кредитом зазначеного рахунку відображають зменшення витрат на придбання або створення необоротних активів (введення в експлуатацію придбаних або створених необоротних активів тощо) [5];

– субрахунок 5411 «Цільове фінансування розпорядників бюджетних коштів» пасивного рахунку 54 «Цільове фінансування». За кредитом цього рахунку відображають отримання коштів на фінансування заходів цільового призначення або вилучення з бюджетних асигнувань цільового фінансування суми поточних витрат, що включаються до вартості об’єкта основних засобів, а за дебетом – зменшення цільового фінансування на створення (придбання) основних засобів, на суму внесеного капіталу внаслідок оприбуткування активів розпорядником бюджетних коштів [5];

– рахунок 51 «Внесений капітал». За кредитом такого рахунку відображається збільшення внесеного капіталу, а за дебетом – його зменшення (вилучення) та віднесення до накопичених фінансових результатів вартості необоротних активів при їх списанні, на суму яких у попередніх звітних періодах було збільшено капітал [5].

Для узагальнення інформації про грошові кошти, які знаходяться на рахунках в органах Казначейства та можуть бути використані для поточних операцій, передбачено активний субрахунок 2313 «Реєстраційні рахунки».

Порядок відображення в обліку операцій з оприбуткування основних засобів та інших необоротних активів, визначений типовою кореспонденцією субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов’язаннями розпорядниками бюджетних коштів [6] наведено у таблиці 1.

Враховуючи те, що фінансування здійснюється за рахунок коштів загального і спеціального фонду кошторису, то пропонуємо для розмежування таких надходжень за відповідними фондами відкривати аналітичні рахунки до субрахунку 5411 «Цільове фінансування розпорядників бюджетних коштів».

Аналітичний облік об'єктів основних засобів (крім білизни, постільних речей, одягу, взуття, бібліотечних фондів, малоцінних необоротних матеріальних активів, матеріалів довготривалого використання) ведеться в інвентарних картках за інвентарними номерами, а білизни, постільних речей, одягу, взуття, бібліотечних фондів та малоцінних необоротних матеріальних активів за номенклатурними номерами.

Витрати на поліпшення об'єкта основних засобів (реконструкцію (реставрацію), модернізацію, добудову, дообладнання) збільшують його первісну вартість протягом усього строку використання, якщо існує ймовірність отримання суб'єктом державного сектору майбутніх економічних вигід, що перевищують первісно оцінений рівень його продуктивності, та/або збільшення потенціалу корисності цього об'єкта [5]. Порядок відображення в обліку таких витрат наведено у таблиці 2.

Нижче описано основні правила нарахування амортизації основних засобів.

1. Нарахування амортизації здійснюється протягом строку корисного використання (експлуатації) об’єкта основних засобів при визнанні цього об’єкта активом (при зарахуванні на баланс) і призупиняється на період його реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації.

Таблиця 1

Бухгалтерські проведення з обліку оприбуткування основних засобів

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Отримання цільового фінансування для придбання основних засобів та/або їх поліпшення	2313	54
2	Передача устаткування у монтаж	1311, 1312	1513
3	Отримано бюджетне фінансування для оплати поточних витрат, що включають до первісної вартості об’єкта	2313	7011
4	Відображення сум придбання, створення (виготовлення) власними силами, поліпшення, капітального будівництва об'єктів основних засобів	1311, 1312	6211
5	Відображення суми ПДВ (ПК) від вартості придбаних об’єктів	6311	6211
6	Відображено витрати на проектні, будівельно-монтажні роботи за рахунками підрядників і проектних організацій	1311, 1312	6211
7	Відображення суми ПДВ (ПК) в рахунках підрядників і проектних організацій	6311	6211
8	Відображення сум витрат на транспортування, установку, монтаж, налагодження основних засобів тощо, що включається до вартості основних засобів	1311, 1312	6211
9	Відображення суми ПДВ (ПК)	6311	
10	Вилучення з доходу звітного періоду асигнувань у сумі поточних витрат, що включаються до первісної вартості об'єкта основних засобів	70	54
11	Зарахування об'єктів капітальних інвестицій до складу основних засобів після введення в експлуатацію	10, 11	1311, 1312
12	Водночас другий запис: збільшення внесеного капіталу на вартість введених в експлуатацію об’єктів	54	51

Таблиця 2

Бухгалтерські проведення з обліку витрат на реконструкцію об’єктів основних засобів

№ з/п	Зміст господарських операцій	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Відображення витрат на реконструкцію і модернізацію об'єкта оренди (будівлі)	1311, 1312	6211
2	Відображення суми ПДВ (ПК)	6311	6211
3	Віднесено витрати після завершення робіт з поліпшення основних засобів, інших необоротних матеріальних активів на збільшення їх первісної вартості	10, 11	1311, 1312
4	Водночас проведення другого запису: збільшення внесеного капіталу на суму списаних витрат	54	51

2. Вартість об’єкта основних засобів розподіляється на систематичній основі протягом строку його корисного використання (експлуатації) шляхом нарахування амортизації на дату балансу щокварталу діленням річної суми амортизації на 4. За рішенням керівника суб’єкта державного сектору у розпорядчому документі про облікову політику може бути передбачено нарахування амортизації на річну дату балансу.

3. Нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем, у якому об’єкт основних засобів став придатним для корисного використання та введений до експлуатації. Нарахування амортизації припиняється, починаючи з місяця, наступного за місяцем вибуття об’єкта основних засобів (при цьому місячна сума амортизації визначається діленням річної суми амортизації на 12), переведення його на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію.

4. Об’єктом амортизації є вартість, яка амортизується. Вартість, яка амортизується, складається з первісної або переоціненої вартості основних засобів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості. Ліквідаційна вартість приймається в сумі, яку суб'єкт державного сектору очікує отримати від реалізації (ліквідації) основних засобів після закінчення строку їх корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних з продажем (ліквідацією).

5. Амортизацію основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів) нараховують із застосуванням прямолінійного методу, при якому річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів.

6. Амортизація інших необоротних матеріальних активів, крім необоротних матеріальних активів спеціального призначення, нараховується у першому місяці передачі у використання об'єкта необоротних активів у розмірі 50 відсотків його первісної вартості та решта 50 відсотків первісної вартості - у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу).

7. Типові строки корисного використання основних засобів суб’єктів державного сектору наведені у Додатку 1 до Методичних рекомендацій щодо облікової політики суб’єкта державного сектору.

Для обліку й узагальнення інформації про нараховану протягом звітного періоду амортизацію, визнані втрати від зменшення корисності (відновлення корисності) та суму зносу необоротних матеріальних активів, що підлягають амортизації, призначено пасивний рахунок 14 «Знос (амортизація) необоротних активів» (субрахунки 1411 «Знос основних засобів» та 1412 «Знос інших необоротних матеріальних активів»). За кредитом даного рахунку відображають нарахування амортизації, коригування суми зносу (накопиченої амортизації) при дооцінці необоротних активів та визнання втрат від зменшення корисності необоротних активів, а за дебетом – зменшення суми зносу (накопиченої амортизації) в результаті списання необоротних активів, коригування суми зносу (накопиченої амортизації) при уцінці необоротних активів, відображення вигод від відновлення корисності необоротних активів [5].

Суму нарахованої амортизації установи відносять на збільшення суми зносу необоротних активів та витрат. При цьому облік сум нарахованої амортизації основних засобів, інших необоротних матеріальних активів та нематеріальних активів ведеться на субрахунках 8014 «Амортизація», 8114 «Амортизація». За дебетом цих субрахунків здійснюють нарахування амортизації на необоротні активи, а за кредитом – списання витрат на субрахунок 5511 «Фінансові результати виконання кошторису звітного періоду» при закритті рахунків з обліку витрат.

Для обліку й узагальнення інформації про результати виконання бюджету (кошторису) суб'єктами державного сектору призначено рахунок 55 »Фінансовий результат». За кредитом даного рахунку ведеться облік сум у порядку закриття рахунків обліку доходів, віднесення результатів переоцінки активів при списанні або щорічно пропорційно нарахованій амортизації, а за дебетом – суми в порядку закриття рахунків обліку витрат [5].

Порядок відображення в обліку нарахування амортизації основних засобів наведено у таблиці 3.

Основними правилами вибуття основних засобів бюджетних установ є наступні.

1. Визнання об'єкта основних засобів активом суб'єкта державного сектору припиняється у разі його ліквідації, вибуття внаслідок продажу, передачі без оплати, нестачі або невідповідності критеріям визнання активом. Надходження, отримані в результаті продажу основних засобів, вважаються доходами суб’єкта державного сектору, крім доходів від продажу майна, які вважаються доходами відповідного бюджету.

2. Списанню підлягають основні засоби, що не можуть бути в установленому порядку відчужені, безоплатно передані та щодо яких не можуть бути застосовані інші способи управління (або їх застосування може бути економічно недоцільне), у разі, коли такі основні засоби морально чи фізично зношені, непридатні для подальшого використання [2].

3. Для визначення непридатності основних засобів комісія, призначена керівником суб'єкта державного сектору.

4. Усі вузли, деталі, матеріали та агрегати розібраного та демонтованого обладнання, придатні для ремонту іншого обладнання чи для подальшого використання, а також матеріали, отримані в результаті списання основних засобів, оприбутковуються.

Для обліку списання основних засобів бюджетних установ використовується така система рахунків: 10 «Основні засоби», 14 «Знос (амортизація) необоротних активів розпорядників бюджетних коштів», 5111 «Внесений капітал», 5512 «Накопичені фінансові результати виконання кошторису», 7211 «Дохід від реалізації активів», 8411 «Інші витрати за обмінними операціями».

Рахунок 72 «Доходи від продажу активів» призначено для обліку й узагальнення інформації про доходи від реалізації активів. За кредитом даного рахунку відображається отримання доходу суб'єктом державного сектору, за дебетом – списання у порядку закриття субрахунку обліку доходів на фінансовий результат виконання кошторису звітного періоду [5].

На субрахунку 8411 «Інші витрати за обмінними операціями» узагальнюється інформація про втрати за активами й зобов'язаннями суб'єкта державного сектору від зміни курсу гривні до іноземної валюти, втрат від зменшення корисності активів, суми знецінення (уцінки) необоротних активів і фінансових інвестицій, витрат на відрядження тощо. За дебетом субрахунку відображається визнання суми інших витрат за обмінними опера-

Таблиця 3

Бухгалтерські проведення з обліку амортизації об’єктів основних засобів

№ з/п	Зміст господарських операцій	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Нарахована амортизація основних засобів	8014, 8114,	1411, 1412
2	Списано суми нарахованої амортизації на фінансові результати в кінці періоду	5511	8014, 8114

ціями, за кредитом – суми коштів, які надійшли на відновлення витрат і списання їх в порядку закриття на фінансовий результат виконання кошторису [5].

Порядок відображення в обліку операцій із списання основних засобів наведено у таблиці 4.

Вартість матеріальних цінностей, отриманих від ліквідації об'єктів основних засобів визнається доходом бюджетної установи. Така операція мала б відповідно й відображатися в обліку. Водночас, як бачимо із типової кореспонденції рахунків, при зарахуванні таких матеріалів на баланс спочатку кредитується субрахунок 2117 «Інша поточна дебіторська заборгованість» або рахунки з обліку кредиторської заборгованості. Одночасно на суму такої операції визнається дохід від реалізації активів у кореспонденції з рахунком з обліку грошових коштів (субрахунок 2313), останній закривається рахунком з обліку дебіторської або кредиторської заборгованості. Після складання всіх вище зазначених проведень в кінцевому результаті в обліку буде відображено дебет субрахунків 1513 «Будівельні матеріали», 1515 «Запасні частини», 1516 «Тара», 1517 «Сировина і матеріали», 1518 «Інші виробничі запаси» та 1812 «Малоцінні та швидкозношувані предмети» та кредит 7211 «Дохід від реалізації активів». Виникає питання доцільності відображення таких проведень в обліковій системі, адже вони не мають економічного змісту. Пояснимо:

1) у плані рахунків простежується відмова від використання активно - пасивних рахунків, а тому визнання дебіторської заборгованості має відображатися за дебетом, а не кредитом субрахунку 2117 «Інша поточна дебіторська заборгованість» (операція 4 таблиці 4);

2) відповідно до Порядку застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі рахунок 23 «Грошові кошти на рахунках» призначений для обліку й узагальнення інформації про наявність та рух грошових коштів, що знаходяться на рахунках в установах банків. Оскільки оприбуткування матеріальних цінностей є не грошовою операцією, то кореспонденція дебет 2313 «Реєстраційні рахунки» та кредит 7211 «Дохід від реалізації активів» є не коректною.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши типову кореспонденцію рахунків із списання основних засобів встановлено, що залишкову вартість та витрати, зумовлені операціями із списання необоротних активів, узагальнюють на рахунку 8411 «Інші витрати за обмінними операціями», а доходи за такими операціями – на субрахунку 7211 «Дохід від реалізації активів». Для забезпечення єдиного підходу до відображення в обліку інформації про вище зазначені витрати та доходи бюджетних установ пропонуємо для обліку доходів від списання необоротних активів використовувати субрахунок 7411 «Інші доходи за обмінними операціями». При оприбуткуванні матеріальних цінностей, отриманих від ліквідації об'єктів необоротних активів уважаємо за доцільне відразу визнавати дохід, а у системі рахунків бухгалтерського обліку складати запис дебет субрахунків 1513 «Будівельні матеріали», 1515 «Запасні частини», 1516 «Тара», 1517 «Сировина і матеріали», 1518 «Інші виробничі запаси», 1812 «Малоцінні та швидкозношувані предмети» та кредит субрахунку 7411 «Інші доходи за обмінними операціями».

Таблиця 4

Бухгалтерські проведення з обліку списання об'єктів основних засобів

№ з/п	Зміст господарських операцій	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
Облік списання основних засобів			
1.	Списана сума зносу об'єкта основних засобів	1411	10
2.	Визнано витрати на суму залишкової вартості списаного об'єкта основних засобів	8411	10
3.	Віднесено до накопичених фінансових результатів первісну вартість основних засобів при їх списанні	5111	5512
4.	Оприбуткування матеріалів, отриманих від ліквідації та розбирання необоротних активів, малоцінних та швидкозношуваних предметів, які залишені для ремонту та інших потреб установи (до органу казначейства слід подати Довідку про надходження в натуральній формі)	1513, 1515 , 1516, 1517, 1518, 1812	2117, 6211, 6415
5.	Одночасно		
	– визнаємо дохід	2313	7211
	закриваємо рахунки	2117, 6211, 6415	2313
Облік списання інших необоротних матеріальних активів			
6.	Нарахована амортизація у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу)	8014, 8114	1412
7.	Списано суму нарахованого зносу	1412	11
8.	Віднесено до накопичених фінансових результатів первісну вартість основних засобів при їх списанні	5111	5512

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ПИСОК:

1. Кондратюк І.О. Зміст плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі та його значення для обліково-аналітичної роботи розпорядників бюджетних коштів / І.О. Кондратюк, О.О. Лондаренко та О.А. Подпригора // Український журнал прикладної економіки. – 2016. Том 1. – № 4. – С. 27-45.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів суб'єктів державного сектору: наказ Міністерства фінансів України від 23.01.2015 р. № 11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/metod-recomendacii-buhobliku-subjektiv-derjavnogo-sektoru/metodichni-rekomendatsiyi-z-bo-osnovnih-zasobiv/
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 121 «Основні засоби»: наказ Міністерства фінансів України від 12.10.2010 р. № 1202. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/natsstandarti-buhobliku-v-derzhavnomu-sektori/natsionalne-polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-v-derzhavnomu-sektori-121-osnovni-zasobi/
4. План рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.2013 № 1203. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/plan-rahunkiv-buhgalterskogo-obliku-v-derzhavnomu-sektori/
5. Порядок застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2015 № 1219. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/poryadok-zastosuvannya-planu-rahunkiv-buhgalterskogo-obliku-v/
6. Типова кореспонденція субрахунків бухгалтерського обліку для відображення операцій з активами, капіталом та зобов'язаннями розпорядниками бюджетних коштів та державними цільовими фондами: наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2015 № 1219. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/tipova-koresp-subrahubkiv/

REFERENCES:

1. Kondratiuk I.O. Zmist planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori ta yoho znachennia dlia oblikovo-analitychnoi roboty rozporiadnykiv biudzhetnykh koshtiv / I.O. Kondratiuk, O.O. Londarenko ta O.A. Podpryhora // Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky. – 2016. Tom 1. – # 4. – S. 27-45.
2. Metodychni rekomendatsii z bukhhalterskoho obliku osnovnykh zasobiv subiektiv derzhavnoho sektoru: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 23.01.2015 r. # 11. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/metod-recomendacii-buhobliku-subjektiv-derjavnogo-sektoru/metodichni-rekomendatsiyi-z-bo-osnovnih-zasobiv/
3. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 121 «Osnovni zasoby»: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 12.10.2010 r. # 1202. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/natsstandarti-buhobliku-v-derzhavnomu-sektori/natsionalne-polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-v-derzhavnomu-sektori-121-osnovni-zasobi/
4. Plan rakhunkiv bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.12.2013 # 1203. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/plan-rahunkiv-buhgalterskogo-obliku-v-derzhavnomu-sektori/.
5. Poriadok zastosuvannia Planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 29.12.2015 # 1219. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/poryadok-zastosuvannya-planu-rahunkiv-buhgalterskogo-obliku-v/
6. Typova korespondentsiia subrakhunkiv bukhhalterskoho obliku dlia vidobrazhennia operatsii z aktyvamy, kapitalom ta zoboviazanniamy rozporiadnykamy biudzhetnykh koshtiv ta derzhavnymy tsilovymy fondamy: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 29.12.2015 # 1219. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/buhgalterskiy-oblik/tipova-koresp-subrahubkiv/

Borovych O.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
King Daniel of Galicia Ivano-Frankivsk University of Law

ACCOUNTING OF FIXED ASSETS IN THE PUBLIC SECTOR

The article examines the modern procedure for fixed assets evaluation of public institutions as well as the display order of transactions with receipt and disposals of fixed assets in the accounts system defined by Chart of Accounts for this sector.

Determined the main rules and methodical approaches to accrual of depreciation of fixed assets and described modern state of the accounting operations.

According to the analysis of a typical correspondence accounts concerning accounting transactions with write-off of fixed assets it was concluded that the proposed correspondence accounts violates economic content transactions posting material values received from the liquidation non-current assets. Confirmation is indicated that when enrolling such materials to the balance is credited initially subaccount 2117 “Other current receivables”.

Simultaneously amounting of an operation is recognized revenue from the sale the assets in correspondence with accounts of cash (subaccount 2313) the last closes the accounts of receivables.

Such conduct, in our view is not correct for two reasons. The first subaccount 2117 “Other current accounts receivable” is active, and therefore the recognition of receivables is displayed on the debit rather than credit this subaccount. The second, active account 23 “Cash in the accounts” is intended for account and summarizes the information about the presence and movement cash that are on accounts in banking institutions and posting material values is not monetary transaction.

Given the fact that value material values received from liquidation objects of fixed assets is revenue of the public institutions proposed to the amount of such transactions immediately recognize income from the write-off non-current assets, is advisable to reflect on the appropriate analytical account subaccount 7411 “Other income on exchange transactions.” These proposals provide a unified approach to recognition in accounting information about expenses and revenue of writing off non-current assets.

СУТНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

THE ESSENCE OF THE EQUITY AND THE FEATURES OF ITS ACCOUNTING

УДК 657.

Гайдаржийська О.М.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національний авіаційний університет
Костюнік О.В.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національний авіаційний університет
Кащук О.П.
студентка
Національний авіаційний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти оцінки ефективності використання людського капіталу. Розкрито сутність понять потенціал, трудовий потенціал, трудові ресурси, людський капітал. Визначено та охарактеризовано основні компоненти трудового потенціалу. Вказано на рівність трудового потенціалу з людським капіталом. Встановлено, що людський капітал у теоретичному плані поділяється на три види, причому кожен наступний включає попередній
Ключові слова: *потенціал, економічний потенціал, трудовий потенціал, трудові ресурси, людський капітал.*

В статье рассмотрены теоретические аспекты оценки эффективности использования человеческого капитала. Раскрыта сущность понятий потенциал, трудовой потенциал, трудовые ресурсы, человеческий капитал. Определены и охарактеризованы основные компоненты трудового потенциала. Указано на равенство трудового потенциала с человеческим капиталом. Установлено, что человеческий капитал в теоретическом плане делится на три вида, причем каждый следующий включает предыдущий.
Ключевые слова: *потенциал, экономический потенциал, трудовой потенциал, трудовые ресурсы, человеческий капитал.*

The article discusses the theoretical aspects of assessing the efficiency of human capital. The essence of the concept of potential, labour potential, human resources, and human capital is explained. It defines and characterizes the main components of labour potential. It shows the equality of employment potential and human capital. It notes that human capital in theoretical terms is divided into three types, each of them including the previous one.
Key words: *potential, economic potential, labour potential, labour resources, human capital assets.*

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює характер діяльності підприємств, умов їх функціонування на ринку. Тому підприємствам для того, щоб вижити, необхідно правильно визначати свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично проводити управління діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності діяльності та отримання прибутку. Така трансформація економіки докорінно змінила умови функціонування суб'єктів господарювання, що призвело до виникнення проблем, пов'язаних із забезпеченням стабільності та стійкості підприємств.

Капітал є однією з основних економічних категорій, які характеризують діяльність будь-якого підприємства. Тому управління власним капіталом є важливим завданням загальної системи управління господарською діяльністю підприємства. Капітал є досить багатогранною категорією, оскільки може виступати у різноманітних формах. Основою стійкого росту та фінансової стабільності кожного підприємства виступає власний капітал, а основним джерелом, де зберігається та систематизується необхідна інформація, є бухгалтерський облік. Питання обліку та відображення у звітності власного капіталу на сучасному етапі розвитку ринкової економіки відносяться до найбільш важливих економічних проблем, дозволяючи внутрішнім і зовнішнім користувачам бухгалтерської звітності визначити фінансові можливості підприємства на короткостроковий період та довгострокову перспективу. Ця проблема загострюється у зв'язку з відсутністю чіткого та однозначного визначення поняття «власний капітал».

Актуальність даної теми обумовлена тим, що з переходом до ринкових відносин та зміною форми власності перед більшістю підприємств надзвичайно актуальною проблемою стала організація обліку власного капіталу. Проблема полягає в тому, що власний капітал виступає не лише, як одне з джерел фінансових ресурсів підприємства, а й служить індикатором того, хто і в якій мірі є власником даного підприємства, а отже хто і наскільки може впливати на процес прийняття стратегічних управлінських рішень. Останній аспект набуває значної ваги у зв'язку з необхідністю реструктуризації більшості підприємств, що в багатьох випадках означає зміну власників, або зміну структури власників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічну сутність капіталу в цілому та власного капіталу зокрема вивчали і вивчають багато зарубіжних та вітчизняних вчених такі, як: В.В. Бланк, К. Маркс, А. Сміт, Д. Рікардо, П. Самуельсон, Ж.Б. Сей, Ж. Тюрго, В.Я. Соколов, Ф.Ф. Бутинець, В.В. Сопко, С.Ф. Голов, Г.Г. Кірейцев, В.М. Івахненко та багато інших.

Проблеми обліку й аналізу формування та змін власного капіталу досліджуються у працях провідних вчених-економістів. Серед іноземних учених, які здійснили внесок в удосконалення обліку власного капіталу на різних історичних етапах, слід назвати таких: Ж. Андре, Н. де Анастасіо, В.Е. Ануфрієв, Л. Батардон, Ф. Беста, П. Герстнер, Ж.Б. Дюмарше, Н.А. Литньова, Ф. Ляйтнер, М.Ю. Медведєв, Л. Пачолі, В. Рігер, Ж. Ришар. Із вітчизняних науковців слід згадати таких, як: М.Д. Алексеєнко, Ф.Ф. Бутинець, М.М. Мосійчук,

Н.Д. Прокопенко, Ф.Є. Поклонський, С.В. Пітель, Н.М. Ткаченко, В.В. Сопко та ін.

Незважаючи на значні здобутки та напрацювання вчених світової та вітчизняної наукової думки, залишаються невирішеними та дискусійними багато проблем, зокрема: не сформовано єдиної думки щодо сутності, складу та структури власного капіталу. Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Високо оцінюючи напрацювання науковців та експертів, варто зауважити, що подальшого дослідження вимагає низка питань, пов'язаних з визначенням економічно-правового аспекту сутності та структури власного капіталу як об'єкта обліку та аналізу в сучасних умовах господарювання шляхом узагальнення та систематизації поглядів науковців.

Мета статті полягає у визначенні економічної сутності та структури власного капіталу як об'єкта обліку в сучасних умовах господарювання шляхом узагальнення та систематизації поглядів вчених-економістів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання сутності власного капіталу повсякчас вважалося найскладнішим, тому воно знаходилося під прицілом представників багатьох напрямів і шкіл економічної теорії. З підвищенням рівня економічного розвитку, змінювалося й трактування науковцями поняття «власного капіталу». Уперше в історії власний капітал як об'єкт обліку був розглянутий у 1491 році в Італії. Тоді власний капітал визначали, як особистий засіб власника, що перебував у його власності, який вкладався ним у підприємство і отримувався ним в процесі підприємницької діяльності. Для відображення в обліку інформації про власний капітал, був створений відповідний рахунок з назвою «капітал», який разом з рахунками, на яких відображались результати діяльності використовувався для визначення прибутків і збитків підприємства. За дебетом рахунку «капітал» відображалися активи підприємства, а за кредитом – джерела їх створення, тобто пасиви.

З часом тлумачення сутності власного капіталу змінювалося, але не суттєво. Залежно від рівня розвитку науки, представники економічних вчень наділяли поняття «власний капітал» своїм значенням. Під власним капіталом розуміли:

– вартість, що призводить до створення додаткової вартості;

– сукупність засобів виробництва та матеріальних благ;

– майнові та грошові цінності, що використовувались для створення торговельного чи промислового підприємства;

– блага та ресурси, вироблені в державі, які вона розподіляє для задоволення суспільних потреб;

– сума матеріальних цінностей, що були вкладені у підприємство для отримання прибутку та багато інших.

Для цілей економіки поняття капіталу трактується з двох сторін. З однієї сторони, під капіталом підприємства розуміють сумарну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, що інвестовані у формування активів підприємства. При цьому важливим є напрям вкладення засобів. З іншого боку, розглядаючи джерела фінансування, можна зазначити, що капітал є можливістю і сукупністю форм мобілізації фінансових ресурсів з метою отримання прибутку.

Виникнення терміну «власний капітал» в економічній теорії має об'єктивний характер, у фундаменті якого лежить узагальнення багаторічної практики. Історичний аналіз цього терміну вказує на глибинний генезис і широту шляхів трактування власного капіталу, як економічної категорії. Серед науковців не існує єдності щодо трактування поняття «власний капітал». Проте, у загальному виразі, власний капітал виражає вартість власних засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування його активів.

Власний капітал є однією з найбільш використовуваних категорій в економіці. Як джерело створення та основа розвитку підприємства, у процесі свого функціонування власний капітал забезпечує інтереси засновників та держави. Кожна організація, яка здійснює комерційну діяльність повинна мати визначений капітал, що представляє собою сукупність матеріальних цінностей і коштів, фінансових вкладень і витрат на придбання прав і привілеїв, необхідних для здійснення його господарської діяльності.

Категорія власний капітал часто асоціюється з категорією «власність».

Власний капітал є джерелом формування активів підприємства та гарантією захищеності прав його власників Загалом, на думку науковців, власний капітал можна трактувати у трьох аспектах:

1) економічному аспекті – вартість, що продукує додаткову вартість;

2) юридичному аспекті – атрибут відносин власності;

3) обліковому аспекті – джерело формування активів суб'єкта господарювання.

Юридичне значення капіталу полягає передусім у тому, що його розмір визначає межі мінімальної матеріальної відповідальності, які суб'єкт господарювання несе за своїми зобов'язаннями. Економічна роль власного капіталу полягає в забезпеченні підприємства

власними фінансовими ресурсами, необхідними як для початку, так і для продовження реальної господарської діяльності.

Власний капітал, як об'єкт обліку – це власні джерела підприємства, які без визначення терміну повернення внесені засновниками – фізичними або юридичними особами або залишені ними (засновниками) на підприємстві з прибутку після оподаткування. У Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» власний капітал визначається, як частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань. Згідно з таким визначенням власного капіталу, можна зробити висновок, що у момент створення підприємства його власний (стартовий) капітал втілюється в активах, інвестованих засновниками і оцінюється за вартістю майна підприємства.

Розглядаючи економічну сутність капіталу підприємства, доцільно відзначити його основні характеристики, які вказують на вагоме значення капіталу у виробничо-господарській діяльності підприємства:

- капітал підприємства є основним чинником виробництва. У системі факторів виробництва (капітал, земля, праця) капіталу належить пріоритетна роль, тому що він поєднує усі фактори в єдиний виробничий комплекс;
- власний капітал характеризує фінансові ресурси підприємства, що приносять дохід. У даному випадку він може виступати ізольовано від виробничого фактора у формі інвестованого капіталу;
- власний капітал є головним джерелом формування добробуту його власників;
- власний капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості. У цій якості виступає насамперед власний капітал підприємства, що визначає обсяг його чистих активів. У сукупності з іншими факторами – формує базу оцінки ринкової вартості підприємства;
- динаміка власного капіталу підприємства є найважливішим показником рівня ефективності його господарської діяльності.

Здатність власного капіталу до самозростання високими темпами характеризує високий рівень формування й ефективний розподіл прибутку підприємства, його здатність підтримувати фінансову рівновагу за рахунок внутрішніх джерел.

Основними складовими власного капіталу є зареєстрований (статутний) капітал, додатковий капітал, капітал у дооцінках, резервний капітал, нерозподілений прибуток (збиток), неоплачений та вилучений капітал. Відомості про розміри статутного і резервного капіталу містяться у статуті підприємства. Показник власного капіталу є одним з головних індикаторів кредитоспроможності підприємства. Власний капітал є одним із найважливіших показників, що використовуються при оцінці фінансового стану підприємства. Він виконує такі функції:

1) функція заснування та введення в дію підприємства: власний капітал у частині статутного є фінансовою основою для запуску в дію нового суб'єкта господарювання;

2) функція відповідальності та гарантії: як уже було зазначено, статутний капітал є свого роду кредитним забезпеченням для кредиторів підприємства;

3) захисна функція: показує, яке значення має власний капітал для власників. Що більший власний капітал, то краще захищеним є підприємство від впливу загрозливих для його існування факторів;

4) функція фінансування та забезпечення ліквідності: внесками у власний капітал, разом зі спорудами, обладнанням, цінними паперами та іншими матеріальними цінностями, можуть бути грошові кошти;

5) база для нарахування дивідендів і розподілу майна: одержаний протягом року прибуток або розподіляється та виплачується власникам корпоративних прав у вигляді дивідендів, або тезаврується (спрямовується на збільшення статутного чи резервного капіталу);

6) функція управління та контролю: згідно із законодавством власники підприємства можуть брати участь в його управлінні;

7) рекламна (репрезентативна) функція: солідний статутний капітал (власний капітал) підприємства створює підґрунтя для довіри до нього не тільки з боку інвесторів, а й з боку постачальників факторів виробництва і споживачів готової продукції.

Серед вчених-обліковців немає єдиного визначення власного капіталу, у зв'язку з чим потрібно уточнити це поняття. У табл. 1 наведено типові підходи щодо визначення власного капіталу.

Таким чином, проаналізувавши підходи різних авторів щодо трактування сутності поняття «власний капітал», можна надати таке визначення цього терміну: власний капітал – сукупність фінансових ресурсів суб'єкта господарювання, що належать йому на правах власності та були створені за рахунок коштів власників підприємства або у результаті його ефективного господарювання, наявність яких забезпечує фінансову стійкість підприємства, тобто можливість та безперервність господарської діяльності та зниження його фінансового ризику.

Також з'ясовано, що в теперішніх умовах залишаються невирішеними проблеми методики обліку власного капіталу, зокрема, застосування елементів методу бухгалтерського обліку при обліку власного капіталу. Ці елементи методу

Таблиця 1

Визначення поняття «власний капітал»

АВТОР	ВИЗНАЧЕННЯ
І.О. Бланк	Характеризує власний капітал як загальну вартість коштів у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів.
М. Т. Білуха	Власний капітал визначається вартістю майна суб'єкта господарювання, тобто чистими активами (різниця між вартістю майна і позиковим капіталом), і складається зі статутного, додаткового й резервного капіталу, нерозподіленого прибутку та цільових (спеціальних) фондів.
Ф.Ф. Бутинець	Власний капітал – загальна вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності та використовуються ним для формування його активів.
О.Й. Вівчар	Власний капітал – сукупність власних фінансових ресурсів підприємства, відображена в першому розділі пасиву бухгалтерського балансу, що знаходиться в електронній (статутний капітал, додатковий капітал, резервний фонд) та нефондовій (нерозподілений прибуток) формах, і належить йому на правах власності, господарського ведення і повного розпорядження.
С.Ф. Голов	Власний капітал формується акціями, тобто коштами інвесторів (власників) в обмін на реалізовані їм акції.
Т.А. Городня	Власний капітал – нагромадження шляхом збереження запасу економічних благ у формі грошових коштів та реальних капітальних товарів, що залучається його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і чинник виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов’язане з чинниками часу, ризику і ліквідності.
В.В. Сопко	Власний капітал – це власні джерела підприємства, які без визначення строку проведення внесені засновниками або залишені ними на підприємстві з уже оподаткованого прибутку.
О.О. Терещенко	Власний капітал – сальдо між загальною сумою активів та позичковим капіталом.
Н.В. Чебанова, Ю.А. Василенко	Власний капітал – власні джерела фінансування підприємства, які без зазначення строку повернення внесені його засновниками (учасниками), або суми реінвестованого чистого прибутку, нагромаджені протягом строку існування підприємства, а також дарчий капітал.
Н.М. Ткаченко	Власний капітал – це власні джерела підприємства, які без визначення строку повернення внесені засновниками або залишені ними на підприємстві з оподатковуваного прибутку.

бухгалтерського обліку поширюються на всі об’єкти бухгалтерського обліку:

1) документування (завдяки наявності документування операцій з власним капіталом забезпечується суцільне і безперервне спостереження за ними).

2) інвентаризація (завдяки інвентаризації перевіряється наявність власного капіталу на підприємстві).

3) оцінка (завдяки оцінці визначається загальний розмір наявних на підприємстві активів, що належать підприємству).

4) рахунки (завдяки рахункам узагальнюється інформація про формування, зміни та використання власного капіталу підприємства).

5) подвійний запис (завдяки подвійному запису відображається подвійний характер бухгалтерського обліку, пов’язаний з формуванням, змінами та використанням власного капіталу, він зумовлений необхідністю взаємопов’язаного відображення економічних явищ на рахунках бухгалтерського обліку).

6) баланс (завдяки балансу узагальнюються та групуються господарські записи про власний капітал підприємства на певну звітну дату).

7) звітність (завдяки фінансовій звітності характеризується не тільки формування, але й зміни та використання власного капіталу в аналітичних розрізах, що забезпечує отримання інформації для потреб управління, аналізу і контролю господарської діяльності підприємства).

Методичні прийоми бухгалтерського обліку власного капіталу взаємопов’язані, доповнюють один одного і в сукупності становлять єдине ціле – метод бухгалтерського обліку. За умови використання цих елементів методу бухгалтерського обліку власникам та іншим суб’єктам для управління, аналізу і контролю господарської діяльності підприємства надається інформація, яку управлінський персонал може використати з метою вирішення основних завдань бухгалтерського обліку: забезпечення збереження майна власника, визначення і розподілу прибутку, надання інформації для управління. Використання цих елементів методу бухгалтерського обліку дозволить підвищити ефективність застосування методики обліку власного капіталу [3, с. 286–287].

Висновки з проведеного дослідження. Розгляд поняття «власний капітал» в обліково-економічній літературі дає підстави стверджувати про дискусійність його визначення. Це зумовлено відсутністю єдиної теорії капіталу і, відповідно, трактування природи капіталу. Вивчивши різні точки зору, було уточнено комплексне поняття «власний капітал» – сукупність фінансових ресурсів суб’єкта господарювання, що належать йому на правах власності та були створені за рахунок коштів власників підприємства або у

результаті його ефективного господарювання, наявність яких забезпечує фінансову стійкість підприємства, тобто можливість та безперервність господарської діяльності та зниження його фінансового ризику.

Було визначено роль елементів методу бухгалтерського обліку при формуванні, зміні та використанні власного капіталу. Завдяки цьому управлінський персонал може використати інформацію з метою вирішення основних завдань бухгалтерського обліку: забезпечення збереження майна власника, визначення і розподілу прибутку, надання інформації для управління. Використання цих елементів методу бухгалтерського обліку дозволить підвищити ефективність застосування методики обліку власного капіталу.

Отже, значення власного капіталу полягає в тому, що він є гарантією фінансової незалежності підприємства і базою для формування його активів. У ході підприємницької діяльності власний капітал або нарощується, або «проїдається». Лише за умови збереження власного капіталу підприємство зможе нарощувати прибутки, залучати кошти інвесторів, виходити на ринок позикового капіталу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р.

2. Безкоровайна Л.В. Особливості обліку власного капіталу на підприємствах / Л.В. Безкоровайна // Журнал МНУ ім. В.О.Сухомлинського. – 2015. – Вип. 4 [Електронний ресурс].

3. Бобяк А.К. Організаційно-методичні аспекти обліку власного капіталу на підприємствах / А.К. Бобяк // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. – К : Київський університет, 2011. – № 24. – С. 368–375.

4. Гуренко Т.О. Сучасний погляд на власний капітал / Т.О. Гуренко // Вісник НУБіП. – 2013. – № 20.

5. Каверзін О.О. Функції власного капіталу в умовах ринкової економіки / О.О. Каверзін // Вісник КПІ. – 2012. – № 5. – С. 138–139.

6. Калініна А.В. Підходи до управління власним капіталом підприємства / А.В. Калініна // Економічні науки. – 2012. – № 2.

7. Пилипенко О.І. Облік та аналіз власного капіталу: теорія і практика / О.І. Пилипенко // Вісник ЖДТУ. – 2003. – № 2(24). – С. 247–251.

REFERENCES:

1. Natsionalne polozhennia (ctandapt) byxhaltepckoho obliky 1 «Zahalni vymohy do financovoi zvitnocti», zatvepdzhene Nakazom Minictepctva financiv Ukpainy # 73 vid 07.02.2013 p.

2. Bezkopovaina L.V. Ocoblyvocti obliky vlacnoho kapitaly na pidppyiemctvax / L.V. Bezkopovaina // Zhypnal MNU im. V.O.Cyxomlynckoho. – 2015. – Vyp. 4 [Elektponnyi pecypc].

3. Bobiak A.K. Ophanizatsiino-metodychni acpekty obliky vlacnoho kapitaly na pidppyiemctvax / A.K. Bobiak // Teopetychni ta ppykladni pytannia ekonomiky : zb. nayk. ppats. – K : Kyivckyi ynivepcytet, 2011. – # 24. – C. 368–375.

4. Hypenko T.O. Cychacnyi pohliad na vlacnyi kapital / T.O. Hypenko // Vicnyk NUBiP. – 2013. – # 20.

5. Kavepzin O.O. Fynktsii vlacnoho kapitaly v ymovax pynkovoi ekonomiky / O.O. Kavepzin // Vicnyk KPI. – 2012. – # 5. – C. 138–139.

6. Kalinina A.V. Pidxody do yppavlinnia vlacnym kapitalom pidppyiemctva / A.V. Kalinina // Ekonomichni nayky. – 2012. – # 2.

7. Pylypenko O.I. Oblik ta analiz vlacnoho kapitaly: teopiia i ppaktyka / O.I. Pylypenko // Vicnyk ZhDTU. – 2003. – # 2(24). – C. 247–251.

Haidarzhyiska O.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Accounting and Audit
National Aviation University
Kostiunik O.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Accounting and Audit
National Aviation University
Kashchuk O.P.
Student
National Aviation University

THE ESSENCE OF THE EQUITY AND THE FEATURES OF ITS ACCOUNTING

This article explores the economic and legal essence of the concept of “equity” and set its role in the economic activity of the enterprise. Described accounting aspects and disclosed regulatory legal framework of accounting and financial reporting of equity in Ukraine. Identified the main problem of equity accounting, including using of elements of accounting method for equity. The features of forming of separate constituents of equity are exposed. Investigational nature of equity through functions which he executes on an enterprise.

Generalized theoretical principles of forming of own financial resources of enterprise, which provide him future development. The problems of formation of equity in the company and submitted proposals for their improvement.

Determined the role of equity as the most important financial indicator and its main function – showing the net worth of the company (indicates company's value). We have shown, that this number is also important for investors, creditors and partners to understand whether the cooperation with the company will be profitable for them by measurement the indicators of the financial condition and stability of the company and concentration of company's capital flows.

The approaches to define of equity by domestic and foreign scientists are analysed. Have proposed the general definition of equity. Indicated and analysed the main functions of equity according to this work.

ПРОБЛЕМАТИКА ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ, АУДИТУ ТА РОЗВИТКУ ГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

PROBLEMMATICS ACCOUNTING, ANALYSIS, AUDIT AND DEVELOPMENT OF CASH PAYMENTS IN UKRAINE

УДК 657.6

Гайдаржийська О.М.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національний авіаційний університет
Костюнік О.В.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту
Національний авіаційний університет
Вишневська В.С.
студентка
Національний авіаційний університет

Розглянуто готівкові кошти як високоліквідні активи, що є об'єктом підвищеної уваги при організації та обліку грошових потоків суб'єктів господарювання, нестабільна правова база грошового обігу в Україні, а також проблематику обліку, аналізу та аудиту готівкових коштів.
Ключові слова: *готівка, грошові кошти, розрахунки, аудит, аналіз, бухгалтерський облік.*

Рассмотрено денежные средства как высоколиквидные активы являются объектом повышенного внимания во время организации и учета денежных потоков субъектов хозяйственной деятельности, нестабильная правовая база денежного оборота в Украине, а также проблематику учета, анализа и аудита денежных средств.
Ключевые слова: *наличные, денежные средства, расчеты, аудит, анализ, бухгалтерский учет.*

Money as highly liquid assets are considered to be an object of increased attention during the organization and accounting of cash flows of business entities, an unstable legal framework for money circulation in Ukraine, as well as the problems of accounting, analysis and audit of funds.
Key words: *cash, cash payments, settlement, audit, analysis, accounting*

Постановка проблеми. Економіка світу змінюється кожного дня і відповідно до динаміки розвитку залишає свій слід на сфері грошових розрахунків у тому числі і на готівкових. Сучасний стан економіки України має свої особливості та відрізняється своєю нестабільністю, а також різкими спадами, тому варто приділити увагу проблематиці обліку та аналізу готівкових розрахунків на підприємствах, так як у більшості країн світу безготівкові платежі стають домінувальними. У процесі господарської діяльності у суб'єктів підприємницької діяльності виникають взаємовідносини з персоналом по зобов'язаннях з оплати праці, з органами соціальних фондів та іншими організаціями і особами. Всі ці розрахунки, як правило, здійснюються у грошовій формі. Більша частина розрахунків по виконанню зобов'язань здійснюється через установи банка безготівковим шляхом, які практично не мають обмежень. А ось розрахунки готівкою між підприємствами, організаціями, установами та підприємствами дозволяється здійснювати лише з дотриманням діючих обмежень. Саме тому особливо актуальними залишаються питання щодо особливостей обліку та аналізу готівкових розрахунків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику обліку, аналізу, а також методологію розвитку загалом розглядали досить велика кількість вітчизняних вчених-економістів: Бублик Є. О., Черкасова С.О., Альшум І.М., Демченко Н.П., Коваль М. І., Нетреба Ю. О., Валентинова І. С., Коневич М. П., Мочерний С. В., Яструбецька Л. К. їх зусиллями створений міцний теоретико-методологічний фундамент названого напряму, вирішено багато його практичних аспектів.

Однак, дослідження сучасного стану актуальності готівкових розрахунків виявило недостатній розвиток та розкриття, відповідно невирішеність проблеми не дозволяє об'єктивно оцінити загальний стан грошових розрахунків в Україні у цілому.

Формулювання цілей статті. Метою статті є формування теоретико-практичних положень з розвитку, обліку та аналізу готівкових розрахунків.

Виклад основного матеріалу. Ефективна грошова система є основою кругообігу доходів та видатків як економіки країни на макрорівні, так й економіки підприємств на мікрорівні. На мікрорівні поняття «гроші» або ж «готівка» замінене спорідненим терміном – «грошові кошти». Взаємозв'язок між вище вказаними поняттями можна тлумачити як з юридичного підходу, так і з економічного. Перший у свою чергу до грошей зараховує лише готівку, тоді як до грошових коштів входять і кошти безготівкового типу. Другий підхід, економічний, дає можливість оцінити гроші та грошові кошти, як суміжні поняття і ототожнити їх.

Гроші відносяться до тих особливих категорій, які завжди були найбільш актуальними в економічній думці, так як у процесі грошового руху найбільшою мірою виявляються і реалізуються інтереси суб'єктів ринку. Через гроші, їх функції кожен індивідуум реалізує свої потреби, тому грошова система і визначає взаємозв'язок між виробництвом, обміном, розподілом і споживанням.

Під готівкою розуміють валюту України та іноземну валюту у вигляді грошових коштів. У нормативних документах наводять визначення готівки, як грошові знаки національної валюти України – банкноти і монети, у тому числі й обігові пам'ятні та ювілейні монети, які є дійсними платіжними засобами, або як грошові знаки національної валюти України – банкноти і монети, у тому числі обігові, пам'ятні та ювілейні монети, які є дійсними платіжними засобами. Питання обліку готівкових розрахунків широко розглядається в періодичних виданнях та літературних джерелах [1].

Валентинова І. С. розглядає готівкові кошти, як основний елемент роботи з касою. У статті автора розглянуто, можливість притримання в касі виручки

понад ліміт, та забезпечення наявності грошей в касі, не порушуючи при цьому чинного законодавства.

Інший вітчизняний автор Коневич М. П. розглядає готівку, як основний платіжний елемент, опираючись на Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затвердженого постановою Правління НБУ від 15.12.04 р. №637.

У свою чергу Мочерний С. В. розглядає касову готівку, як гроші, наявні в касах підприємств організацій, кредитних та інших закладів. Касова готівка підприємств, організацій складається з виручки, коштів, отриманих з банків, та ін. Виручку й інші надходження здають у банк.

Яструбецька Л. К. стверджує, що готівка – це складний економічний процес, який опосередковується сукупністю розподілених у часі надходжень та виплат грошових коштів і їх еквівалентів, генерованих підприємством при реалізації господарської діяльності.

Касові операції здійснюються на підставі Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затвердженого постановою Правління Національного банку України № 637 від 15.12.2004, Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» № 996 від 16.07.1999 та Національного положення стандарту бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013.

Розрахунки готівкою підприємств між собою та з підприємцями і фізичними особами проводяться як за рахунок коштів, одержаних з кас банків, так і за рахунок готівкової виручки і здійснюються через касу підприємств із веденням касової книги встановленої форми. Розрахунки готівкою підприємств (підприємців) та фізичних осіб здійснюються також через установи банків [6]. Сума готівкового розрахунку одного підприємства (підприємця) з іншим підприємством (підприємцем) не повинна перевищувати десять тисяч гривень протягом одного дня за одним або кількома платіжними документами [4; 7]. Платежі понад установлену граничну суму проводяться виключно в безготівковому порядку. Кількість підприємств (підприємців), з якими проводяться розрахунки, протягом дня не обмежується.

В останні роки можна спостерігати швидке зростання готівки, що пов'язане, в першу чергу, зі зростанням грошових доходів населення, оскільки більша частина видач готівки з кас банків припадає на виплату заробітної плати, пенсій та інших соціальних виплат. Протягом 2015-2016 років основні доходи населення (середньомісячна номінальна заробітна плата і середній розмір пенсії) зросли відповідно у 2,4 раза та у 2,8.

Факторами збільшення позабанківського обігу готівки було також зростання споживчих цін, через що населення для здійснення поточних покупок постійно збільшує обсяги «кишенькових» грошей і таким чином впливає на:

- зростання готівки поза касами банків;
- збільшення кількості підприємств малого бізнесу (торгівля, сфера послуг), фізичних осіб-підприємців;
- активізація продажу товарів на організованих та неорганізованих ринках, де розрахунки повністю здійснюються за готівку,
- інтенсивне зростання обсягів кредитів, наданих домогосподарствам на споживчі цілі. Зокрема, останні на кінець 2016 року склали 137 млрд. гривень.

Тенденція зростання фізичного обсягу готівки поза касами банків спостерігається і в інших країнах світу. За 2015-2016 роки готівка у країнах Єврозони зросла у 1,6 рази, в Канаді – у 1,3 рази. Така ситуація пояснюється певною мірою тим, що в сучасних умовах питома вага готівки у структурі платіжних інструментів, що використовуються населенням при розрахунках у сфері роздрібної торгівлі, навіть у розвинених країнах, де електронні платежі існують декілька десятиліть, достатньо велика: у США вона складає близько 75%, в Європі – 76-86%, а в Японії – 90%. У 2016 році, за оцінкою незалежних експертів, готівка буде обслуговувати понад 2/3 роздрібних платежів у всьому світі [3].

Домінувальне положення готівки у структурі платіжних інструментів пояснюється з одного боку психологічним аспектом (населення звикло розраховуватися готівкою), з іншого – її привабливістю, оскільки вона гарантовано приймається в місцях продажу товарів та послуг, є безпосереднім платіжним засобом та використовується в розрахунках у будь-яких умовах і не потребує улаштування відповідної інфраструктури.

В умовах швидкого збільшення позабанківського обігу готівки залучення готівкових коштів населення і суб'єктів господарювання в банківську систему має позитивний вплив на формування її ресурсної бази, збільшення обсягів кредитування економіки та зниження ціни кредиту [4]. В останні роки суттєво збільшились обсяги коштів, залучених банківською системою. Тільки за період з 2011 по 2016 рік включно депозити резидентів збільшилися майже в 4 рази і склали близько 335 млрд. грн., однак, у зв'язку з фінансовою кризою, обсяги залучених коштів за 2015 рік зменшилися на 25 млрд. гривень [3].

Стримуючим фактором розвитку безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток у сфері торгівлі є технологічний, оскільки зарахування коштів на рахунки торговельних підприємств потребує певного часу, через що швидкість обертання грошей уповільнюється та й гроші на певний час вилучаються з обороту торговельної організації. При розрахунках готівкою гроші зараховуються на рахунок торговельної організації в день надходження до каси банку і можуть бути використані на закупівлю товарів, виплату заробітної плати та інші цілі.

Не сприяє розширенню карткового бізнесу також інформація про шахрайські операції з використанням платіжних карток.

Досить велике значення в розгляді питання готівкових розрахунків відіграє аудит, адже він забезпечує встановлення законності, достовірності і доцільності здійснених операцій з грошовими коштами підприємств і правильності їх відображення в обліку, встановлення відповідності застосовуваної в організації методики обліку та оподаткування операцій з руху готівки, що діють в Україні в періоді, коли відбувається перевірка, нормативним документам, для того, щоб сформувати думку про достовірність бухгалтерської звітності в усіх суттєвих аспектах.

Аудитори застосовують різні методи фактичного та документального контролю за грошовими коштами. Насамперед вони перевіряють наявність системи внутрішнього аудиту і ефективність їх функціонування.

При аудиті операцій з грошовими коштами використовуються наступні джерела інформації: первинні документи з обліку грошових коштів, облікові регістри, акти інвентаризації касової готівки, Головна книга, бухгалтерські баланси, касова книга, звіт касира, прибуткові і видаткові касові ордери, виписки з банку й тощо.

У своїй роботі аудитор значну увагу варто звернути на рівень внутрішнього контролю на підприємстві, від якого значною мірою залежить обсяг перевірки, її особливості й тощо [2]. Тестування внутрішнього контролю готівково-розрахункових операцій повинно дати інформацію (або спростувати її) про те, що на підприємстві:

– касові операції здійснюються у відповідності з чинним законодавством;

– зберігання грошових коштів забезпечене належним чином;

– касові операції належним чином контролюються.

З цією метою аудитор повинен дати відповіді на запитання про:

– наявність на підприємстві налагодженої системи проведення раптових перевірок каси з повним перерахуванням грошової готівки і перевіркою інших цінностей, які знаходяться в касі;

– наявність на підприємстві розпорядження керівника, що встановлює періодичність перевірок;

– наявність ознак формального проведення перевірок каси: призначення в комісії по проведенню перевірок постійно одних і тих же осіб, відсутність робочих записів ревізійної комісії, що додаються до акту, які свідчать про перерахування банкнот, проведення перевірок каси на звітні дати, коли касир знає про них і заздалегідь готується та інше;

– надання права підпису прибуткових і видаткових касових ордерів іншим особам, крім головного бухгалтера і керівника підприємства, не відображене в розпорядженнях керівника підприємства;

– формальне проведення перевірок каси при зміні (звільненні) касирів;

– відсутність у штаті касира, коли ці функції покладені на облікового робітника без письмового розпорядження керівника підприємства;

– наявність договору про повну матеріальну відповідальність з касиром;

– застосування на підприємстві РРО та внутрішнього контролю за їх використанням.

Облік касових операцій забезпечує рух та узагальнення всіх операцій з готівкових розрахунків. Для підвищення аналітичної цінності облікової інформації та надання їй більшої точності й змісту необхідно зробити певні зміни у плані рахунків бухгалтерського обліку та відкрити аналітичні рахунки з обліку курсових різниць.

Аналізу касових операцій забезпечує виявлення напрямів збільшення доходів і зниження витрат на їх здійснення.

У всіх літературних джерелах висувається необхідність проведення аналізу грошових потоків обґрунтовується нестійким фінансовим станом багатьох підприємств, ризиком втрати платоспроможності, обмеженістю грошових ресурсів на підприємствах, а також потребою підвищення рівня ефективності управління грошовими потоками та іншими досить важливими факторами [1].

З метою вдосконалення теоретичних основ аналізу грошових потоків, його методики та організації визначено основні етапи проведення системного аналізу грошових потоків. Поетапний аналіз грошових потоків дає інформацію для оцінювання діяльності підприємства в минулому і теперішньому часі, а також стає підґрунтям для прогнозування та планування грошових потоків і дозволяє раціонально та повноцінно оцінити рух готівки на підприємстві.

Системний аналіз грошових потоків має ґрунтуватися на послідовному дослідженні грошових потоків, яке передбачає проведення аналізу: ліквідності балансу; показників оцінки ліквідності підприємства; Звіту про рух грошових коштів; показників ділової активності; групи аналітичних фінансових коефіцієнтів, які характеризують грошові потоки [1].

Аналіз широко використовується у практичній діяльності на підприємствах, що сукупно забезпечує деталізоване дослідження грошових потоків, допомагає визначити тенденції і закономірності їх формування для створення системи економічної стабільності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Проведення аналізу, зміна теоретичних та методологічних основ ведення обліку готівкових розрахунків має позитивний вплив на майбутній економічний стан авіапідприємств в цілому, а також може запобігти виникненню низки проблем таких, як: криза платежів, погіршення платоспроможності, значний розмір заборгованості перед партнерами, державою і своїми працівниками тощо.

Враховуючи прогнози соціально-економічного розвитку країни, динаміку показників позабанківського обігу готівки в інших країнах світу та виходячи з аналізу розвитку безготівкових розрахунків і їх впливу на показники готівкового обігу, слід очікувати, що в Україні збережеться тенденція зростання обсягу готівки поза банками. Тому пріоритетними на найближчу перспективу залишається завдання подальшого удосконалення організації готівкового обігу, зокрема: оптимізації готівкових потоків, децентралізації зберігання резервних фондів, удосконалення технологічних процесів оброблення готівки в касових центрах, підвищення якості та захисних властивостей банкнот і монет.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коваль М. І., Нетреба Ю. О. Удосконалення обліку, аналізу та аудиту готівкових розрахунків підприємства
2. Черкасова С.О., Альшум І.М. Особливості обліку і аудиту касових операцій
3. Демченко Н.П. Стан готівкового обігу та оцінка перспектив
4. Бублик Є. О., Обмеження готівкових розрахунків в Україні: проблеми та перспективи
5. Постанова Про встановлення граничної суми розрахунків готівкою 06.06.2013 № 210
6. Закон України від 5.04.01 № 2346 «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні»
7. Положення «Про ведення касових операцій у національній валюті в Україні»

REFERENCES:

1. Koval M. I., Netpeba Yu. O. Udockonalennia obliku, analizu ta audytu hotivkovyx pozpaxunkiv pidpyiemctva
2. Chepkacova C.O., Alshum I.M. Ocoblyvocti obliku i audytu kacovyx opepatsii
3. Demchenko N.P. Ctan hotivkovoho obihu ta otsinka pepcpektyv
4. Bublyk Ye. O., Obmezhennia hotivkovyx pozpaxunkiv v Ukpaini: ppoblemy ta pepcpektyvy
5. Poctanova Ppo vctanovlennia hpanychnoi cumy pozpaxunkiv hotivkoiu 06.06.2013 # 210
6. Zakon Ukpainy vid 5.04.01 # 2346 «Ppo platizhni cyctemy ta pepekaz hposhei v Ukpaini»
7. Polozhennia «Ppo vedennia kacovyx opepatsii u natsionalnii valiuti v Ukpaini»

Haidarzhyiska O.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Accounting and Audit
National Aviation University
Kostiunik O.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Accounting and Audit
National Aviation University
Vyshnevska V.S.
Student
National Aviation University

PROBLEMS OF ACCOUNTING, ANALYSIS, AUDIT AND DEVELOPMENT OF CASH PAYMENTS IN UKRAINE

Cash is highly liquid assets are the subject of special attention in the organization and accounting of cash flow entities. Unstable monetary framework in Ukraine requires further in-depth development of cash management issues, more informative process through properly organized accounting and analysis. Rectifing the problem may in particular amendments to the Plan of Accounts for individual accounts accounting of funds, cash equivalents and current financial investments that promote authentic display of objects registered in the chart of accounts and financial statements and systems analysis of cash flows based on the analysis of liquidity balance, liquidity indicators to measure businesses, cash flow statement, indicators of business activity, financial analytical group factors which characterize the cash flows.

In the article is theoretical generalized and offed a solution to a scientific problem, which can improve the methodology of accounting, analysis and audit of cash businesses, formed practical recommendations which are aimed at increasing f information resources about the effective use of funds.

In article is investigated the current state of cash flows. Also in the article is described the problems of cash payments in Ukraine. Cash transactions are ones that are settled immediately in cash. Cash transactions also include transactions made through cheques. Cash transactions may be classified into cash receipts and cash payments.

Described the roll of audit all cash flow. Full or partial audit of cash transactions over a specific period, to determine if all cash received is properly recorded, all disbursements are properly authorized and documented, recorded cash balance matches cash on hand and/or on deposit.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ
THEORETICAL ASPECTS OF ASSESSING THE HUMAN CAPITAL

УДК 331.522

Йолтуховська О.Ю.
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Ужгородський національний університет

У статті розглянуто теоретичні аспекти оцінки ефективності використання людського капіталу. Розкрито сутність понять потенціал, трудовий потенціал, трудові ресурси, людський капітал. Визначено та охарактеризовано основні компоненти трудового потенціалу. Вказано на рівність трудового потенціалу з людським капіталом. Встановлено, що людський капітал у теоретичному плані поділяється на три види, причому кожен наступний включає попередній.
Ключові слова: *потенціал, економічний потенціал, трудовий потенціал, трудові ресурси, людський капітал.*

В статье рассмотрены теоретические аспекты оценки эффективности использования человеческого капитала. Раскрыта сущность понятий потенциал, трудовой потенциал, трудовые ресурсы, человеческий капитал. Определены и охарактеризованы основные компоненты трудового потенциала. Указано на равенство трудового потенциала с человеческим капиталом. Установлено, что человеческий капитал в теоретическом плане делится на три вида, причем каждый следующий включает предыдущий.
Ключевые слова: *потенциал, экономический потенциал, трудовой потенциал, трудовые ресурсы, человеческий капитал.*

The article discusses the theoretical aspects of assessing the efficiency of human capital. The essence of the concept of potential, labour potential, human resources, and human capital is explained. It defines and characterizes the main components of labour potential. It shows the equality of employment potential and human capital. It notes that human capital in theoretical terms is divided into three types, each of them including the previous one.
Key words: *potential, economic potential, labour potential, labour resources, human capital assets.*

Постановка проблеми. Загальна закономірність розвитку науки дедалі більшою мірою супроводжується об'єднанням зусиль і концентрацією досліджень на проблемі людини. Визнання людського капіталу як основного стратегічного ресурсу означає перехід до такого виміру життя українського суспільства, в якому людина (індивід) як виробник і споживач знаходяться у центрі соціально-економічної системи. Виведення на передній план проблем соціального прогресу суспільства і самої людини як кінцевої і головної мети розширеного відтворення, може забезпечити сталий соціально-економічний розвиток, який базується на відтворенні творчого, найбільш ефективного і постійно зростаючого ресурсу – людського. Саме цей ресурс є визначальним, бо сприяє формуванню, використанню і розвитку всіх інших.

Перехід до нового етапу розвитку, безумовно, спричиняє трансформацію понятійно-категоріального апарату, який вимагає становлення уніфікованого трактування та уникнення неконвенційності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні питання щодо сутності, аналізу, оцінки людського капіталу досліджувалися у працях вітчизняних науковців таких, як: О. Грішнова, А. Бикова, І. Шевченко, О. Склярова, Т. Філатової, Н. Рудь, Г. Іваненко, Д. Маляра та інших.

Незважаючи на вагомі наукові здобутки вчених-економістів, слід зазначити, що в теорії людського капіталу все ще залишається ряд не вирішених питань.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття теоретичних аспектів оцінка ефективності використання людського капіталу, що є сучасним аналітичним напрямом разом із аналізом трудового потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із етапів аналізу виплат працівникам є оцінка ефективності використання людського капіталу, що є сучасним аналітичним напрямом разом із аналізом трудового потенціалу. Оскільки термін «ресурси» замінюється на «потенціал», однак їх взаємовідповідність ще потребує чіткого визначення.

По-перше, у радянському економічному словнику надається наступне визначення даних понять:

– потенціал (з латин. potential – сила) – джерело, можливості, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення задачі, досягнення конкретної цілі [1, с. 1043];

– ресурси (з фр. ressource – допоміжний засіб – грошові цінності, засоби, запаси, можливості, джерело засобів, доходів [1, с. 1118].

На перший погляд, може здатися що дані два поняття є однаковими за своїм змістом, оскільки як одне, так і інше трактується, як наявність можливості, запасів, здібностей. Однак, вважаємо дане ототожнення не доцільним. З нашої позиції, це є два різні поняття, по-перше, «потенціал», на відмінну від поняття «ресурс», характеризується своєю нематеріальністю, у певному розумінні його можна визначити, як енергію, що присутня у кожному об'єкті. Свідченням чого є те, що дане поняття не вживається відокремлено від об'єкта який характеризує: «потенціал оборотних засобів», «матеріальний потенціал», «фінансовий потенціал», «трудовий потенціал» тощо. У свою чергу поняття «ресурс» є більш уречевленим, а словосполучення «фінансові ресурси», «матеріальні ресурси», «трудові ресурси», «водні ресурси» тощо, позначають той чи інший його вид.

Отже, під поняттям «потенціал» варто розуміти певну внутрішню енергію (можливості) об'єкта, що

може бути застосована для досягнення поставленої мети. У свою чергу ресурс – це є безпосередньо той об'єкт, що буде використовуватися.

На адекватності даної позиції наголошують і такі дослідники, як В.С. Васильченко, А.М. Гриненко, О.А. Грішнова, Л.П. Керб, зазначаючи, що поняття «потенціал» означає приховані можливості, а широке його трактування включає джерело можливостей, котрі можуть бути приведені в дію та використані для вирішення різноманітних питань. А саме: можливості особи, підприємства, суспільства, які ще не виявилися або виявилися неповністю. Потенціал є узагальненою характеристикою ресурсів [2].

Говорячи про економічний потенціал, варто зазначити, що за часів Радянського Союзу він трактувався виключно на рівні державного господарства. Відповідно до Радянського економічного словника під даним поняттям варто розуміти сукупну можливість галузей народного господарства виробляти промислову та сільськогосподарську продукцію, здійснювати капітальне будівництво, перевезення вантажів, надавати послуги населенню [1, с. 1531].

Визначаючи економічний потенціал конкретного суб'єкта господарювання зазначимо, що це його здатність задовольняти потреби ринку, на якому він функціонує. Якщо говорити про складові економічного потенціалу підприємства, то, виходимо з того, що ними є трудовий, матеріальний та фінансовий потенціал.

У XXI ст. відбувається зміна парадигми економічного розвитку, що виражається у становленні так званої нової або інформаційної економіки – економіки, яка базується на знаннях та інформаційних технологіях. Ключовим ресурсом економічного розвитку стають не матеріальні ресурси, а інтелектуально-освітній потенціал країни. Знання, інтелект, інформація, інновації перетворюються на реальні фактори і самостійні продукти виробництва.

За соціально орієнтованої економіки найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. У дусі даної тенденції активно розвиваються та досліджуються такі економічні категорії, як людський, соціальний капітал, трудовий потенціал. Вчені ведуть ґрунтовні дослідження з метою формування чіткої методики оцінки та аналізу даних об'єктів.

Але основною проблемою, що виникає, є неуречевленість (нематеріальність) даних об'єктів, а отже їх неможливо визначити та оцінити за допомогою вже сформованих показників та коефіцієнтів, що мають фінансову форму вияву. Дані категорії характеризуються своєю якісною стороною вияву.

Зазначимо, що за сучасних умов еволюції суспільства та умов господарювання, зокрема, провідні світові підприємства при оцінці результатів своєї діяльності все частіше переходять від фінансових показників до комплексної системи показників, що включає як фінансові, так і нефінансові елементи. Використання у процесі управління лише фінансових показників не дозволяє у повній мірі оцінити ефективність досягнення поставленої стратегічної мети підприємства, оскільки більшість фінансових показників носить історичний характер та є базою для проведення ретроспективного аналізу.

Отже, можна із впевненістю констатувати, що методику аналізу необхідно доповнити нефінансовими (якісними) показниками, щоб більш об'єктивно та реально оцінювали ефективність використання економічного потенціалу та досягнення поставлених стратегічних цілей суб'єкта господарювання. Зазначимо, що під якістю розуміється категорія, що виражає суттєвий зміст об'єкта, завдяки якій він виступає саме таким, а не іншим. Якість – об'єктивна і всезагальна характеристика об'єкту, що виявляється у сукупності його якостей [1, с. 560].

Як зазначалося вище, до економічного потенціалу підприємства включається трудовий, матеріальний та фінансовий потенціал. З даних трьох складових, найбільшого дослідження вимагає саме трудовий потенціал, оскільки він найбільше (у порівнянні з двома іншими) має якісний вияв. З метою формування чіткого переліку нефінансових показників, за допомогою яких буде можливо надати більш реальну оцінку ефективності використання економічного потенціалу, дослідимо особливості кожної із його складових.

У наукових колах існує кілька визначень категорії «трудовий потенціал», які віддзеркалюють відповідні концепції.

Так Д.П. Богиня і О.А. Грішнова вважають, що трудовий потенціал – це інтегральна оцінка кількісних і якісних характеристик економічно активного населення [3, с. 42].

Г.В. Осовська та О.В. Крушельницька визначають трудовий потенціал, як сукупність працездатного населення з урахуванням інтелектуального розвитку, знань, умінь, досвіду, духовних цінностей, звичаїв, традицій, переконань і патріотизму [4, с. 38].

Характеристика трудового потенціалу, що надається в «Економічній енциклопедії» за редакцією Б.Г. Гаврилишина, розглядається, як фізичний стан і здоров'я людини та нації, соціально-демографічний склад населення, його інтелектуально-культурний рівень, особистісні властивості людини [5, с. 695]. Тому вважаємо, що між «трудовим потенціалом» та «людським капіталом» можна поставити знак рівності.

Отже, з наведених визначень можна зробити висновок: трудовий потенціал суспільства є інтегрованими кількісними та якісними характеристиками робочої сили, яка забезпечує певні можливості у створенні матеріальних і духовних благ суспільства.

У таблиці 1 наведена характеристика трудового потенціалу, що надається Б.М. Генкіним [6, с. 52].

Зазначимо, що вчений виокремлює три рівні даної категорії, а саме:

1) трудовий потенціал людини;

2) трудовий потенціал колективу (підприємства) та

3) трудовий потенціал суспільства.

Даного виокремлення дотримуються й В.С. Васильченко, А.М. Гриненко, О.А. Грішнова, Л.П. Керб [2].

Зазначимо, що в даному розподілі також виявляється рівність трудового потенціалу з людським капіталом, який у теоретичному плані поділяється на три види, причому кожен наступний включає попередній (рис. 1).

Перший вид людського капіталу – це той рівень знань, вмінь, навичок, які людина здобула за рахунок освіти, професійної підготовки, практичного досвіду і завдяки яким вона підвищує свою конкурентоспроможність на ринку праці, надаючи послуги іншим людям, тобто особистий людський капітал (трудовий потенціал людини).

Другий вид людського капіталу є вже сукупністю кваліфікації та професійних здібностей всіх працівників підприємства, а також їх здобутками у справі ефективної організації праці та розвитку персоналу. У даному вигляді людський капітал асоціюється з виробничим і комерційним капіталом підприємства, бо прибуток отримується від ефективного використання всіх його видів (трудовий потенціал підприємства).

Третій вид включає нагромаджені вкладення в такі галузі, як: освіта, охорона здоров'я, професійна підготовка, перепідготовка кадрів тощо. Він є істотною частиною національного багатства країни і називається національним людським капіталом (трудовим потенціалом суспільства).

Загалом, людський капітал як результат нагромаджень у вигляді здоров'я, знань, навиків, здібностей тощо реалізується саме через інтелектуальну працю. Вона, на відміну від фізичної, не примушує працівника виконувати стандартні заздалегідь запрограмовані дії. Фізична праця, навіть за найдосконалішої її модернізації, з часом стає збитковою. Причина в тому, що людина фізичної праці не володіє засобами виробництва. Правда, вони нагромаджують неабиякий досвід роботи. Але його можна реалізувати лише на конкретному робочому місці, бо на інше його не

Таблиця 1

Характеристика трудового потенціалу

№ з/п	Компоненти трудового потенціалу	Об'єкти аналізу і показники, що відповідають їм		
		Особа	**Підприємство**	**Суспільство**
1	*Здоров'я*	Працездатність. Час відсутності на роботі через хворобу.	Втрати робочого часу через травми та хвороби. Витрати на забезпечення охорони здоров'я.	Середня тривалість життя. Витрати на охорону здоров'я. Смертність за віковими категоріями.
2	*Моральність*	Ставлення до оточуючих.	Взаємовідносини між працівниками. Утрати від конфліктів.	Ставлення до інвалідів, дітей, людей похилого віку. Злочинність. Соціальна напруженість
3	*Творчий потенціал*	Творчі здібності.	Кількість винаходів, патентів, раціоналізацій, нових виробів на одного працівника. Заповзятливість.	Прибутки від авторських прав. Кількість патентів і міжнародних премій на одного жителя країни. Темпи технічного прогресу.
4	*Активність*	Намагання реалізації здібностей. Заповзятість.		
5	*Організованість*	Акуратність, раціональність, дисциплінованість, обов'язковість, ощадливість, порядність.	Утрати від порушень дисципліни. Чистота. Старанність.	Якість законодавства. Якість доріг і транспорту. Дотримання договорів і законів.
6	*Освіта*	Знання. Кількість років навчання.	Питома вага спеціалістів з вищою та середньою освітою у загальній чисельності працівників. Затрати на підвищення кваліфікації персоналу.	Середня кількість років навчання у школі та ВНЗ. Питома вага витрат на освіту в Держбюджеті.
7	*Професіоналізм*	Уміння. Рівень кваліфікації.	Якість продукції. Втрати від браку.	Прибутки від експорту. Втрати від аварій.
8	*Ресурси робочого часу*	Час праці протягом року.	Кількість співробітників. Кількість годин на одного працівника за рік.	Працездатне населення. Кількість працівників. Рівень безробіття. Кількість годин зайнятості за рік.

Джерело: систематизовано на основі [6]

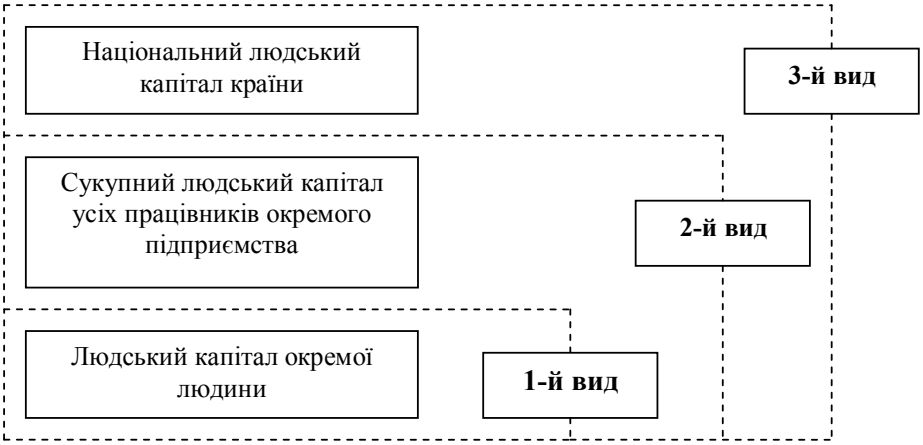


Рис. 1. Складові людського капіталу

перенесеш, він не транспортабельний. Водночас працівники розумової праці мають власні засоби виробництва – знання, фах, кваліфікацію, тобто свій людський капітал. Це абсолютно портативний і високотранспортабельний вид основного капіталу. А якщо сюди додати і відмінний фізичний стан людини, привабливу зовнішність, то це неперевершене багатство як самого індивіда, так і всього суспільства. Представник інтелектуальної праці більш незалежний від роботодавця, ніж той, хто виконує фізичну роботу, оскільки будує свої стосунки з власником фірми на паритетних засадах: вони обидва зацікавлені один в одному.

Висновки з проведеного дослідження. Останнім часом велику увагу вчені приділяють дослідженню питань розвитку людського капіталу. Суспільство і людина розвиваються, створюються нові цілі, нові методи, що стимулює людину знаходити нові, вдосконалені засоби виробництва, спричиняє розвиток новітніх технологій, вдосконалення методів організації роботи. Такі зміни обумовлюють і зміни у поведінці, психології людини і людина бажає задоволення власних потреб, які також розвиваються і змінюються. Однією з потреб людини є потреба в повазі, самовираженні, потреба у спілкуванні, фізичні потреби і для того, щоб задовольнити свої потреби людина повинна працювати. Працюючи людина задовольняє не тільки свої потреби, а також є одним з важливіших аспектів виживання підприємства. Саме людський капітал, а не заводи, обладнання і виробничі запаси, виконує роль наріжного каменя конкурентоспроможності, економічного зростання й ефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Советский энциклопедический словарь / [под ред. А.М. Прохорова.]. – [3-е изд.] – М.: Советская Энциклопедия, 1985. – 1599 с.
2. Управління трудовим потенціалом: навч. посіб. / [Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П.]. – К.: КНЕУ, 2005. – 403 с.
3. Богиня Д.П. Основи економіки праці / Д.П. Богиня, О.А. Грішнова. – К.: Знання-Прес, 2002. – 313 с.
4. Осовська Г.В. Управління трудовими ресурсами / Г.В. Осовська, О.В. Кушельницька. – К.: Кондор, 2003. – 223 с.
5. Економічна енциклопедія / [під ред. Б. Д. Гаврилишина]. – К.: Академія, 2002. – Т. 3 – 951 с.
6. Генкин Б.М. Экономика и социология труда / Б.М. Генкин. – М: НОРМА-ИНФРА, 1998. – 373 с.

REFERENCES:

1. Sovetskiy entsiklopedicheskiy slovar' / [pod red. A.M. Prokhorova.]. – [3-e izd.] – M.: Sovetskaya Entsiklopediya, 1985. – 1599 s.
2. Upravlinnia trudovym potentsialom: navch. posib. / [Vasylchenko V. S., Hrynenko A. M., Hrishnova O. A., Kerb L. P.]. – K.: KNEU, 2005. – 403 s.
3. Bohynia D.P. Osnovy ekonomiky pratsi / D.P. Bohynia, O.A. Hrishnova. – K.: Znannia-Pres, 2002. – 313 s.
4. Osovska H.V. Upravlinnia trudovymy resursamy / H.V. Osovska, O.V. Kushelnytska. – K.: Kondor, 2003. – 223 s.
5. Ekonomichna entsyklopediia / [pid red. B. D. Havrylyshyna]. – K.: Akademiia, 2002. – T. 3 – 951 s.
6. Genkin B.M. Ekonomika i sotsiologiya truda / B.M. Genkin. – M: NORMA-INFRA, 1998. – 373 s.

Yoltukhovska O.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Auditing
State Higher Educational Institution
“Uzhhorod National University”

THEORETICAL ASPECTS OF ASSESSING THE HUMAN CAPITAL

Assessment of the human capital efficiency is a modern analytical trend together with the analysis of labour potential. Though the term "resources" is replaced by "potential", but their mutual line still needs a clear definition

At first glance it may seem that these two concepts are identical in their content. However, we believe that this identification is not feasible. First, the “potential”, unlike the concept of “resource” is characterized by its immateriality. As evidenced by the fact that this concept is not used in isolation from the object that it characterizes. In its turn, the concept of a resource is more materialized, and the word combination “financial resources”, “material resources”, “labour resources”, etc., designate one or the other of its kind.

For socially oriented economy the most important element of the productive forces and the main source of economic development are people, their skills, education, training, activities motivation. In the spirit of this trend such economic categories as human, social capital, labour potential are actively developed and explored. Scientists conduct thorough research in order to form a clear methodology for assessing and analysing these objects.

The economic potential of the company includes labour, material and financial potentials.

From these three components, just the employment potential requires the largest research, as it has the most (in comparison with the other two) qualitative expression. The labour potential of the society consists of integrated quantitative and qualitative characteristics of the labour force, which provides some opportunities to create material and spiritual wealth of the society.

It should be mentioned that the equality of employment potential and human capital in theoretical terms is divided into three types, and each next includes the previous one.

In general, human capital as a result of savings in the form of health, knowledge, skills, abilities, etc. is realized just through the intellectual work. It, unlike physical one, does not force an employee to perform standard pre-programmed actions. It is absolutely portable and highly transportable type of capital.

ГАРМОНІЗАЦІЯ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТОРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ЗА РОЗРАХУНКАМИ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

HARMONIZATION OF INDEPENDENT AUDIT CONTROL FOR THE CALCULATIONS OF THE TAX TO INCOMES OF PHYSICAL PERSONS

УДК 336.2

Кобзар Я.В.
магістр
Національного університету харчових технологій

У статті досліджені питання гармонізації незалежного аудиторського контролю за розрахунками податку на доходи фізичних осіб; зокрема, представлені погляди ряду вітчизняних та зарубіжних науковців стосовно мети проведення аудиту податку на доходи фізичних осіб; визначені основні завдання даного напряму перевірок; розглянуті джерела отримання інформації з цього питання; запропонована послідовність проведення аудиту податку на доходи фізичних осіб та розроблені висновки за результатами дослідження.

Ключові слова: *незалежний аудит, податок на доходи фізичних осіб, аудиторські докази, мета аудиту, етапи аудиту, джерела інформації при проведенні аудиту розрахунків з бюджетом.*

В статье исследованы вопросы гармонизации и независимого аудиторского контроля по расчетам налога на доходы физических лиц; в частности, представлены взгляды ряда отечественных и зарубежных ученых относительно цели проведения аудита налога на доходы физических лиц; определены основные задачи данного направления проверок; рассмотрены источники получения информации по этому вопросу; предложена последовательность проведения аудита налога на доходы физических лиц и разработаны выводы по результатам исследования.

Ключевые слова: *независимый аудит, налог на доходы физических лиц, аудиторские доказательства, цель аудита, этапы аудита, источники информации при проведении аудита расчетов с бюджетом.*

The article studies the issues of harmonization of independent audit control for the calculations of the tax to incomes of physical persons; particularly represented the views of a number of domestic and foreign scientists concerning the purpose of audit of tax on income of individuals; identified the main tasks of this direction of the audit; considers the sources of information on this issue; the proposed sequence of carrying out of audit of the tax to incomes of physical persons and developed the findings of the study.

Key words: *independent audit, the tax to incomes of physical persons audit evidence, the purpose of the audit, audit steps, sources of information during the audit of calculations with the budget.*

Постановка проблеми. Бухгалтерський облік і аудит розрахунків з бюджетом є важливим інструментом управління економікою. У сучасних умовах здійснюється адаптація існуючої системи обліку та аудиту до міжнародних стандартів, впроваджуються у практику нові підходи і методики організації обліку ресурсів суб'єктів господарювання й контролю за їхнім використанням, підвищується роль обліку в управлінні виробництвом.

Облік і аудит розрахунків з бюджетами різних рівнів останнім часом піддаються критиці як з боку керівників господарських структур, так і з боку податкової адміністрації. У наукових і практичних публікаціях по-різному трактуються існуючі методи обліку розрахунків із фінансовими органами держави, визначення кінцевих фінансових результатів і податкових зобов'язань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взаємовідносини підприємства з бюджетом становлять важливу область наукових досліджень, оскільки ефективність податкових відносин держави з платниками податків у вирішальній мірі залежить від гармонізації їх інтересів. Дослідженнями даного питання займалося багато науковців таких, як: Сопко В.В., Загородній І.В., Труш В.Є., Гайдук Т.Г., Корягін М.Ф., Верхоглядова Н.І. та інші.

Формулювання цілей статті. Обґрунтування на теоретичному і методичному рівнях засад обліку незалежного аудиту податкових відносин держави із підприємствами та розробка пропозицій і рекомендацій, спрямованих на вдосконалення оподаткування, що сприятиме стабілізації і подальшому розвитку економіки.

Мета дослідження обумовила необхідність *вирішення наступних завдань*:

– проведення дослідження нормативної бази та спеціальної літератури з питань обліку і аудиту розрахунків з бюджетом податку на доходи фізичних осіб;

– визначення економічної сутності розрахунків з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб;

– дослідження порядку документального оформлення з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб;

– оцінка сучасного стану системи аудиту розрахунків підприємств із бюджетом та рівень їх ефективності в забезпеченні управління податковими відносинами;

– дослідження методики аудиту розрахунків з бюджетом з податку на доходи фізичних осіб.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бюджет держави в основному формується за рахунок надходжень від платників податків, якими є суб'єкти господарювання та фізичні особи. Роль податку на доходи фізичних осіб у суспільстві та на підприємстві є багатогранною, і це повинно бути враховано при проведенні незалежного аудиту.

Аудиторська перевірка податку на доходи фізичних осіб повинна враховувати зв'язок державних функцій податку з його економічною сут-

ністю на підприємстві. Оцінюючи достовірність фінансової та податкової звітності щодо дотримання вимог чинного законодавства, аудиторська перевірка надає думку про оцінку формування витрат на оплату праці, їх зв'язок з продуктивністю праці для майбутньої безперервної діяльності суб'єкта господарювання та перспективності у формуванні частки державного бюджету з податку на доходи фізичних осіб.

Як і державний фінансовий контроль, що проводиться органами податкових адміністрацій та контрольно-ревізійних служб, так і незалежний аудиторський контроль знаходять помилки та шахрайства при нарахуванні та сплаті податку з доходів фізичних осіб. Але аудиторські перевірки, окрім цих функцій, повинні спрогнозувати одержання даного податку на майбутнє та отримати достатніх доказів впевненості у його стабільності та перспективах збільшення.

Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча розглядають питання аудиту розрахунків із бюджетом [3, с. 403-404], де метою аудиту, на їх погляд, є висловлення аудитором думки про те, чи відповідають ці розрахунки за всіма податками і зборами в усіх суттєвих аспектах нормативним документам, які регламентують порядок їх нарахування та сплати до відповідних рівнів бюджету. Для проведення аудиту дано перелік податків і зборів, які сплачують платники податків.

Філіп Л. Дефліз, Г.Р. Дженік та ін., розглядаючи аудиторську перевірку податку з доходів фізичних осіб, метою аудиту визначають одержання впевненості у наявності зобов'язань з виплати податку, його забезпечення, правильність його розрахунку, класифікації та опису, наявності розкриття інформації в фінансових звітах.

А.Г. Загородній та ін. [4, с. 318] розглядає питання перевірки правильності визначення оподатковуваного доходу для нарахування податку з доходів фізичних осіб.

В.В. Собко, Н.І. Верхоглядова, В.П. Шило, С. Б. Ільїна, О.М. Брадул [5, с. 203-240], розглядаючи методику аудиту нарахування і сплати податків, пропонують завдання, суть яких аналогічна завданням, що пропонують Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча.

В.Є. Труш [6, с. 40], розглядаючи аудит поточних зобов'язань за розрахунками з бюджетом, страхуванням і по позабюджетними платежами, уважає, що аудитор повинен з'ясувати, за якими платежами і податками підприємство веде розрахунки.

Основними завданнями дослідження даного напряму аудиту є:

– оцінка реальності визначення об'єкта оподаткування податку з доходів фізичних осіб;

– дотримання податкового законодавства за операціями, пов'язаними з визначенням оподатковуваного доходу для нарахування податку на доходи фізичних осіб й утримання податку на доходи фізичних осіб щодо кожного громадянина;

– встановлення впевненості в дотриманні чинного законодавства, правомірності, доцільності та обґрунтованості управлінських рішень відповідальних посадових осіб при здійсненні розрахункових операцій з бюджетом, розробці заходів з реалізації результатів контролю з метою попередження зловживань і порушень;

– аналіз зв'язку державних функцій податку з формуванням його на підприємстві;

– оцінка формування витрат на оплату праці, зв'язок його з продуктивністю праці для майбутньої безперервної діяльності підприємства та перспективності ву формуванні частки державного бюджету з податку на доходи фізичних осіб;

– оцінка одержання податку на доходи фізичних осіб на майбутнє, його стабільності та перспектив збільшення.

Ефективність оподаткування значною мірою залежить від наявності у бухгалтерському обліку достатньої інформації для обчислення розміру платежів, мається на увазі, наскільки законодавчо визначена система обліку придатна для розрахунків із бюджетом. Мова йде про необхідність наближення бухгалтерського і податкового обліку. Це найскладніше завдання на даному етапі розвитку економічної системи в Україні [7, с. 24-32].

Провівши аналіз літературних джерел стосовно аудиту податку на доходи фізичних осіб можна зробити висновок, що в розглянутих працях завдання аудиту переважно стосуються підтвердження вирахування оподатковуваної бази, застосування ставок, розрахунків сум, що підлягають перерахуванню, використання пільг, контролю та аудиту бухгалтерських та податкових даних.

Метою аудиту є обґрунтування думки про дотримання підприємством податкового законодавства в усіх суттєвих аспектах нормативним документам та правильність і своєчасність здійснення розрахунків з бюджетом

Перевіряючи утримання і нарахування, необхідно враховувати, що нормативно-правова база з цих питань постійно змінюється. У зв'язку з цим слід чітко визначити строк дії кожного законодавчого і нормативного документа і враховувати це під час перевірки розрахунків податків з фізичних осіб.

Усі ***джерела інформації***, доступні аудитору для підтвердження розрахунків з податку на доходи фізичних осіб, умовно можна розподілити на кілька груп.

Необлікові джерела даних.

До цього виду джерел належать: закони, нормативні акти державних регуляторних органів; роз'яснення професійних організацій; стандарти обліку; стандарти (положення) бухгалтерського

обліку; документи адміністративного забезпечення діяльності, а саме:

1.1. Законодавчі акти та роз'яснення регуляторних органів:

– Кодекс законів України про працю;

– Податковий кодекс України (розділ IV);

– Положення (стандарти) бухгалтерського обліку;

– Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (видання 2010 р.);

– наказ Державної податкової адміністрації України «Про затвердження форми Податкового розрахунку сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку, і сум утриманого з них податку (форма № 1ДФ) та Порядку заповнення та подання податковими агентами Податкового розрахунку сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку, і сум утриманого з них податку» від 24.12.2010 № 1020.

1.2. Адміністративні документи:

– накази (або контракти) про зарахування на посаду (звільнення з посади);

– посадові оклади (ставки);

– табелі робочого часу;

– накази про надання відпустки, про відрядження;

– накази про організацію рекламних акцій, конкурсів, представницьких заходів;

– рішення про виплату дивідендів, виплату благодійної допомоги тощо;

– накази про одноразову матеріальну допомогу та подібні виплати працівникам;

– положення про матеріальне стимулювання працівників (соціальний пакет);

– договори цивільно-правового характеру з фізичними особами;

– кредитні угоди (договори позики) з працівниками;

– інші документи в контексті завдання.

Облікові джерела даних.

До таких джерел даних належать форми звітності, регістри бухгалтерського обліку, первинні облікові документи. За предметом аудиту такими документами є:

– форма № 1ДФ;

– регістри синтетичного обліку за рахунками бухгалтерського обліку № 30; 31; 37; 64; 65; 66; 67; 68;

– регістри аналітичного обліку за рахунками бухгалтерського обліку № 301; 302; 371; 372; 373; 375; 376; 641; 642; 652; 656; 661; 662; 663; 671; 672; 682;

– первинні облікові документи, що підтверджують витрати юридичної особи на користь сторонніх фізичних осіб та на користь працівників об'єкта перевірки;

– первинні документи, що підтверджують перебування працівника на лікуванні (лікарняні, санаторно-курортні картки, путівки, декретні відпустки тощо) або на відпочинку, витрати, за якими компенсуються працівникам;

– документи від третіх сторін, що підтверджують права працівника на соціальні пільги, виплати, доплати тощо;

– платіжні корпоративні картки;

– інші документи в контексті завдання;

– податкові декларації.

Вибір методів перевірки податку на доходи фізичних осіб є результатом професійного судження аудитора. При проведенні аудиту розрахунків з бюджетом використовуються різні методи і методичні прийоми: документальна перевірка, перерахунок, перегляд, зіставлення, оцінка, аналітичні процедури, узагальнення, вибіркове спостереження.

Будь-які докази, що будуть виявлені аудитором і відноситися до повноти розрахунку податку, повноти та своєчасності сплати податку, є прийнятними. У контексті завдання перевагу слід надавати доказам у письмовій формі правового та бухгалтерського характеру.

Послідовність проведення аудиту розрахунків податку на доходи фізичних осіб можна представити у вигляді (рис. 1).

Велика кількість податків і зборів, недосконалість податкового законодавства, великий податковий тиск на підприємства, необхідність різного відображення однієї і тієї ж операції у бухгалтерському і податковому обліку, що залежить від розбіжностей у законодавстві тощо, збільшують властивий ризик підприємства. А з урахуванням великих штрафів, які накладаються на підприємства за порушення податкового законодавства, та пені, що стягується за прострочення платежів, аудиторський ризик збільшується.

Тому аудит розрахунків із бюджетом є одним із найтрудомісткіших, найскладніших і найвідповідальніших в аудиторській практиці. Система внутрішнього контролю передбачає наявність компетентного персоналу з чітко визначеними правами та обов'язками, дотримання необхідних процедур при здійсненні господарських операцій, наявність контролю за збереженням документації про виконану роботу та нараховану заробітну плату і належну перевірку виконання обов'язків працівниками підприємства.

Для визначення ступеня ризику аудитор проводить загальне дослідження об'єкта за допомогою тестування і за результатами такого тестування аудитор повинен вжити заходів щодо зменшення ризику.

Для того, щоб отримати загальну картину та відповіді на ці запитання аудитор проводить тестування внутрішнього контролю і обліку за даним розділом перевірки [8, с. 320].

Слід зазначити, що у аудитора немає повноважень для визначення реальних або фіктивних

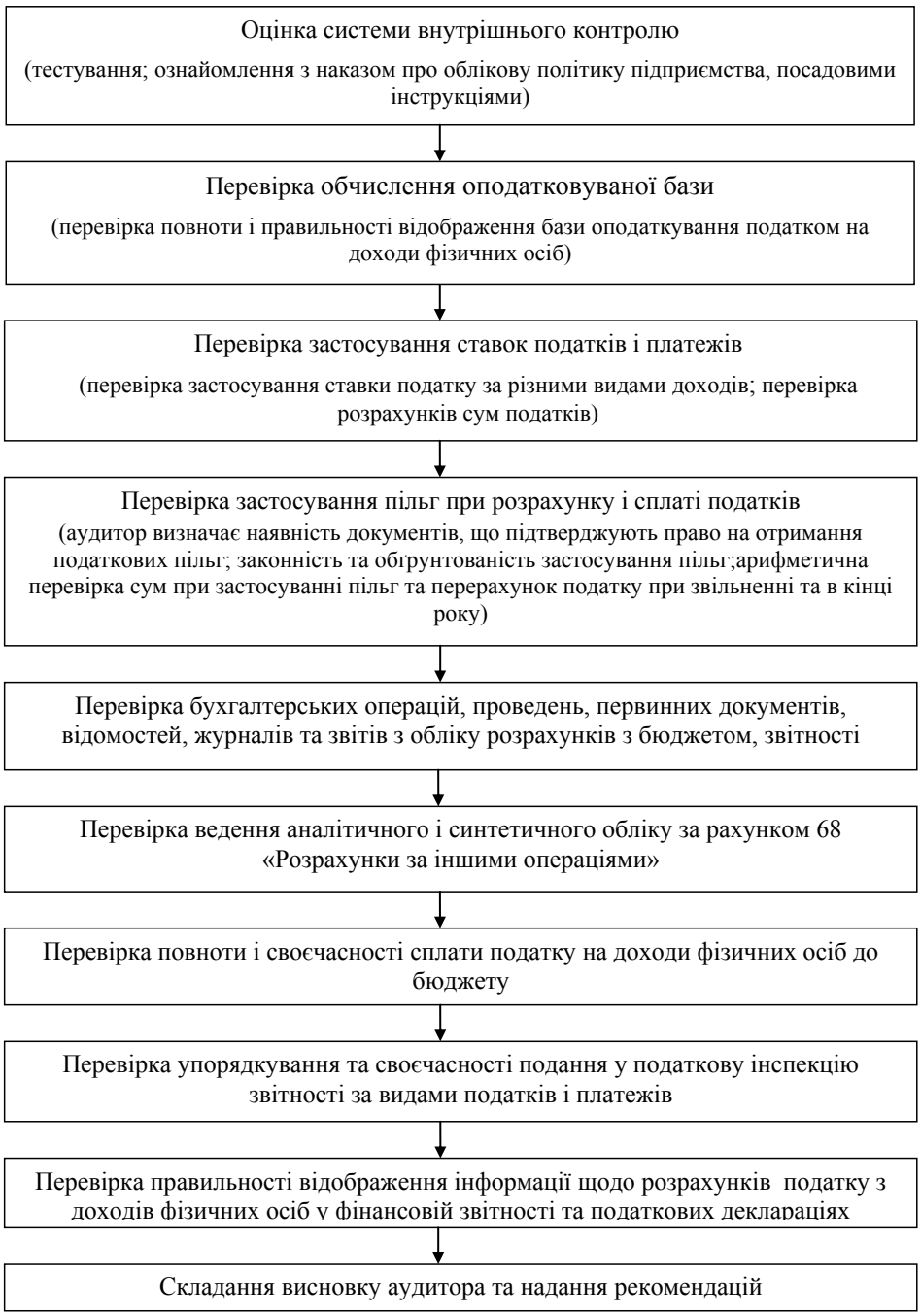


Рис. 1. Послідовність проведення аудиту розрахунків з бюджетом

виплат фізичним особам або пов'язаним особам. Але, якщо у аудитора виникають сумніви щодо реальності оплати або реальності трудових відносин з отримувачами гонорарів, або заробітної плати, він повинен здійснити додаткові процедури, а саме:

– дослідити формальні юридичні підстави для виплат (наявність наказу про зарахування на посаду, наявність трудового контракту або договору, наявність наказів про сумісництво тощо);

– зробити запит до отримувача з метою підтвердження предмета оплати (вид послуг, вид робіт, що виконані; посадові функції виконавця);

– визначити доцільність додаткових послуг від фізичних осіб – працівників підприємства або третіх осіб на підряді;

– перевірити документальне підтвердження результатів рекламних акцій та кампаній тощо.

Практика свідчить, що до основних помилок при розрахунках податку з доходів фізичних осіб слід віднести:

1. Помилки при нарахуванні доходу: арифметичні помилки при розрахунках основної та додаткової заробітної плати; помилки при нарахуваннях за невідпрацьований час та на допомогу у

зв'язку з непрацездатністю; невідповідність суми винагороди умовам цивільно-правових договорів; неврахування доходів від авторських робіт; заниження або завищення розміру доходів від орендних (суборендних) операцій; арифметичні помилки або неврахування доходів від виграшів, призів, рекламних акцій; неврахування доходів від надмірно витрачених коштів на відрядження та не повернутих вчасно; неправильне застосування (або незастосування) коефіцієнта при розрахунку доходів у будь-якій негрошовій формі тощо.

2. Помилки при розрахунках податкових соціальних пільг: нарахування пільг за відсутності документів, що підтверджують право на отримання пільги; неврахування умов ст. 169 Податкового Кодексу України; арифметичні помилки у застосуванні розміру пільги; відсутність перерахунку податку при звільненні та в кінці звітного року тощо.

3. Помилки при визначенні бази оподаткування та при утриманні податку на доходи: зменшення доходу на суму єдиного соціального внеску на загальну суму доходу або на інші доходи (окрім заробітної плати).

4. Помилки при застосуванні ставки податку: помилка при визначенні ставки податку за різними видами доходів.

5. *Помилки при складанні форми № 1ДФ:* неврахування всіх доходів окремого платника податку; не відображення доходів, сплачених приватним підприємцям; арифметичні невідповідності у показниках форми між нарахованим та сплаченим податком, неправильне визначення або відображення ознаки доходу та податкової пільги, помилка у податкових номерах тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Для правильного обліку розрахунків з бюджетом за податком на доходи фізичних осіб суб'єкт господарювання повинен чітко дотримуватися законодавства України та своєчасно реагувати на його зміни, з метою правильного відображення та розрахунку всіх податків та зборів.

Аудиторські перевірки незалежними аудиторськими фірмами розрахунків податку на доходи фізичних осіб допоможуть платникам податків і зборів в організації оптимального оподаткування, дозволять вирішити питання оподаткування з метою своєчасних і правильних розрахунків з бюджетом, а також з метою уникнення переплат та попередження фінансових санкцій з боку фіскальних органів держави, зможуть надати рекомендації щодо виправлення виявлених порушень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий кодекс України (зі змінами та доповненнями).
2. Про аудиторську діяльність: Закон України від 22.04.93. № 3125– XI. 2 // ВВР. – 1993. – №23.
3. Кулаковська Л.П. Організація і методика аудиту : Навч. посібник/ Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча. – К.: Каравела, 2004. – 568 с.
4. Загородній А.Г. Аудит: Теорія і практика: Навч. посібник / Загородній А.Г. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2003. – 364 с.
5. Сопко В.В. Організація і методика проведення аудиту: Навч.-практ. посібник. – К., 2004.
6. Труш В.Є., Калінська Т.А., Алексєєва Т.А., Дмитрієнко І.О. Навч.-метод. посібник за ред. проф. В. Є. Труша; – Херсон: Олді-Плюс, 2010. – 149 с.
7. Ямборко Г. Визначення податкових зобов'язань на основі даних бухгалтерського обліку / Г. Ямборко // Бухгалтерський облік і аудит.–2010. – №11. – С. 24-32.
8. Утенкова К.О. Аудит: Навчальний посібник. – К,: Алерта, 2011. – 408 с.

REFERENCES:

1. Podatkovyi kodeks Ukrainy (zi zminamy ta dopovnenniamy).
2. Pro audytorsku diialnist: Zakon Ukrainy vid 22.04.93. # 3125– KhI. 2 // VVR. – 1993. – #23.
3. Kulakovska L.P. Orhanizatsiia i metodyka audytu : Navch. posibnyk/ L.P. Kulakovska, Yu.V. Picha. – K.: Karavela, 2004. – 568 s.
4. Zahorodnii A.H. Audyt: Teoriia i praktyka: Navch. posibnyk / Zahorodnii A.H. – Lviv: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika», 2003. – 364 s.
5. Sopko V.V. Orhanizatsiia i metodyka provedennia audytu: Navch.-prakt. posibnyk. – K., 2004.
6. Trush V.Ye., Kalinska T.A., Aleksieieva T.A., Dmytriienko I.O. Navch.-metod. posibnyk za red. prof. V. Ye. Trusha; – Kherson: Oldi-Plius, 2010. – 149 s.
7. Yamborko H. Vyznachennia podatkovykh zoboviazan na osnovi danykh bukhhalterskoho obliku / H. Yamborko // Bukhhalterskyi oblik i audyt.–2010. – #11. – S. 24-32.
8. Utenkova K.O. Audyt: Navchalnyi posibnyk. – K,: Alerta, 2011. – 408 s.

Kobzar Ya.V.
Master
National University of Foods Technologies

HARMONIZATION OF INDEPENDENT AUDIT CONTROL FOR THE CALCULATIONS OF THE TAX TO INCOMES OF PHYSICAL PERSONS

The increasing role of accounting in solving economic problems at the present stage of development of Ukraine determines the need to improve accounting and audit of settlement payments with the state budget in the process of formation and using financial resources of business organizations.

In these conditions the setting of accounting in the company plays one of the most major roles in information provision, and organization of proper internal control and audit is the key to authenticity of economic information.

The impact of the tax system on business organizations' ability to provide reproduction of capital and make timely payments to the budget is one of the research areas as for the sustainable development of the industry. In this system, an important place belongs to accounting and control of the reliability of accounting data, without which it is impossible to obtain information about the real financial condition of business organization and its ability to pay taxes fully and in time.

The relevance of audit of payments for taxes from personal income is that all employers pay income in the form of salary to their employees. An audit of this kind of income is very time-consuming and has its specific of taxation: the auditor has to verify the accuracy of retentions, the correctness of application of tax social privileges, the auditor also has to know how to impose taxes on income in the form of natural wages and how to fill in the Form 1DF "Tax calculation of the amount of income accrued (paid) for the benefit of taxpayer and the amount of tax withheld from that income", which is fed by the tax agent.

ПОКАЗНИКИ EBITDA ТА OIBDA: ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОБЧИСЛЕННЯ

INDICATORS EBITDA AND OIBDA: ECONOMIC FEATURES AND CALCULATION OF CONTENTS

УДК 338.58:65.014

Малинка К.С.
студентка
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Лободзинська Т.П.
к.е.н., доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Стаття присвячена питанню застосування показника EBITDA при аналізі фінансових результатів підприємства. Описуються суть і значення даного показника, наводяться алгоритми розрахунку. Особлива увага приділяється перевагам і недолікам EBITDA. Подано рекомендації щодо застосування даного показника. Досліджено економічний зміст показника OIBDA. Уточнено основні відмінності досліджуваних показників OIBDA та EBITDA. Пояснено перевагу застосування показника OIBDA.
Ключові слова: *EBITDA, OIBDA, фінансовий результат, амортизація, прибуток, знос, рентабельність, чистий прибуток, операційний прибуток.*

Статья посвящена вопросу применения показателя EBITDA при анализе финансовых результатов предприятия. В ней описываются суть и значение данного показателя, приводятся алгоритмы расчета. Во время изложения темы разобраны несколько примеров, особое внимание уделяется преимуществам и недостаткам EBITDA. Даны рекомендации к применению этого показателя. Также в данной статье рассмотрено экономическое содержание показателя OIBDA. Уточнены основные отличия исследуемых показателей OIBDA и EBITDA. Объяснено преимущество применения показателя OIBDA.
Ключевые слова: *EBITDA, OIBDA, финансовый результат, амортизация, прибыль, износ, рентабельность, чистая прибыль, операционная прибыль.*

The article deals with the using of EBITDA in the analysis of financial results. It describes the nature and value of this indicator, there are calculation algorithms. There are discussed in some examples, emphasis on the advantages and disadvantages EBITDA. During the presentation of the topics we have made some recommendations for using this indicator. Also in this article we have indicated the economic content index OIBDA. There were given the main differences between the studied parameters OIBDA and EBITDA and explained the advantage of target OIBDA.
Key words: *EBITDA, OIBDA, financial result, amortization, income, depreciation, profitability, net income, operating income.*

Постановка проблеми. На сьогодні все більшої популярності у фінансовому аналізі та фінансовому менеджменті набувають такі аналітичні показники, як EBITDA та OIBDA, що використовуються як для оцінки ефективності діяльності підприємства загалом, так і операційної діяльності зокрема, а також для розрахунку низки інших показників: рентабельність активів, коефіцієнт покриття відсотків, рентабельність власного капіталу, точка беззбитковості тощо. Тому дослідження та аналіз даної теми є актуальним у розрізі сучасної економіки та ведення бізнесу.

Формулювання цілей статті. Мета статті – дослідити економічний зміст, визначити переваги, недоліки, відмінності та особливості обчислення показників EBITDA й OIBDA при аналізі фінансових результатів діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню даного питання приділено значної уваги з боку зарубіжних учених, зокрема, слід зазначити Ван Хорна та К. Уолш. Серед вітчизняних науковців значний внесок зроблено такими вченими, як: А. Бланк, О.Н. Васкобаєва, О.С. Філімоменков та інш. Проте, в умовах швидкого темпу розвитку економіки на сьогодення, дослідження даної проблематики залишається актуальним.

Виклад основного матеріалу. Показник EBITDA вперше здобув популярності в середині 1980-х років та використовувався для визначення здатності компанії до обслуговування боргу. Тобто, даний показник в поєднанні з показником чистого прибутку слугував джерелом інформації про те, яку суму процентних платежів може забезпечити компанія у найближчій перспективі. У першу чергу EBITDA користувалися інвестори, які розглядали компанію, не як довгострокову інвестицію, а в якості сукупності активів, які можна вигідно продати окремо, при цьому EBITDA характеризував величину, яка може бути спрямована на погашення кредитів.

Для подальшого дослідження необхідно дати визначення EBITDA, тобто просто розшифрувати і перекласти.

EBITDA (від англ. – Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) в перекладі означає: дохід до вирахування відсотків, податків і амортизації [1].

З вищенаведеного перекладу видно, що в англійському формулюванні віднімаються чотири показники, в українському – всього три. На питання: куди подівся ще один показник є пояснення. У англійців амортизація позначається двома словами: depreciation – амортизація матеріальних активів і amortization – амортизація нематеріальних активів, у свою чергу в Україні дані показники виступають, як єдине ціле.

У цілому показник EBITDA відображає дохід, отриманий підприємством від основної операційної діяльності. При цьому не беруться до уваги:

- розмір інвестицій у виробництво (поправка на суму нарахованої амортизації);

- боргове навантаження (поправка на відсотки);
- режим оподаткування (поправка на податок на прибуток) [2, с. 348].

Як правило, EBITDA обчислюється шляхом коригування чистого прибутку підприємства на суми відсотків до отримання / сплати, податку на прибуток, амортизації та інших позареалізаційних доходів і витрат, але є і другий варіант розрахунку даного показника, який проводиться за допомогою формули:

EBITDA = Виручка – Операційні витрати (без урахування витрат на амортизацію).

Вищезазначений варіант є простішим, причому як з точки зору розрахунків, так і з точки зору розуміння. Тобто, можна зазначити, що EBITDA дає уявлення, яку частину прибутку від основної діяльності отримала компанія з кожної грошової одиниці, вирученої за продану продукцію чи надану послугу.

Проте, виникає питання, чому саме EBITDA користується популярністю у керівників, фінансистів й аналітиків? Адже є, наприклад, показник операційного прибутку, який відрізняється лише тим, що при його розрахунку операційні витрати, віднімаються з виручки, включають в себе амортизацію. Для з'ясування цього, використаємо наочний приклад.

Припустимо, є два виробники кондитерських виробів: виробник А – забезпечує булочками населення одного мікрорайону, випускаючи в середньому 1000 од. продукції в день. У компанії А задіяна 1 невелика пекарня, на якій працюють 5 осіб. Пекарня була придбана на кошти засновників підприємства за 100 тис. грн., кредитів немає. Компанія знаходиться на спрощеній системі оподаткування, податок на прибуток сплачується у розмірі 15% від чистого прибутку.

Виробник Б – забезпечує продукцією невелике містечко, випікаючи в день 10 тис. булочок. У компанії Б кілька цехів вартістю 500 тис. грн. і 50 співробітників на виробництві. Підприємством взятий кредит на суму 500 тис. грн. під 15% річних з повною виплатою через три роки. На ці кошти було придбано все виробниче обладнання. Компанія знаходиться на загальній системі оподаткування і сплачує 18% -й податок на прибуток.

Розрахуємо фінансові результати обох підприємств за рік. При цьому умовно вважатимемо, що:

– обидва виробники працюють 350 днів на рік;
– вартість 1 булочки у обох – 1 грн,
– сума операційних витрат на 1 булочку – 50 коп.,
– термін амортизації обладнання для обох компаній – 5 років.

Тобто, запропоновані підприємства відрізняються тільки масштабами діяльності, джерелами фінансування і системами оподаткування. Проілюструємо дані в таблиці 1.

Далі необхідно звернути особливу увагу на основні показники прибутковості обох підприємств, підрахувавши рентабельність як відношення кожного показника до виручки (табл. 2).

Розрахунки:

EBITDA = Виручка – операційні витрати =
= 350000 – 175000 = 175000 грн.

Таблиця 1

Фінансові результати підприємств А та Б за рік, грн

Показник	Підприємство А	Підприємство Б
Виручка	350 000	3 500 000
Операційні витрати	175 000	1 750 000
EBITDA	175 000	1 750 000
Амортизація за рік	20 000	100 000
Операційний прибуток	155 000	1 650 000
Відсотки до оплати	-	75 000
Прибуток до оподаткування	155 000	1 575 000
Податок на прибуток	23 250	283 500
Чистий прибуток	131 750	1 291 500

Таблиця 2

Основні показники доходності підприємств А та Б, грн

Показник	Підприємство А	Підприємство Б
Виручка	350 000	3 500 000
EBITDA	175 000	1 750 000
Рентабельність по EBITDA, %	0,5	0,5
Операційний прибуток	155 000	1 650 000
Операційна рентабельність, %	0, 44	0,47
Чистий прибуток	131 750	1 291 500
Чиста рентабельність	0,38	0,36

Рентабельність по EBITDA = EBITDA / Виручка = = 175000 / 350000 = 0,5.

Операційна рентабельність = Операційний прибуток / Виручка = 155000 / 350000 = 0,442.

Чиста рентабельність = Чистий прибуток / Виручка = = 131750 / 350000= 0,376.

Аналогічно розраховано показники і для підприємства Б.

З таблиці 2 видно, що рентабельність за EBITDA у обох компаній однакова (0,5%), але наступні показники різняться: операційна рентабельність у підприємства А (0,44%) нижча, ніж у підприємства Б (0,47%) через порівняно великі амортизаційні відрахування. Однак, чиста рентабельність вища за рахунок меншого податкового навантаження і відсутності кредитів.

Звичайно, вищенаведений приклад є спрощеним, тому для більшої наочності наведемо ще один. Для аналізу було взято фінансові результати за 2016 рік трьох провідних мобільних операторів України: «Київстар», «Lifecell» та «Vodafone». Розрахунки проводилися аналогічним чином, як і у попередньому прикладі. Згідно зазначених даних у таблиці 3, можна побачити, що відбулися значні відхилення різних показників прибутковості. Проте, коефіцієнти рентабельності за EBITDA мають найближчі значення один до одного, тобто, максимальне відхилення є найменшим порівняно з іншими показниками.

Отже, наведені приклади наочно демонструють основну перевагу EBITDA: за допомогою даного показника можна порівнювати фінансові результати різних підприємств, що працюють в одній галузі. При цьому не мають значення їх розміри, боргове навантаження або застосовуваний податковий режим, а береться до уваги тільки вид діяльності та операційні результати.

Проте, показник EBITDA має і приховану загрозу, яка полягає в наступному. Однією з причин широкого застосування EBITDA стало те, що цей показник виключає амортизаційні витрати. Амортизація нараховується на вартість основних засобів згідно із затвердженими нормами. Наприклад, первісна вартість легкового автомобіля амортизується, тобто списується на витрати протягом трьох років. Це означає, що, купивши автомобіль за 300 тис. грн., ми будемо списувати його вартість по 100 тис. грн. на рік. Ці 100 тис. грн. будуть відображатися у звіті про прибутки і збитки, як витрати. Але ж в реальності ці гроші нікуди не витрачаються, і ми не будемо їх нікому віддавати. З цієї причини багато хто вважає амортизацію «паперовими витратами», які відображаються тільки у звітності, але не витрачається насправді. Тут і криється головна небезпека даного показника. Виходить, що, ігноруючи амортизацію, ми заперечуємо необхідність заміни або капітального ремонту наших основних засобів в майбутньому.

Існує чимало прикладів банкрутств компаній, керівники яких помилково або зі злого наміру прикрашали фінансові результати, спираючись на показник EBITDA [6, с. 183].

Тому, використовуючи EBITDA, не можна забувати, що амортизація – це реальне відображення необхідності оновлення виробничих фондів.

Якщо розглядати показник EBITDA з точки зору його корисності, то зазначимо, що він є необхідним, в першу чергу, зовнішнім споживачам інформації: інвесторам, аналітикам і всім тим, хто хоче порівняти одну компанію з іншими, які працюють у тій же сфері. Рентабельність за EBITDA є одним з основних критеріїв, за якими можна порівняти підприємства. З цієї точки зору цей показник стане в нагоді для оцінки власного бізнесу і внутрішнім споживачам інформації: фінансовим менеджерам, керівникам і акціонерам аналізованих організацій.

У випадку, коли необхідно порівняти компанії однакової спеціалізації, але які знаходяться в різних країнах, застосування лише показника чистого прибутку є недостатнім. Тому виникає необхідність використання показника EBITDA, що пов'язано головним чином з трьома факторами:

- різниця систем оподаткування, у тому числі ставок по податках на прибуток;
- відмінності у прийнятих методах і способах амортизації;

Таблиця 3

Фінансові результати діяльності за рік, млн грн

Показник	Київстар	Lifecell	Vodafone	Максимальне відхилення
Виручка	14 960	9 837	17 262	–
EBITDA	7 811	4 356	7639	–
Рентабельність по EBITDA, %	52,21%	44,28%	44,25%	7,96
Амортизація за рік	(2335)	(1 842)	(4785)	–
Операційний прибуток	5 476	2 514	2854	–
Операційна рентабельність, %	36,60%	25,56%	16,53%	20,07
Чистий прибуток	1 052	1 047	269	–
Чиста рентабельність, %	7,03%	10,64%	1,56%	9,08

Джерело: розраховано автором згідно даних [3; 4; 5]

• варіація в умовах надання кредитних коштів (терміни, відсотки та ін.) банківськими установами [7, с. 215].

Ці три чинники знаходять своє кумулятивне вираження в розмірі одержуваного компанією чистого прибутку і відповідно впливають на показник EBITDA. Порівнювати компанії однакової спеціалізації, які знаходяться в різних країнах, лише за показником чистого прибутку було б некоректно. Об'єктивність може бути досягнута у разі усунення факторів міждержавних відмінностей за податками, кредитами та амортизацією. Використання показника EBITDA і коефіцієнтів, які застосовують EBITDA, надає можливість здійснювати коректні порівняння і приймати об'єктивні інвестиційні рішення.

Зазначимо, що серед головних показників, які відображають результати діяльності, окрім прибутку компанії без урахування податків і відсотків за кредитами та вищезазначеного показника EBITDA, значною популярністю користується також і показник OIBDA. Тому розглянемо його економічний зміст та доцільність у застосуванні.

OIBDA (Operating Income Before Depreciation and Amortization) – операційний прибуток до вирахування зносу основних засобів і амортизації нематеріальних активів [8].

Розрахунок OIBDA здійснюється за формулою:

OIBDA = Операційний прибуток + амортизація нематеріальних активів + знос основних засобів.

Таким чином, бачимо, що OIBDA включає в себе тільки дохід, отриманий за рахунок операцій, що носять регулярний характер. Тобто OIBDA не схильна до впливу одноразових нарахувань, наприклад, пов'язаних з курсовими різницями або податковими знижками.

Зазначимо, що основна різниця між показниками OIBDA і EBITDA полягає в тому, що EBITDA використовує замість операційного прибутку чистий, і тим самим втрачає можливість об'єктивно відображати рентабельність безпосередньої діяльності організації. Це означає, що саме OIBDA, в першу чергу, характеризує рентабельність основної діяльності підприємства.

Широке застосування OIBDA можна пояснити його перевагами, серед яких слід зазначити наступні:

1. Враховує амортизацію. OIBDA вважається найбільш прозорим показником, оскільки EBITDA розраховується за мінусом амортизації та переоцінки активів. Амортизаційні відрахування, хоч і є витратами, але по суті, не є втратами – гроші залишаються в бізнесі.

2. Не враховує позареалізаційні доходи і витрати. OIBDA не включає в розрахунок доходи і витрати від валютних коливань, адже якщо торгівля на валютному ринку не є основною діяльністю компанії і, відповідно, основним джерелом її доходу, то з показників рентабельності слід виключати такі доходи і втрати [9, с. 95].

3. Не враховує такі скорочення витрат, як податкові пільги.

Згідно цього, можна побачити, що у розрахунку OIBDA залишаються тільки операційні доходи і витрати, на базі яких будується найбільш прозорий розрахунок і подальший аналіз.

Саме тому, можна вважати, що показник OIBDA є найкращим методом відображення дійсного положення підприємства, оскільки служить для демонстрації поточного стану компанії, а точніше, її можливості щодо сплати власних заборгованостей, фінансування витрат і залучення нових позикових капіталів.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що основними показниками, котрі характеризують результати діяльності підприємства є прибуток, а також OIBDA і EBIDA. Саме за цими «операційним» показниками інвестори визначають прибутковість, перспективність та ефективність діяльності компанії.

Дослідивши показник EBITDA, можна відмітити, що це один із найбільш широко використовуваних аналітичних показників при оцінці ефективності бізнесу, який дозволяє порівнювати фінансові результати різних компаній, що працюють в одній галузі та займаються одним видом діяльності. Цей показник має особливу значущість для характеристики ефективності діяльності підприємств, що відрізняються високим рівнем амортизаційних відрахувань у загальній сумі витрат. Оскільки амортизація не викликає відтоку грошових коштів, розрахунок показника EBITDA надає можливість отримати приблизну оцінку чистого грошового доходу, що характеризує платоспроможність організації. З цієї причини показник є одним з найбільш вагомих для інвесторів, особливо в ситуаціях, коли інвестора цікавить лише потенціал бізнесу генерувати грошовий потік.

Наведені у статті приклади наочно демонструють основне призначення EBITDA – можливість порівняння різних підприємства, що працюють в одній галузі. При цьому не мають значення розміри інвестицій або застосовуваний податковий режим, а вагомим є тільки вид діяльності та операційні результати. Таким чином, EBITDA дозволяє порівнювати компанії з різними обліковими політиками (наприклад, у частині обліку амортизації або переоцінки активів), різними умовами оподаткування або рівнем боргового навантаження.

Також необхідно зазначити, що при розрахунку EBITDA не враховуються амортизаційні витрати, яких практично неможливо уникнути через зношування машин, обладнання та інших активів. Ігнорування амортизації може призвести до нестачі грошей при необхідності відновлення

основних засобів. Тому показник EBITDA не слід застосовувати, якщо ставиться завдання проаналізувати діяльність організації на довгострокову перспективу.

Також розглянуто показник OIBDA та доведено, що він є більш близьким до реального показника рентабельності бізнесу, а також є одним із вагомих методів відображення дійсного фінансово-економічного стану підприємства.

Визначено основну відмінність OIBDA від EBITDA, що полягає у використанні в розрахунках операційного, а не чистого прибутку. Це надає перевагу показникові OIBDA, адже вищенаведена відмінність означає, що OIBDA в першу чергу характеризує рентабельність основної діяльності та включає тільки дохід, отриманий за рахунок операцій, що носять регулярний характер.

Отже, проведене дослідження демонструє, що показники EBITDA та OIBDA є головними показниками, які відображають результати діяльності компаній. Саме за допомогою даних параметрів інвестори можуть оцінити прибутковість та перспективність компанії, а також визначити ефективність та доцільність вкладання коштів у діяльність компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. EBITDA [Електронний ресурс]/ Capital matchpoint. – Режим доступу : http://capitalmatchpoint.com/content/business-plan-what-ebitda – Назва з екрану
2. Ван Хорн Дж. Основы финансового менеджмента / Джеймс К. Ван Хорн, Джон М. Ваховичмл. ; [пер. с англ. под ред. В. А. Кравченко]. – [11 изд.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 992 с.
3. Фінансові результати мобільного оператора «Київстар» [Електронний ресурс]/ Kyivstar. – Режим доступу : https://kyivstar.ua/uk/mm/news-and-promotions/rezultaty-kievstar-za-4-kvartal-i-2016-god
4. Фінансовий звіт мобільного оператора «Lifecell»[Електронний ресурс]/ Lifecell. – Режим доступу : https://www.lifecell.ua/uk/
5. Фінансовий звіт компанії «Vodafone» [Електронний ресурс] / Vodafone. – Режим доступу : https://www.vodafone.ua/ru
6. Васковаєва, О.Н. Прибуток як основне джерело саморозвитку підприємств / О.Н. Васкобаєва // Торгівля і ринок України. – 2005. – № 13. – 375 с.
7. Уолш К. Ключові фінансові показники. Аналіз та управління розвитком підприємства / Кяран Уолш ; [пер. з англ. Л. Л. Лазерний]. – К. : Всеувито ; Наукова думка, 2001. – 367 с. – (Сер. «Усе про менеджмент»).
8. OIBDA [Електронний ресурс] / Ivestopedia . – Режим доступу : http://www. Ivestopedia.com/terms/o/oibda.asp#axzz1rpmSzKBB – Назва з екрану
9. Бланк І.А. Управлениеприбылью / І.А. Бланк. – К.:Ника – Центр; 1998. – 544 с. – ISBN 5-89329-06702.
10. Савицька, Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємств ; Навч.посіб. / Г.В. Савицька – К.: Знання, 2005. – 323 с.
11. Філімоненков, О.С. Фінанси підприємств : Навч.посіб. / Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія:Економічні науки, №1/2013 О.С. Філімоненков – К.: Ніка – Центр,2002. – 360 с. – ISBN 966-521-166-8.

REFERENCES:

1. EBITDA [Elektronnyi resurs]/ Capital matchpoint. – Rezhym dostupu : http://capitalmatchpoint.com/content/business-plan-what-ebitda – Nazva z ekranu
2 .Van Khorn Dzh. Osnovyfinansovogomenedzhmenta / Dzheyms K. Van Khorn, Dzhon M. Vakhovichml. ; [per. s angl. pod red. V. A. Kravchenko]. – [11 izd.]. – M. : Izd. dom “Vil'yams”, 2003. – 992 s.
3. Finansovi rezultaty mobilnoho operatora “Kyivstar” [Elektronnyi resurs]/ Kyivstar. – Rezhym dostupu : https://kyivstar.ua/uk/mm/news-and-promotions/rezultaty-kievstar-za-4-kvartal-i-2016-god
4. Finansovyi zvit mobilnoho operatora “Lifecell” [Elektronnyi resurs]/ Lifecell. – Rezhym dostupu : https://www.lifecell.ua/uk/
5. Finansovyi zvit kompanii “Vodafone” [Elektronnyi resurs]/ Vodafone. – Rezhym dostupu : https://www.vodafone.ua/ru
6. Vaskovaieva, O.N. Prybutok yak osnovne dzherelo samorozvytku pidpryiemstv / O.N. Vaskobaieva // Torhivlia i rynok Ukrainy. – 2005. – # 13. – 375 s.
7. Uolsh K. Kliuchovi finansovi pokaznyky. Analiz ta upravlinnia rozvytkom pidpryiemstva / KiaranUolsh ; [per. z anhl. L. L. Lazernyi]. – K. : Vseuvyto ; Naukova dumka, 2001. – 367 s. – (Ser. “Use pro menedzhment”).
8. OIBDA [Elektronnyi resurs] / Ivestopedia. – Rezhym dostupu : http://www. Ivestopedia.com/terms/o/oibda.asp#axzz1rpmSzKBB – Nazva z ekranu
9. Blank I.A. Upravlenyeprybыliu / I.A. Blank. – K.:Nyka – Tsentr; 1998. – 544 s. – ISBN 5-89329-06702.
10. Savytska, H.V. Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpryiemstv ; Navch.posib. / H.V. Savytska – K.: Znannia, 2005. – 323s.
11. Filimonenkov, O.S. Finansy pidpryiemstv : Navch.posib. / Molodizhnyi naukovyi visnyk UABS NBU, Seriia:Ekonomichni nauky, #1/2013 O.S. Filimonenkov – K.: Nika – Tsentr, 2002. – 360 s. – ISBN 966-521-166-8.

Malynka K.S.
Student,
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”
Lobodzynska T.P.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

INDICATORS EBITDA and OIBDA: ECONOMIC FEATURES AND CALCULATION OF CONTENTS

The article is devoted to the application of EBITDA in the analysis of the company's financial results. It describes the essence and significance of this indicator, the calculation algorithms are given. During the presentation of the topic, several examples are analysed, special attention is paid to the advantages and disadvantages of EBITDA. Recommendations for the use of this indicator are given. Also in this article, the economic content of the OIBDA indicator is considered. The main differences between the OIBDA and EBITDA indicators studied are specified. The advantage of using OIBDA is explained.

The purpose of the article is to investigate the economic content, determine the advantages, disadvantages, differences and peculiarities of the calculation of EBITDA and OIBDA in the analysis of financial performance

Having examined the rate of EBITDA, we can mention that it is one of the most widely used analytical indicators when evaluating business performance. Because it allows you to compare the financial performance of different companies working in the same direction engaged in one activity. This figure is of particular importance to characterize the performance of enterprises, a high level of depreciation in total costs.

The examples given in the course of the study clearly demonstrate the main purpose of EBITDA. It consists in the fact that with the help of this indicator it is possible to compare different enterprises operating in the same industry.

OIBDA was also considered in this article, as a result of which it can be generalized that it is closer to the real indicator of the profitability of the business. That is why we can assume that this indicator is the best way to display the actual situation of the enterprise.

So, according to the conducted research, it can be noted that such indicators as EBITDA and OIBDA are the main indicators that reflect the results of the companies' performance. It is through these parameters that investors can assess the profitability and prospects of the company, as well as determine the effectiveness of investing in the activities of this company.

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА
EXPENSE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

УДК 658.5

Михайленко О.В.
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій
Шевченко Г.І.
студент
Національний університет харчових технологій

Розкрито поняття витрат, їх планування на сільськогосподарських підприємствах та заходи щодо збільшення обсягу збору врожаю. Проведено економічний аналіз показників фінансової звітності підприємства та аналіз собівартості сільськогосподарської продукції за економічними елементами. Розкрито вплив собівартості продукції на основні якісні показники роботи підприємства. Також відображено способи включення витрат до собівартості та запропоновані заходи щодо її зменшення шляхом прийняття раціональних управлінських рішень.
Ключові слова: *собівартість, валова сільськогосподарська продукція, ціна реалізації, планування витрат, конкурентоспроможність.*

Раскрыты понятия расходов, их планирования на сельскохозяйственных предприятиях и предложены меры по увеличению объема сбора урожая. Проведен экономический анализ показателей финансовой отчетности предприятия и анализ себестоимости сельскохозяйственной продукции по экономическим элементам. Раскрыто влияние себестоимости продукции на основные качественные показатели работы предприятия. Также отражены способы включения затрат в себестоимость и предложены меры по ее уменьшению путем принятия рациональных управленческих решений.
Ключевые слова: *себестоимость, валовая сельскохозяйственная продукция, цена реализации, планирование затрат, конкурентоспособность.*

The concept of charges, their planning on agricultural enterprises and measures are exposed in relation to the increase of volume of harvest. The economic analysis of indexes of the financial reporting of enterprise and analysis of agricultural unit cost are conducted after economic elements. Influence of unit cost is exposed on the basic quality indexes of work of enterprise. The methods of including of charges to the prime price and offered measures are also represented in relation to her reduction by the acceptance of rational administrative decisions.
Key words: *cost price, the gross agricultural production, selling price, cost planning, competitiveness.*

Постановка проблеми. Витрати в господарській діяльності підприємств посідають одне з головних проблемних питань теоретичного і практичного характеру. Тому їх чітке визначення, як економічної категорії має велике значення. Витрати є об'єктом бухгалтерського обліку та одним з головних показників діяльності підприємства. Для того, щоб отримувати максимальний прибуток за рахунок низької собівартості, утримувати і бути лідером на певних сегментах ринку, правильно врегульовувати товарно-грошові відносини з постачальниками, конкурентами та споживачами необхідно раціонально розподіляти витрати. Аналіз витрат є необхідною складовою ведення будь-якої господарської діяльності підприємств різних форм власності. Адже витрати підприємства, планування собівартості враховують галузеві особливості, територіальні, загально соціальні, економічні та виробничу специфіку підприємства. Виробництво та реалізація продукції потребують трудових, матеріальних і грошових витрат. Витрати підприємства на спожиті засоби виробництва, предмети праці й оплату праці працівників, виражені в грошовій формі, утворюють собівартість продукції. За ринкових відносин завдання щодо зниження собівартості продукції централізовано не планується, а ефективність роботи підприємств оцінюється за допомогою показника прибутку. Однак, це ще більше посилює значення проблеми зниження собівартості, адже від рівня собівартості залежить конкурентна спроможність продукції, фінансовий стан підприємства, матеріальний та культурний рівень життя його працівників, виконання надходжень до бюджету України.

Формування цілей статті. Метою даної наукової роботи є вивчення форм собівартості та аналіз використання витрат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням аналізу витрат підприємства та планування витрат займалося багато науковців, серед яких виступають: Бутинець Ф. Ф., Ковальчук К.Ф. у роботі «Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій»; Л. М. Чернелевський, Н. Г. Слободян, О. В. Михайленко у підручнику «Аналіз діяльності підприємств та банківських установ: економічний, фінансово-інвестиційний, стратегічний»; Ч.Т. Хорнгерн, Дж. Фостер та інші у своїх працях розкривали та досліджували поняття витрат на основі економічного аналізу підприємств, розкривали суть поняття собівартості та її складових.

Виклад основного матеріалу. На законодавчо-нормативному рівні облік витрат виробництва на сільського господарських підприємствах регламентується Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», П (С)БО 16 «Витрати» та Методичними рекомендаціями з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції(робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18.05.2001 р. За визначенням П(С)БО 16, витрати – це зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [7].

Собівартість продукції представляє основний якісний показник роботи підприємства. Її рівень відображає досягнення та недоліки як підприємства в цілому, так і кожного структурного підрозділу. Аналіз витрат на виробництво та собівартості продукції проводиться з метою формування оптимальної величини собівартості продукції, її складових та пошуку резервів їх зниження для підвищення конкурентоспроможності продукції. Витрати на виробництво всієї продукції планують та обліковують за двома напрямами: за економічними елементами і за статтями калькуляції.

Спосіб включення окремих витрат у собівартість видів продукції є важливою характеристикою в управлінні витратами підприємства, а мета аналізу собівартості продукції полягає в інформаційному забезпеченні та всебічній оцінці й оптимізації досягнутих розмірів витрат. Проблеми зниження собівартості в значній мірі вирішуються на мікрорівні і залежать від доцільності і оперативності управлінських рішень, що приймаються в процесі планування, аналізу, контролю та регулювання виробничо-господарської діяльності підприємства.

Планування витрат за економічними елементами дає змогу пов'язати їх з іншими розділами плану: планом матеріально-технічного постачання, фондом заробітної плати, планом зростання ефективності виробництва, балансом надходжень і витрат. Аналіз витрат за економічними елементами уможливлює, у свою чергу, вивчення їхнього складу, питомої ваги кожного елемента, частку живої і уречевленої праці в загальних витратах на виробництво. Порівнювання фактичної структури витрат за кілька періодів виявляє динаміку і напрям зміни окремих елементів, матеріаломісткості, фондомісткості, енергоємності, трудомісткості, собівартості продукції і вплив технічного прогресу на структуру витрат. Собівартість продукції за економічними елементами, стосовно фактичного обсягу продукції, відображається у формі 2 фінансової звітності .

Обсяг продукції сільського господарства зумовлює інші економічні показники, що відображають рівень використання ресурсів виробництва, собівартість і рентабельність продукції окремих галузей, прибуток та загальну рентабельність підприємства або його підрозділу. Тому всебічне і глибоке вивчення показників виробництва валової продукції повинно бути в центрі уваги управлінського персоналу і всього колективу працівників підприємства. Значення аналізу виробництва продукції зростає в умовах роботи підприємств на повному господарському розрахунку, розвитку в них орендних і кооперативних відносин між окремими міжгосподарськими підрозділами, фермерськими та селянськими господарствами. Валова сільськогосподарська продукція – це вся вироблена в господарстві за рік основна і побічна продукція рослинництва. Вона характеризується вартісними і натуральними показниками. У сільськогосподарських підприємствах аналіз кінцевих результатів щодо обсягу валової і товарної продукції можливий після закінчення року на основі даних річного звіту.

Для сільськогосподарського виробництва виробнича програма це основний розділ річного й перспективного бізнес-плану розвитку організації (підприємства). При її розробці враховуються як можливості самого підприємства, так і потреби вітчизняного й світового ринків у товарах організації, загальна ринкова ситуація, стан конкурентних організацій і галузей [10, с. 75]. Оскільки процес вирощування рослинної продукції на пряму залежить від природних умов, тому розрахунок одержання прибутку від реалізації залежить і базується на даних попереднього року врожайності.

Ще однією особливістю сільськогосподарського виробництва є те, що значна частина виробленої валової продукції не реалізується за межі господарства, а використовується для внутрішньогосподарських виробничих потреб (посівний і садивний матеріал). Тому, як правило, у сільськогосподарських підприємствах обсяг товарної продукції значно менший за валовий [3, с. 69].

В умовах економічного механізму господарювання сільськогосподарським підприємствам повідомляються плани-замовлення на продаж окремих видів продукції державі і вживаються заходи щодо заохочення їх виконання. Показники виробництва продукції визначаються господарствами самостійно. За цих умов зростає значення всебічного аналізу обсягу виробництва і реалізації, рівня товарності, якості та раціонального використання продукції. Виконання плану виробництва і реалізації продукції. Аналіз доцільно розпочинати з проведення загальної оцінки обсягу виробництва валової і товарної продукції та виявлення впливу на ці показники основних факторів (табл. 1).

Аналізуючи дані, що наведені в таблиці витрат на виробництво продукції спостерігаємо збільшення питомої ваги витрат на утримання транспортних засобів виражених у використанні пального і мастильних матеріалів та запасних частин на їх утримання збільшилося на 17,7% 2,3% відповідно. Також бачимо, що всі витрати збільшилися, проте, загальна сума витрат та матеріальні витрати зменшилися у відповідності 1,27% та 1,29%. Спостерігаються зміни показника Єдиного соціального внеску та зросли виплати на заробітну плану у розмірі 6%.

Збільшення обсягів виробництва продукції – головний напрям зміцнення економіки будь-якого підприємства. Основним завданням у сільському господарстві є забезпечення більш повного задоволення зростаючих потреб населення в продуктах споживання і промисловості – в сировині. Серед

Таблиця 1

Аналіз витрат на виробництво продукції сільського господарства і послуг

Елементи витрат	2015 рік	2016 рік	Абсолютне відхилення	Темп росту,%
1	2	3	4	5
Витрати на оплату праці	174900	185394	10494	6%
ЄСВ(22%)	56695	40787	-15908	-28,05
Матеріальні витрати – всього	863042	851887	-11155	-1,29%
Насіння і посадковий матеріал	236740	250944	14204	5,9%
Мінеральні добрива	154793	164080	9287	6%
Пальне і мастильні матеріали	151683	178565	26882	17,7%
Електроенергія	19308	35878	16840	14,18%
Запасні частини, ремонтні матеріали	217378	222420	5042	2,3%
Оплата послуг, що виконані сторонніми організаціями	83140	81476	-1664	-2%
Амортизація	16480	17469	989	6,1%
Інші операційні витрати	23256	24418	1162	4,9%
Усього витрат	1134373	1119955	-14418	-1,27%

Таблиця 2

Реалізація продукції сільського господарства

Продукція рослинництва	Чистий дохід (виручка) від реалізації		Собівартість продукції, гривень		Прибуток від основної діяльності	
1	2	3	4	5	6	7
	+/-	%	+/-	%	+/-	%
Пшениця	40983	35,4	10001	9,38	30982	26,02
Інші зернові культури	32154	29,4	1298	1,20	30856	28,02
Картопля	103306	9,99	59054	6,35	44252	3,64

вирішальних умов виконання цього завдання є зміцнення матеріально-технічної бази, послідовна інтенсифікація виробництва, покращення його розміщення і спеціалізації, удосконалення орендних відносин, підвищення рівня використання сільськогосподарських угідь та інших виробничих ресурсів. Для цього використовуються дані річного звіту, в якому відображається вартість валової продукції у порівняльних цінах, а також у цінах реалізації, що склалися у процесі її продажу. Товарна продукція в реалізаційних цінах, що склалися для господарства, відображається у річному звіті у вигляді виручки від реалізації. Виходячи з цих показників, при аналізі визначають загальний рівень товарності за відношенням вартості товарної продукції до вартості валової продукції в цінах реалізації, що склались для господарства (табл. 2).

Як свідчать дані таблиці , найбільшу питому вагу в структурі товарної продукції господарства в середньому за 2015–2016 роки займає картопля, за кількістю збору врожаю змінилась на 103306 центнерів або 9,99%. На збільшення збору врожаю картоплі вплинуло збільшення площ для посадкового матеріалу. Причиною цього є зростання об’єму реалізації внаслідок збільшення валового виробництва. Спостерігається процес поглиблення спеціалізації в господарстві, що може призвести до значного економічного підйому. У складі сільськогосподарських угідь більш продуктивною є площа ріллі, яка зайнята посівами сільськогосподарських культур. Збільшення обсягу продукції та підвищення ефективності використання землі залежить від структури посівних площ, під якою розуміють показники питомої ваги посівних площ окремих культур у загальній посівній площі господарства. При аналізі важливо порівняти фактичні розміри посівних площ і їх структуру з плановими, дати економічну оцінку змінам, що відбулися у структурі посівних площ. Таку оцінку дають шляхом визначення впливу зміни посівних площ на обсяг валової продукції (у відповідній оцінці, наприклад, у порівняльних цінах), а також на валовий чистий дохід господарства. У складі товарних культур збільшення обсягу продукції досягається шляхом підвищення питомої ваги у структурі посівних площ високопродуктивних, як правило, інтенсивних культур за рахунок зменшення посівів менш продуктивних. Однак, при аналізі структури посівних площ слід враховувати не лише економічну ефективність окремих культур, а й інші умови такі, як вимоги щодо прийнятої у господарстві системи сівозмін, замовлення продажу продукції державі,

потреби тваринництва в кормах, забезпеченість трудовими та іншими виробничими ресурсами тощо [3, с. 76].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, зниження собівартості обумовлюється ліквідацією непродуктивних витрат, проте, вирішальною умовою використання виявлених резервів зниження собівартості продукції є підвищення продуктивності праці на основі досягнень науково – технічного прогресу. Запровадження нової техніки, комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів. На нашу думку, зміна складу ґрунтів площ посіву за рахунок внесення поживних мінеральних добрив також може впливати на обсяги збору урожаю.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ковальчук К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій.: Навч. посібн. / К.Ф. Ковальчук. – К.: Центр учбової літератури, - 2012. – 326 с.

2. Чернелевський, Л. М. Аналіз діяльності підприємств та банківських установ: економічний, фінансово-інвестиційний, стратегічний: підруч. / Л. М. Чернелевський, Н. Г. Слободян, О. В. Михайленко. – Київ : «Хай-Тек-Прес», 2013. – 640 с.

3. Ковальчук М.І. Економічний аналіз у сільському господарстві.: Навч. Посібн. – 2002. – 287 с.

4. Осадчий О.С. Основи сільського господарства : навч. Посібн. – ЦУЛ,- 2012. – 294 с.

5. Основні показники господарської діяльності фермерського господарства, малого підприємства у сільському господарстві, №2 – ферм. (річна).

6. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi?nreg=996-14

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 (Наказ Міністерства фінансів України № 318 від 31.12.99р.); "Витрати" [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0027-00

8. Типове положення з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості: Затв. Пост. Кабінету Міністрів України від 26 квітня 1996 р. № 473. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1057.1311.2&nobreak=1.

9. Бойко Л.О., Волчек Р.М., Волкова Н.А. – к.е.н., доцент; Гайдаєнко О.М., Мозгова Н.В. Нападовська І.В. Подвальна Н.Е., Шевчук Н.С., Організація та методика економічного аналізу: Навчальний посібник для бакалаврів всіх напрямків підготовки. – Одеса, ОДЕУ. – 2010 – 351 с.

REFERENCES:

1. Kovalchuk K.F. Analiz hospodarskoi diialnosti: teoriia, metodyka, rozbir konkretnykh sytuatsii.: Navch. posibn. / K.F. Kovalchuk. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2012. – 326 s.

2. Chernelevskyi, L. M. Analiz diialnosti pidpryiemstv ta bankivskykh ustanov: ekonomichnyi, finansovo-investytsiinyi, stratehichnyi: pidruch. / L. M. Chernelevskyi, N. H. Slobodian, O. V. Mykhailenko. – Kyiv : "Khai-Tek-Pres", 2013. – 640 s.

3. Kovalchuk M.I. Ekonomichnyi analiz u silskomu hospodarstvi.: Navch. Posibn. – 2002. – 287 s.

4. Osadchyi O.S. Osnovy silskoho hospodarstva .: navch. Posibn. – TsUL,- 2012. – 294 s.

5. Osnovni pokaznyky hospodarskoi diialnosti fermerskoho hospodarstva, maloho pidpryiemstva u silskomu hospodarstvi, #2 – ferm. (richna).

6. Zakon Ukrainy "Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini" vid 16.07.1999r. # 996-KhIV [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi?nreg=996-14

7. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 16 (Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy # 318 vid 31.12.99r.); "Vytraty" [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu:http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0027-00

8. Typove polozhennia z planuvannia, obliku i kalkuliuvannia sobivartosti produktsii (robit, posluh) u promyslovosti: Zatv. Post. Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 26 kvitnia 1996 r. # 473. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1057.1311.2&nobreak=1.

9. Boiko L.O., Volchek R.M., Volkova N.A. – k.e.n., dotsent; Haidaienko O.M., Mozghova N.V. Napadovska I.V. Podvalna N.E., Shevchuk N.S., Orhanizatsiia ta metodyka ekonomichnoho analizu: Navchalnyi posibnyk dlia bakalavriv vsikh napriamkiv pidhotovky. – Odesa, ODEU. – 2010 – 351 s.

Mykhailenko O.V.
Candidate of Economic Sciences
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit
National University of Food Technologies
Shevchenko H.I.
Student
National University of Food Technologies

EXPENSE MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

Expenses in economic activity of the enterprises occupy one of the main problematic issues of theoretical and practical character. Therefore their accurate definition as economic category is of great importance. Expenses are object of accounting and one of the main indicators of activity of the enterprise.

The analysis of expenses is a necessary component of conducting any economic activity of the enterprises of different forms of ownership. Expenses of the enterprise, planning of prime cost consider branch features, territorial, in general social, economic and production specifics of the enterprise. Production and product sales need labour, material and cash expenditures. Expenses of the enterprise on the used means of production, objects of the labour and payment the works of workers expressed in cash form product cost.

The purpose of this scientific work is studying of forms of prime cost and the analysis of use of expenses

Product cost represents the main quality indicator of work of the enterprise. Its level displays achievement and shortcomings both the enterprises in general, and each structural division. The analysis of expenses on production and product cost is carried out for the purpose of formation of optimum size of product cost, its components and search of reserves of their decrease for increase in competitiveness of production.

The way of inclusion of separate expenses in prime cost of types of production is the important characteristic in cost management of the enterprise, and the purpose of the analysis of product cost consists in information support and comprehensive assessment and optimization of the reached sizes of expenses. Problems of decrease in prime cost are substantially resolved at the microlevel and depend on expediency and efficiency of administrative decisions which are made in the course of planning, the analysis, control and regulation of production economic activity of the enterprise.

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ЗМІН ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ В ОПОДАТКУВАННІ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

EVALUATION OF CHANGES IN THE TAX CODE OF UKRAINE TAXATION OF WAGES

УДК 336.2

Ковтуненко Ю.В.
к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Товкан Д.М.
бакалавр
Одеський національний політехнічний університет

У статті дано визначення терміна «заробітна плата» різними авторами. Наведено схеми нарахування й утримання податків. Показано наочний приклад розрахунку заробітної плати в залежності від ставок податків у відповідних роках. Проаналізовано підсумки розрахунків. Зроблено висновки.
Ключові слова: *заробітна плата, податок на доходи фізичних осіб, єдиний соціальний внесок, військовий збір, ставка, нарахування, утримання.*

В статье дано определение термина «заработная плата» различными авторами. Приведены схемы начисления и удержания налогов. Показано наглядный пример расчета заработной платы в зависимости от ставок налогов в соответствующих годах. Проанализированы итоги расчетов. Сделаны выводы.
Ключевые слова: *Заработная плата, налог на доходы физических лиц, единый социальный взнос, военный сбор, ставка, начисление, удержание.*

The article provides a definition of the term «wages» by various authors. Schemes of calculation and deduction of taxes. Shows an illustrative example of the payroll, depending on the tax rates in the respective years. Analyzed the results of the calculations. Conclusions are made.
Key words: *Wages, personal income tax, single social contribution, military fee, rate, charge, retention.*

Постановка проблеми. Заробітна плата є значною складовою частиною доходів населення. Від її рівня оплати залежить його добробут. Оплата праці відіграє важливу роль не тільки в житті кожної людини, але і в економіці держави, адже вона є найбільш суттєвою складовою національного доходу. У свою чергу Національний дохід становить Валовий національний продукт, який характеризує загальний дохід всіх громадян країни і загальний обсяг витрат на споживання вироблених товарів та послуг. Це і підтверджує, що рівень заробітної плати, а також загальні витрати на оплату праці мають великий вплив на економіку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведено аналіз літературних джерел. Серед них слід виділити роботи таких акторів, як: І. С. Пізняк, Т. М. Демченко, Л. П. Шевчук, В. М. Мельник, К. І. Швабій. Досягнення вчених та достатньо часті законодавчі зміни є основою подальшого розгляду питань, пов'язаних з оподаткуванням заробітної плати.

Актуальність розгляду даного питання обумовлена частою зміною нормативів та документів з оплати праці на підприємствах та структурах. Сьогодні спостерігається велика диференціація заробітної плати у соціальних групах.

Метою статті є проаналізувати зміни Податкового кодексу України щодо оподаткування заробітної плати. За допомогою наочного прикладу розрахунків заробітної плати зробити висновок про суттєвості даних змін з боку працівника і роботодавця.

Виклад основного матеріалу дослідження. За весь час існування Податкового кодексу України до нього було внесено безліч змін. Звернемо увагу на зміну ставок податків, пов'язаних із заробітною платою та уточнимо суть поняття «заробітна плата». Для цього відобразимо в табл. 1 визначення терміна «заробітна плата» різними авторами та джерелами.

Отже, заробітна плата – це грошовий вираз винагороди за труд, яка передбачена безпосе-

Таблиця 1

Визначення терміну «заробітна плата»

№	Джерело	Визначення заробітної плати
1	Закон України «Про оплату праці»	заробітна плата - це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу
2	Мандибура В. О., Тимофеєв В. О.	заробітна плата – це грошова винагорода, яку отримує працівник за роботу протягом повного робочого часу (рік, тиждень, день).
3	Асташкевичер Є. Т	заробітна плата – це винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норм часу, норм виробітку, норм обслуговування).
4	Луговий В. А.	заробітна плата – це винагорода згідно із затвердженими на підприємстві ставками (окладами) та відрядними розцінками, на умовах, передбачених трудовим договором.
5	Завгородній В. П.	заробітна плата – це заробіток, розрахований, як правило, в грошовому виразі який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує за виконану роботу або надані послуги.

Джерело: [1]

редньо трудовим договором між роботодавцем та працівником відповідно до встановлених норм часу, норм виробітку, норм обслуговування та ін.

Щоб простежити суть зміни Податкового кодексу в сфері оподаткування заробітної плати, проаналізуємо нарахування та утримання податків в 2015 та 2017 роках.

Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) – загальнодержавний податок, який стягується з доходів фізичних осіб резидентів та не резидентів, які отримують доходи з джерел їх походження в Україні [2]. Ставка даного податку в 2015 році становила 15%, але вже з 1 січня 2016 року було запроваджено зміни. З 2016 року і до цього дня ставка становить 18%.

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) – консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування [3]. Ставка утримання даного податку в 2015 році становила 3,6%, а нарахування становило 36,8%. Але з 1 січня 2016 року цей податок зазнав змін. Було скасовано утримання даного податку з заробітної плати, а нарахування склало 22%.

Військовий збір (ВЗ) – загальнодержавний податок, який стягується з доходів фізичних осіб резидентів та не резидентів, які отримують доходи з джерел їх походження в Україні. Ставка податку становить 1,5 відсотків бази оподаткування [4]. Ця ставка не зазнавала змін.

Щоб більш наочно показати зміни податкових ставок за аналізовані роки, наведемо наочний приклад розрахунку заробітної плати.

Наприклад: робітнику N за травень 2015 року було нараховано 5000,00 грн. Розрахуємо заробітну плату. На рис. 1 відображено ставки нарахувань і утримань податків із заробітної плати у 2015 році.

Спираючись на податкові утримання та нарахування (рис. 1), проведемо розрахунок заробітної плати за 2015 рік (табл. 2).

Визначимо заробітну плату з таким ж нарахуванням, але зі змінами в утриманні, які зазнав Податковий кодекс України у 2016 році. На рис. 2 проілюстровано схему ставок нарахувань і утримань податків із заробітної плати в 2017 році.

Проведемо розрахунок заробітної плати за 2017 рік з тим самим окладом для робітника N (табл. 3).

За допомогою даних табл. 2 і табл. 3 проаналізуємо податки, звівши їх в табл. 4.

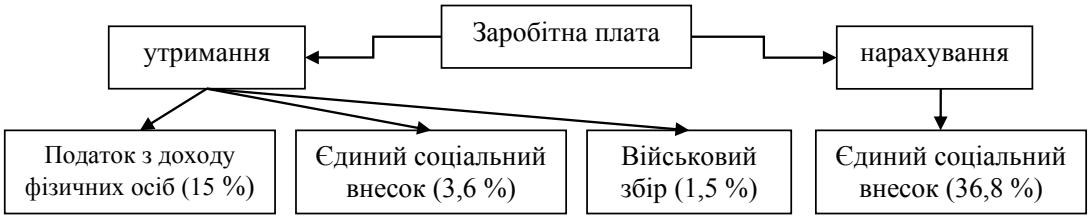


Рис. 1. Схема утримання та нарахування податків із заробітної плати у 2015 року

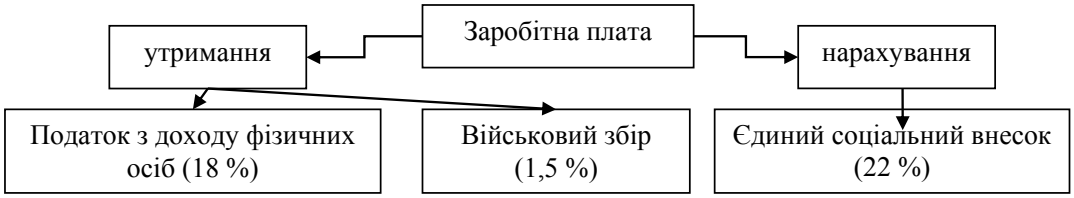


Рис. 2. Схема утримання та нарахування податків із заробітної плати у 2017 року

Таблиця 2

Розрахунок заробітної плати у 2015 році

Податок	Утримання, грн.		Нарахування, грн.	
	Ставка,%	Розрахунок	Ставка,%	Розрахунок
ПДФО	15	5000,00 * 0,15 = 750,00	X	X
ЄСВ	3,6	5000,00 * 0,036 = 180,00	36,8	5000,00 * 0,368 = 1840,00
ВЗ	1,5	5000,00 * 0,015 = 75,00	X	X
До виплати, грн.	5000,00 - 750,00 - 180,00 - 75,00 = 3995,00			

Таблиця 3

Розрахунок заробітної плати у 2017 році

Податок	Утримання, грн.		Нарахування, грн.	
	Ставка,%	Розрахунок	Ставка,%	Розрахунок
ПДФО	18	5000,00 * 0,18 = 900,00	Х	Х
ЄСВ	Х	Х	22	5000,00 * 0,22 = 1100,00
ВЗ	1,5	5000,00 * 0,015 = 75,00	Х	Х
До виплати, грн.	5000,00 - 900,00 - 75,00 = 4025,00			

Таблиця 4

Аналіз показників 2015 та 2017 років

Податок	Утримання, грн.		Нарахування, грн.		Відхилення утримань, грн.	Відхилення нарахувань, грн.
	2015 рік	2017 рік	2015 рік	2017 рік		
ПДФО	750,00	900,00	Х	Х	150,00	Х
ЄСВ	180,00	Х	1840,00	1100,00	Х	- 740,00
ВЗ	75,00	75,00	Х	Х	0,00	Х
До виплати, грн.			3995,00	4025,00	30,00	

У зв'язку зі змінами Податкового кодексу в 2016 році, аналіз показав, що працівник до виплати отримає зарплату в більшому розмірі.

Висновки з проведеного дослідження. За підсумками розрахунків були проаналізовані зміни, пов'язані з оподаткуванням заробітної плати. У ході розрахунків була виявлена позитивна динаміка зарплати з урахуванням змін у Податковому кодексі України в 2016 році, а також зменшенням зобов'язань роботодавця щодо виплат єдиного соціального внеску (ЄСВ). Однак, якщо зіставити проаналізовані дані, перекладені в доларовий еквівалент відповідно до курсу досліджуваних років, то з'ясується, що в 2015 році, враховуючи курс на 01.01.2015 р, який склав 15,8 грн. за 1 дол. США, зарплата відповідно дорівнює 253,5 дол. США, а вже в 2017 році, враховуючи курс на 01.01.2017 р, який склав 26,8 грн. за 1 дол. США, цей показник різко знизився на 40,7% і склав 150,2 дол. США. Це доказ того, що в Україні розвивається кризова ситуація. Нестабільність економіки, корупція та зниження реальних доходів населення, а також скорочення персоналу зі зростанням безробіття і на новому витку зниження доходів населення і їх споживання.

Необхідно переглянути вплив податкової системи держави в бік активізації ділової активності юридичних і фізичних осіб для створення можливості зниження інфляції і тим самим підвищення доходів громадян [5-6].

Здійснення ефективних реформ щодо збільшення доходів населення і створення рівних конкурентних спрощених умов для всіх учасників оподаткування, передбачає:

1. Максимальне спрощення і раціоналізацію податкових процедур і механізмів оподаткування, що сприяє забезпеченню прозорості фіскальної політики, а також вплине на виведення заробітної плати з тіні.

2. Розробку раціональної процедури застосування дисциплінарних стягнень до службовців державної фіскальної служби при виявленні фактів неправильного трактування податкового законодавства, підзаконних актів.

3. Уведення обов'язкового електронного декларування не тільки доходів, але і витрат працівників фіскальних органів, а також членів їх сімей з метою виявлення фактів корупції, хабарництва і марнотратства держмайна.

4. Формування нових робочих місць і підвищення рівня зайнятості населення.

5. Підтримку вітчизняних виробників.

6. Розширення ринку реалізації вітчизняної продукції.

7. Активізацію процесу фіскальної децентралізації з метою створення розвинених і самодостатніх регіонів.

Конкретна реалізація певного імперативу посилить конкурентоспроможність податкової системи в Україні, дозволить створити хороші умови отримання високооплачуваного доходу населенню і відновлення соціально-економічного розвитку країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маркевич А.Є. Економічний зміст та підходи до поняття «заробітна плата» [Електронний ресурс] / А.Є. Маркевич // Ефективна економіка. – 2015. – № 2. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3815

2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page20

3. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне стра-

хування» № 2464-VI від 08.07.2010 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17/page

4. Військовий збір [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-zmini-2015/podatkovi-zmini-dlya-fizichnih-osib/viyskoviy-zbir/

5. Yu. V. Kovtunenko Analysis of indirect taxation in Ukraine: Modern state and directions of improvement [Електронний ресурс] / Yu. V. Kovtunenko, A. S. Suhoveeva, A. O. Revutskaya // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 5 (27). – С. 17-23. – Режим доступу до журн.: http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n5.html

6. К.В. Ковтуненко Економічне оцінювання інноваційної діяльності промислового підприємства: своєчасність процесу та достовірність результату : [моногр.] / К.В. Ковтуненко, Л.П. Шацкова. – Одеса: ФОП Бондаренко М.О., 2015 – 254 с.

REFERENCES:

1. Markevych A.Ye. Ekonomichnyi zmist ta pidkhody do poniattia «zarobitna plata» [Elektronnyi resurs] / A.Ye. Markevych // Efektyvna ekonomika. – 2015. – # 2. – Rezhym dostupu : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3815

2. Podatkovyi kodeks Ukrainy # 2755-VI vid 02.12.2010 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/page20

3. Zakon Ukrainy «Pro zbir ta oblik yedynoho vnesku na zahalnooboviazkove derzhavne sotsialne strakhuvannia» # 2464-VI vid 08.07.2010 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17/page

4. Viiskovyi zbir [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovi-zmini-2015/podatkovi-zmini-dlya-fizichnih-osib/viyskoviy-zbir/

5. Yu. V. Kovtunenko Analysis of indirect taxation in Ukraine: Modern state and directions of improvement [Elektronnyi resurs] / Yu. V. Kovtunenko, A. S. Suhoveeva, A. O. Revutskaya // Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal. – 2016. – # 5 (27). – S. 17-23. – Rezhym dostupu do zhurn.: http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n5.html

6. K.V. Kovtunenko Ekonomichne otsiniuvannia innovatsiinoi diialnosti promyslovoho pidpryiemstva: svoiechasnist protsesu ta dostovirnist rezultatu : [monohr.] / K.V. Kovtunenko, L.P. Shatskova. – Odesa: FOP Bondarenko M.O., 2015 – 254 s.

Kovtunenko Yu.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting, Analysis and Audit,
Odessa National Polytechnic University
Tovkan D.M.
Bachelor
Odessa National Polytechnic University

EVALUATION OF CHANGES IN THE TAX CODE OF UKRAINE TAXATION OF WAGES

Wages are a large part of income. From its level of payment depends on its welfare. Wages plays an important role not only in everyone's life, but also in the economy, because it is the most essential component of national income.

The national income is gross domestic product, which characterizes the total income of all citizens and the total expenditure on consumption of manufactured goods and services. This confirms that the salaries and common staff costs have a major impact on the economy.

During the entire existence of the Tax Code of Ukraine was made to him many changes. Note the change in tax rates related to wages and clarify the essence of the concept of "wages".

To trace the essence of changes in the Tax Code taxation of wages, analyse calculation and withholding taxes in 2015 and 2017 respectively.

So wages – a monetary reward for toil of ulcers, which provides direct employment contract between employer and employee in accordance with the standards of time, norms, standards of care and others.

For example: N worker for May 2015 was charged 5000.00 USD. Calculate wages. Shows the rate of tax charges and deductions from wages in 2015.

To trace the essence of changes in the Tax Code taxation of wages, analyse calculation and withholding taxes in 2015 and 2017 respectively. Draw payroll for 2015 (Table 1).

Table 1

Based Payroll in 2015

Tax	Retention, USD		Accrual, USD	
	Rate,%	Calculation	Rate,%	Calculation
PIT	15	5000,00 * 0,15 = 750,00	X	X
SSC	3,6	5000,00 * 0,036 = 180,00	36,8	5000,00 * 0,368 = 1840,00
MG	1,5	5000,00 * 0,015 = 75,00	X	X
Payment, USD	5000,00 - 750,00 - 180,00 - 75,00 = 3995,00			

Define wages with the same charge, but with changes in the content that has undergone the Tax Code of Ukraine in 2016. Draw payroll for 2017 with the same salary for the worker N (Table 2).

Table 2

Based Payroll in 2017

Tax	Retention, USD		Accrual, USD	
	Rate,%	Calculation	Rate,%	Calculation
PIT	18	5000,00 * 0,18 = 900,00	X	X
SSC	X	X	22	5000,00 * 0,22 = 1100,00
MG	1,5	5000,00 * 0,015 = 75,00	X	X
Payment, USD	5000,00 - 900,00 - 75,00 = 4025,00			

Due to changes in the Tax Code in 2016, the analysis showed that the employee will receive salary payments to a larger size.

Following calculations were analysed by changes related to taxation of wages. During settlement was found positive dynamics of wages to reflect changes in the tax code Ukraine in 2016, as well as a decrease in employer obligations regarding payments to single social contribution (Single Contribution). However, if we compare the data analysed, translated into dollar equivalent at the rate of the studied years, it appears that in 2015, given the rate at 01.01.2015 was, which was 15.8 USD. $ 1. US wages equal to 253.5 dollars respectively. USA, and in 2017, given the rate at 01.01.2017 was, which was 26.8 USD. $ 1. US, this figure dropped sharply by 40.7% and amounted to 150.2 dollars. USA. This is proof that Ukraine is developing crisis. The instability of the economy, corruption and reducing real incomes, as well as staff reductions with rising unemployment and a new stage reduction of income and consumption.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF AUDITING INTANGIBLE ASSETS

УДК 657.6: 657.421.3

Чугрій Н.А.
науковий співробітник сектору інноваційного провайдингу та інтелектуальної власності
Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція
Національна академія аграрних наук України

У статті розглянуто питання удосконалення методики аудиту нематеріальних активів, враховуючи їх концептуальні, сутнісні, функціональні та інші особливості. У статті розкрито поняття нематеріальних активів, критерії їх визнання та ідентифікації. Наведено методику аудиту нематеріальних активів та визначено її вплив на якість аудиту. Визначена інформаційна база, що використовується під час здійснення аудиту інтелектуальних активів, намічені завдання, які стоять перед аудитором під час перевірки нематеріальних активів.

Ключові слова: *нематеріальні активи, ідентифікація активів, методика аудиту, аудиторські процедури, аудит ефективності використання нематеріальних активів.*

В статье рассмотрены вопросы совершенствования методики аудита нематериальных активов, учитывая их концептуальные, сущностные, функциональные и другие особенности. В статье раскрыто понятие нематериальных активов, критерии их признания и идентификации. Приведена методика аудита нематериальных активов и определено ее влияние на качество аудита. Определена информационная база, используемая при осуществлении аудита интеллектуальных активов, намеченные задачи, которые стоят перед аудитором при проверке нематериальных активов.

Ключевые слова: *нематериальные активы, идентификация активов, методика аудита, аудиторские процедуры, аудит эффективности использования нематериальных активов.*

The questions of improvement of audit methodology intangible assets, given their conceptual, essential, functional and other features. The article deals with the concept of intangible assets and recognition criteria for their identification. The method of auditing intangible assets and determined its impact on audit quality. Defined information base used in the course of the audit of intellectual assets scheduled task facing the auditor during the audit of intangible assets.

Key words: *intangibles, identification of assets, methods of audit, audit procedures, audit efficiency intangible assets.*

Постановка проблеми. У процесі становлення ринкових відносин в Україні нематеріальні активи займають все більшу частку в активах підприємств. Сьогодні важливим є створення умов для залучення великого обсягу інвестицій з метою підвищення прибутковості підприємств. А для здійснення цього інвестори мають бути впевнені в тому, що вкладені ними кошти дійсно забезпечать одержання очікуваних вигод. Саме тому управлінцям слід приділяти максимальну увагу контролю ефективності діяльності підприємства, зокрема, визначальним факторам його розвитку – нематеріальним активам, щоб мати змогу виявити її проблемні сторони та створити умови для їх вирішення. Це допоможе зробити підприємство конкурентоспроможним в сучасному ринковому середовищі. Оскільки нематеріальні активи впливають на підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства, гостро постає питання щодо контролю за їх використанням. На сьогодні розвиток сфери використання нематеріальних активів, недосконалість законодавчої бази та класифікації об’єктів, недостатньо розроблена методика оцінки зумовлюють необхідність в удосконаленні їх обліку та аудиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми аудиту нематеріальних активів вивчені та висвітлені в працях багатьох вітчизняних вчених, серед яких: О.Ф. Андросова, О.Т. Олендій, Т.П. Назаренко, Н.М. Левченко, Н.С. Понікарова, Л.Й. Юрківська та інші [1; 5; 6; 7; 10]. Попри значну кількість публікацій, спрямованих на висвітлення порядку методики аудиту нематеріальних активів, специфічність даної групи активів обумовлена змістовним наповненням та функціональним походженням, залишається поза увагою вітчизняних та зарубіжних вчених. Низький рівень розвитку ринку інтелектуальної власності, незахищеність власників прав на об’єкти інтелектуальної власності, супроводжувані хронічним дефіцитом ліквідності суб’єктів господарювання, обумовлюють існування високого ризику суттєвих викривлень для предмету перевірки і вимагають комплексного підходу до вирішення зазначених проблем.

Метою статті є дослідження методики проведення аудиторської перевірки нематеріальних активів, аудиту ефективності таких активів та пошук шляхів їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сьогодення жодне підприємство не працює без використання у виробничій діяльності різних об'єктів нематеріальних активів. Тож на сучасному етапі становлення ринкових відносин методика та організація обліку нематеріальних активів широко обговорюються та є об'єктом пильної уваги науковців та практиків. Це пояснюється тим, що категорія нематеріальних активів певною мірою є новою для господарської практики України, а також маловивченою і не до кінця розробленою. Поняття "нематеріальні активи" тільки недавно почало застосовуватися в міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 38 «Нематері-

альні активи» і Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи».

Відповідно до п. 4 П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», під нематеріальними активами слід розуміти «немонетарні активи, що не мають матеріальної форми, можуть бути ідентифіковані» й утримуються підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях або надання в оренду іншим особам [8]. Нематеріальний актив може бути ідентифікованим, якщо він:

– може бути відокремленим, тобто його можна відокремити або відділити від суб'єкта господарювання і продати, передати, ліцензувати, здати в оренду або обміняти;

– виникає внаслідок договірних або інших юридичних прав, незалежно від того, чи можуть вони бути передані або відокремлені від суб'єкта господарювання або ж від інших прав та зобов'язань [7, с. 292].

О.Т. Олендій зазначає, що сучасні тенденції виділяють панівну роль саме нематеріальним активам, тому з'являється необхідність в удосконаленні методики проведення їх аудиту, адже питання методології проведення аудиту нематеріальних активів чітко не розкривається в офіційно затверджених нормативних правових документах та в наукових дослідженнях у сфері аудиту [7, с. 292].

На нашу думку, найефективнішим контроль нематеріальних активів можливий лише у тому випадку, якщо він здійснюється на основі достовірних даних про всі нематеріальні об'єкти, що використовує підприємство у своїй діяльності. Тому важливим є відображення нематеріальних активів в обліку в повному обсязі. Однак, на сьогодні ситуація на українських підприємствах стосовно даного питання є достатньо проблематичною та Л.Й. Юрківська у своїй роботі наводить цьому причини:

• недосконалість законодавчої бази щодо регулювання обліку нематеріальних активів бухгалтерського відображення через конвенційність існуючих підходів до бухгалтерського обліку нематеріальних активів, реалізованих в національних стандартах. Як наслідок, це призводить до того, що не всі об'єкти, які мають бути віднесені до нематеріальних активів, відображаються в їх складі;

• неможливість здійснення в межах системи бухгалтерського обліку справедливої оцінки нематеріальних активів. У силу того, що існують різні методи та способи визначення вартості даних об'єктів, не завжди вони обираються вірно [10, с. 217].

Указані проблеми призводять до того, що балансова вартість підприємств значно відрізняється від їх реальної ринкової вартості. У результаті виникають неточності стосовно отриманих даних при проведенні контролю ефективності, що негативно впливає на управлінські аспекти використання нематеріальних активів. Тому рішення, що приймаються на основі таких даних, не дають очікуваного ефекту. У силу того, що на сьогодні назріла нагальна потреба в правильному та ефективному контролі використання активів невідчутної природи, вважаємо за потрібне розглянути загальні його особливості та визначити можливі напрями його здійснення на підприємствах.

Метою аудиту нематеріальних активів є формування професійної думки аудитора щодо достовірності первинних даних про факти господарського життя, повноти та своєчасності відображення цих даних в обліку, правильності ведення обліку та відображення у фінансовій звітності прав підприємства на користування природними надрами, майном, землею, авторським правом у сфері науки, літератури, мистецтва, об'єктами промислової власності та інших видів нематеріальних активів [7, с. 292].

Аудит нематеріальних активів полягає в перевірці наявності бухгалтерських і юридичних документів, що підтверджують права на володіння ними, а також правильності та своєчасності відображення нематеріальних активів на балансі підприємства.

Враховуючи значення нематеріальних активів підприємства, перед аудитором стоять такі завдання:

– перевірка факту наявності нематеріальних активів і підтвердження прав власності на усі нематеріальні активи, які включені до балансу підприємства;

– перевірка правильності відображення в бухгалтерському обліку нематеріальних активів (насамперед, їх первинної балансової вартості);

– перевірка дотримання норм чинного законодавства по операціям, пов'язаних з нематеріальними активами;

– перевірка відповідності даних синтетичного і аналітичного видів обліку нематеріальних активів і їх амортизації записам в Головній книзі, балансі;

– перевірка правильності розрахунку амортизації [1, с. 251].

Тобто, у процесі перевірки аудитору необхідно з'ясувати, які конкретні об'єкти нематеріальних активів обліковуються на підприємстві, чи правильно ведеться їх бухгалтерський облік за кожним об'єктом по встановлених групах, чи вірно оцінені нематеріальні активи (придбані чи створені нематеріальні активи слід зараховувати на баланс підприємства за первісною вартістю).

Аудит нематеріальних активів ґрунтується на загальному плані проведення аудиту. Задля цього аудитор користується МСА 300 «Планування аудиту фінансової звітності». Планування повинно сприяти виявленню потенційних проблем та якісному кінцевому результату аудиту. Аудитор виконує даний план за допомогою програми, яка визначає характер, часові обмеження та об'єм

запланованих аудиторських процедур та складається з урахуванням оцінки системи внутрішнього контролю [7, с. 292].

З метою забезпечення можливості зниження рівня аудиторського ризику та підвищення якості роботи аудитора, необхідним є дотримання етапів аудиту нематеріальних активів з детальним розкриттям особливостей проведених аудиторських процедур. Отже, процес аудиту нематеріальних активів можна розглядати у наступній послідовності (рис. 1).

Враховуючи мету аудиту нематеріальних активів та специфіку вітчизняної практики його проведення, О.Т. Олендій наводить перелік етапів проведення процедур аудиту нематеріальних активів, які аудитор повинен детально розкривати в програмі аудиту:

– перевірка положень облікової політики в частині нематеріальних активів;

– перевірка наявності нематеріальних активів;

– перевірка відповідності показників фінансової звітності показникам синтетичного та аналітичного обліку нематеріальних активів;

– аудит операцій по надходженню нематеріальних активів;

– аудит амортизації нематеріальних активів;

– аудит операцій із вибуття нематеріальних активів;

– аудит операцій, пов’язаних із наданням права на використання нематеріальних активів [7, с. 293].

Як зазначалося вже, нематеріальні активи не мають фізичної форми, отже, аудитор на другому етапі повинен доцільно перевірити правильність заповнення первинних документів щодо руху нематеріальних активів. У табл. 1 представлені об’єкти нематеріальних активів та відповідно до кожної групи таких активів наведена документація, що підтверджує природу таких активів.

Також важливим аспектом при проведенні аудиту нематеріальних активів є перевірка правильності оцінки інтелектуальних активів. Оцінка нематеріального активу залежить від способу його надходження на підприємство та регулюється П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [8].

До складу первісної вартості придбаних нематеріальних активів входять: ціна (вартість) придбання (крім отриманих торговельних знижок), мито, непрямі податки, що не підлягають відшкодуванню, інші витрати, безпосередньо пов'язані з їх придбанням та доведенням до стану, у якому вони придатні до використання за призначенням. До первісної вартості нематеріальних активів, які придбані (створені) повністю чи частково за рахунок кредиту банку, не включаються витрати на сплату відсотків за кредит [1, с. 253].

Стосовно правильності нарахування амортизації нематеріальних активів, аудитору слід пам'ятати, що відповідно до П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» нарахування зносу нематеріальних активів проводиться протягом терміну їх корисного використання (не більше 20 років з дати прийняття на облік). Підприємство самостійно обирає метод нарахування амортизації, враховуючи особливості одержання майбутніх економічних вигод. Суми амортизаційних відрахувань, нараховані протягом звітного періоду відносять до складу витрат цього ж періоду або до собівартості будь-якого іншого активу [8].

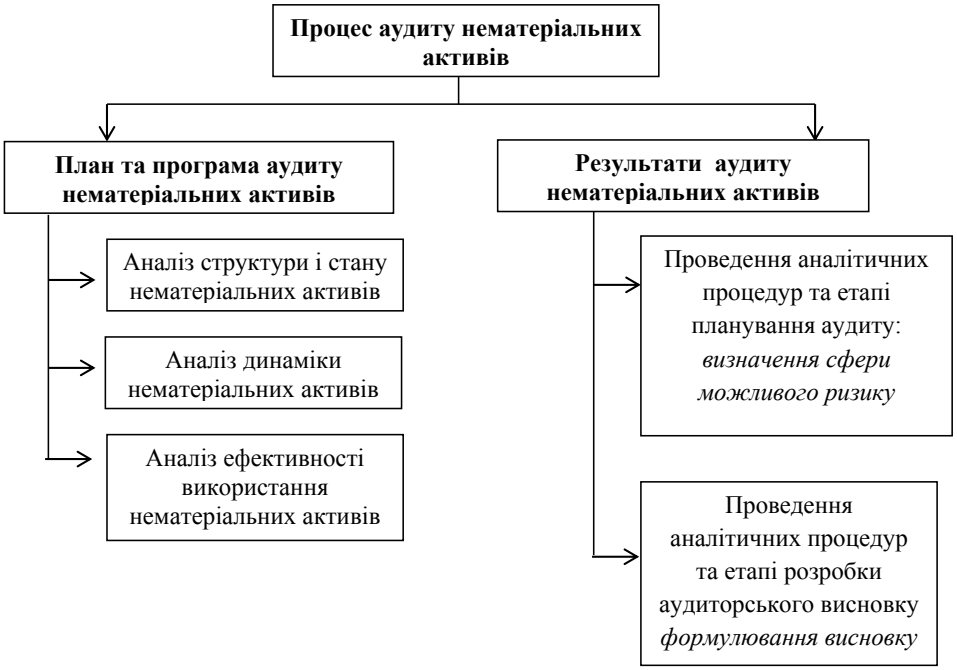


Рис. 1. Процес аудиту нематеріальних активів

Таблиця 1

Документація щодо використання нематеріальних активів

Об'єкти нематеріальних активів	Документація, що підтверджує природу нематеріальних
Авторські права	Авторський договір з продавцем авторських прав, рукопису, малюнка, ескізу, відеокадру, нотного запису
Права на програму для ЕОМ, бази даних	Договір купівлі-продажу (при придбанні одиничного примірника програми), авторський договір (при передаванні майнових прав на програму ЕОМ), дискета з програмою, опис, технічна документація
Права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки	Ліцензійний договір, зареєстрований у патентному відділі, патент на винаходи, свідоцтво на товарний знак, свідоцтво про право користування найменуванням
Права на засоби індивідуалізації юридичної особи (товарний знак, знак обслуговування, фірмове найменування)	Договір про відчуження, зареєстрований у патентному відділі, ліцензійний договір, свідоцтво на товарний знак, свідоцтво про право користування найменуванням
Права на ноу-хау	Договір про передавання ноу-хау, відображення чи опис ноу-хау
Право на користування земельними ділянками й природними ресурсами	Документ про право власності, ліцензія на користування ділянкою надр

Таким чином, наприкінці перевірки аудитор, дотримуючись вимог П(С)БО 8 «Нематеріальні активи», має впевнитися, що в Примітках до річної фінансової звітності у повному обсязі висвітлено наступну інформацію: вартість (первісна чи переоцінена), за якою нематеріальні активи відображені в балансі; методи нарахування амортизації та строки експлуатації нематеріальних активів; наявність і рух у звітному році тощо.

Як зазначає Т.П. Назаренко, якість аудиту нематеріальних активів тісно взаємопов'язана з методикою аудиту. Аудитор повинен дотримуватися методики проведення аудиту нематеріальних активів, яка впливає на якість аудиту і надання аудиторських послуг. Що вище якість інформації, сформованої в системі бухгалтерського обліку, то вище якість проведеного аудиту, а також вище впевненість користувача у професійній думці аудитора для правильності прийняття економічних рішень у майбутньому.

Під час формування методики аудиту нематеріальних активів необхідно враховувати специфіку діяльності кожного підприємства та будувати план і програму перевірки з урахуванням обсягів і якості наданої інформації [6, с. 960].

Проведення аудиторської перевірки за алгоритмом, що пропонується, дає змогу значно скоротити трудові витрати, оскільки в разі виявлення відсутності об'єктів нематеріальних активів або його нетотожності об'єкту, що відображується у документах, подальша перевірка втрачає сенс (немає об'єкта – немає і прав, що з нього випливають) (рис. 2).

Важливе місце при проведенні аудиторської перевірки посідає аудит ефективності використання нематеріальних активів, для проведення якого аудитор використовує аналітичні процедури.

Аудит ефективності нематеріальних активів – це відносно нова форма аудиту та метод контрою, значення якого безупинно змінюється, та, який має значний потенціал застосування в умовах сучасних глобалізаційних процесів та нарощення темпів постіндустріальної економіки. Аудит ефективності нематеріальних активів поряд із традиційним аудитом відіграє більш ключову роль у здійсненні бухгалтерського обліку підприємств. Мета його проведення – дати гарантії ефективної роботи та ефективного використання нематеріальних активів підприємства, що мають і не мають відчутної (матеріальної) форми [10, с. 217].

На сьогодні зарубіжними дослідниками запропоновано декілька підходів до контролю ефективності використання різноманітних активів невідчутної інтелектуальної природи в діяльності підприємств, які є значно ширшими в порівнянні із контролем та аудитом нематеріальних активів.

Одним із достатньо відомих підходів до контролю ефективності використання нематеріальних активів на підприємстві є концепція «Аудиту інтелектуального капіталу», запропонована американською дослідницею Енні Брукінг. Безпосередньо під аудитом інтелектуального капіталу автор розуміє розгляд нематеріальних активів компанії, їх документальне оформлення фіксування стану на поточний момент, і, якщо це можливо, проведення розрахунку їх вартості. Також аналізується освіта працівників підприємства, проводяться різноманітні тести для виявлення потенціалу кожного працівника стосовно можливості отримання від нього підприємством економічних вигод у майбутньому. Реалізації концепції «Аудиту інтелектуального капіталу» Е. Брукінг передбачає виконання наступних етапів:

1. Опис можливих перетворень, цілей, поля діяльності і обмежень. Цей етап передбачає встановлення бажаного стану, якого прагне досягти підприємство у майбутньому, наприклад, створення служби корпоративного навчання працівників, підготовка до реорганізації підприємства, встановлення потреби додаткового придбання нематеріальних активів тощо;

2. Встановлення оптимальних параметрів активів, тобто базових характеристик конкретного

Рис. 2. Алгоритм проведення аудиту нематеріальних активів

активу, які визначають його здатність забезпечувати одержання економічних вигід підприємством. Наприклад, для торгової марки, яка має відповідну бухгалтерську оцінку за доходним підходом – це обсяги реалізації відповідної марочної продукції;

3. Встановлення параметрів найвищих можливих значень – найоптимальніших значень, досягнення яких є основною метою використання конкретного нематеріального активу в господарській діяльності підприємства;

4. Вибір методу аудиту – передбачає обрання відповідного методу аудиту (опитування, інтерв'ю, аналіз продаж, аналіз витрат, аналіз конкурентоспроможності, аналіз окупності інвестицій, аналіз платежів тощо) для окремих параметрів нематеріального активу;

5. Безпосереднє проведення аудиту на основі обраного методу за конкретним нематеріальним активом;

6. Документальне оформлення цінності (здатності приносити економічні вигоди) в базі знань інтелектуального капіталу [10, с. 218].

Як зазначають Н.М. Левченко та Н.С. Понікарова, для проведення аналітичних процедур ефективності використання нематеріальних активів при процедурі аудиту необхідно:

– у повному обсязі інформаційно забезпечити аналітиків, оскільки від рівня інформаційного забезпечення залежить глибина та точність дослідження використання господарюючими суб'єктами нематеріальних ресурсів;

– насамперед здійснити аналіз структури та динаміки, аналіз наявності та руху, аналіз ефективності, аналіз ліквідності нематеріальних активів, визначити резерви підвищення обсягів виробництва продукції. Можливі й інші етапи проведення економічного аналізу використання нематеріальних активів. Їх вибір та здійснення визначаються особами, які його здійснюють і в залежності від мети, поставленої перед аналітиками порядок та стадії аналізу ефективності використання нематеріальних ресурсів можуть змінюватися;

– дотримуватися системного підходу при аналізі ефективності використання нематеріальних активів підприємства, оскільки лише системний підхід дозволить найоптимальніше та найефективніше забезпечити наявність та рух нематеріальних активів на підприємстві. Системне дослідження

нематеріальний активів дозволить розглянути їх, як певну множину елементів, взаємозв'язок яких обумовлено обумовлює цілісні властивості цієї множини. Основний акцент робиться на виявлення множини зв'язків і відношень, які мають місце як у середині об'єкта, так і у його відношеннях із зовнішнім оточенням. Властивості нематеріальних активів, як цілісної системи, визначаються не стільки додаванням властивостей окремих його елементів, як властивостях їх структури, особливими системо утворюючими та інтеграційними зв'язками;

– у результаті проведеного аналізу визначити можливі шляхи підвищення ефективності використання нематеріальних активів, зокрема: дотримання підприємством власної стратегії технічного, організаційного та економічного розвитку; переорієнтація на максимальне технічне переозброєння й реконструкцію; систематичне оновлення технологічної бази взаємопов'язаних виробничих ланок підприємства та багато інших шляхів та способів, які дадуть змогу покращити стан підприємства, а також основні показники ефективності використання нематеріальних активів [5, с. 120-121].

Висновки з проведеного дослідження. Дослідженнями встановлено, що проведення якісного аудиту нематеріальних активів значною мірою пов'язане із методикою проведення аудиту. Аудитор повинен дотримуватися методики проведення аудиту нематеріальних активів, яка впливає на якість аудиту і надання аудиторських послуг. Що вище якість інформації, сформованої в системі бухгалтерського обліку, то вище якість проведеного аудиту, а також вище впевненість користувача в професійній думці аудитора для правильності прийняття та здійснення економічних рішень в майбутньому.

У сучасних умовах для українських підприємств необхідною є розробка методики контролю ефективності використання нематеріальних активів, яка буде враховувати особливості та традиції розвитку національної системи бухгалтерського обліку, напрацювання вітчизняних вчених у сфері господарського контролю та економічного аналізу, а також усі позитивні сторони вищерозглянутих підходів, що можуть бути застосовані вітчизняними підприємствами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андросова О.Ф., Калугіна К.А. Методика аудиту основних засобів і нематеріальних активів та її вплив на якість аудита / О.Ф. Андросова, К.А. Калугіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 3. – С. 250-255.

2. Закон України «Про аудиторську діяльність». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12

3. Карп'як Я.С. Організація аудиторської перевірки нематеріальних активів промислових підприємств / Я.С. Карп'як, Л.І. РІжко, О.Я. Карп'як // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 721. – С. 99-102.

4. Кундря-Висоцька О.П. Особливості аудиту об'єктів інтелектуальної власності у вітчизняній практиці / О. П. Кундря-Висоцька, І. М. Вагнер // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2016. – Вип. 2. – С. 146-150.

5. Левченко Н.М. Удосконалення методики аудиту нематеріальних активів з метою систематизації результатів аудиторських процедур / Н.М. Левченко, Н.С. Понікарова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т.1. – С. 118-121.

6. Назаренко Т.П. Організація та методика аудиту нематеріальних активів / Т.П. Назаренко, М.В. Симура // Економіка і суспільство. – 2016. – №7. – С. 957-962.

7. Олендій О.Т. Методичні засади проведення аудиту нематеріальних активів / О.Т. Олендій, І.К. Шушакова // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – №5. – С. 291-297.

8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99.

9. Сизоненко О.В. Методичні особливості аудиту нематеріальних активів / О.В. Сизоненко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1893

10. Юрківська Л.Й. Аудит ефективності нематеріальних активів: аналіз існуючих підходів / Л.Й Юрківська, О.Л. Біляченко // Вісник ЖДТУ. – 2011.– № 2 (56). – С. 217-220.

REFERENCES:

1. Androsova O.F., Kaluhina K.A. Metodyka audytu osnovnykh zasobiv i nematerialnykh aktyviv ta yii vplyv na yakist audyta / O.F. Androsova, K.A. Kaluhina // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2011. – # 3. – S. 250-255.

2. Zakon Ukrainy «Pro audytorsku diialnist». – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3125-12

3. Karpiak Ya.S. Orhanizatsiia audytorskoi perevirky nematerialnykh aktyviv promyslovykh pidpryiemstv / Ya.S. Karpiak, L.I. RIzhko, O.Ya. Karpiak // Visnyk natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". – 2012. – # 721. – S. 99-102.

4. Kundria-Vysotska O.P. Osoblyvosti audytu obiektiv intelektualnoi vlasnosti u vitchyznianii praktytsi / O. P. Kundria-Vysotska, I. M. Vahner // Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. – 2016. – Vyp. 2. – S. 146-150.

5. Levchenko N.M. Udoskonalennia metodyky audytu nematerialnykh aktyviv z metoiu systematyzatsii rezultativ audytorskykh protsedur / N.M. Levchenko, N.S. Ponikarova // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2011. – # 2. – T.1. – S. 118-121.

6. Nazarenko T.P. Orhanizatsiia ta metodyka audytu nematerialnykh aktyviv / T.P. Nazarenko, M.V. Symura // Ekonomika i suspilstvo. – 2016. – #7. – S.957-962.

7. Olendii O.T. Metodychni zasady provedennia audytu nematerialnykh aktyviv / O.T. Olendii, I.K. Shushakova // Vseukrainskyi naukovo-vyrobnychyi

zhurnal «Innovatsiina ekonomika». – 2013. – #5. – S. 291-297.

8. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 8 "Nematerialni aktyvy" – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99.

9. Syzonenko O.V. Metodychni osoblyvosti audytu nematerialnykh aktyviv / O.V. Syzonenko // Elektronne naukove fakhove vydannia "Efektyvna ekonomika" – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1893

10. Yurkivska L.Y. Audyt efektyvnosti nematerialnykh aktyviv: analiz isnuiuchykh pidkhodiv / L.Y Yurkivska, O.L. Biliachenko // Visnyk ZhDTU. – 2011.– # 2 (56). – S. 217-220.

Chuhrii N.A.
Research Scholar of Sector of Innovation
Providing and Intellectual Property
Donetsk State Agricultural Experiment Station of NAAS of Ukraine

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF AUDITING INTANGIBLE ASSETS

In the process of market relations in Ukraine intangible assets occupy an increasing share of the assets. As intangible assets affecting the competitiveness and investment attractiveness, the question arises as to monitor their use. Research has established that the audit of intangible assets prevents any problems caused by the specific object of the audit and the lack of developed technique.

The purpose of the audit of intangible assets is the formation of a professional audit opinion on the reliability of the raw data on the facts of economic life, completeness and timeliness of the data reflected in the accounting records and accuracy of their reflection in the financial statements.

The quality audit of intangible assets is closely linked with the methodology of the audit. The auditor should comply with audit techniques intangibles that affect audit quality and audit services. The higher the quality of information in the existing accounting system, the higher the quality of the audit, as well as higher professional user confidence in the correctness Opinion adopt and implement economic decisions in the future.

An important role during the audit takes performance audit of intangible assets, for which the auditor uses analytical procedures. The most famous concept of efficiency audit of intangible assets is the so-called concept of "Audit intellectual capital" E. Brooking.

It should also be added that an audit of intellectual property is one of the most necessary and effective tool to reduce risks and protect the interests of the parties during both large transactions and transactions where intangibles company takes a leading role.

In modern conditions necessary for Ukrainian companies is to develop methods for monitoring the effectiveness of intangible assets that will be taken into account and traditions of the national accounting system, achievements of local scientists in the field of economic control and economic analysis.

ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (СУКУПНІ ДОХОДИ) ДЛЯ УПРАВЛІННЯ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ

FORMING INDICATORS OF THE INCOME STATEMENT (TOTAL REVENUE) FOR THE MANAGEMENT: ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES

УДК 657:658.3.07

Шеверя Я.В.
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Ужгородський національний університет
Ганусич В.О.
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Ужгородський національний університет

У статті досліджені теоретичні засади організації і методики формування показників звіту про фінансові результати діяльності підприємства, визначені основні проблемні моменти та запропонована форма їх сучасного розкриття у фінансовій звітності для максимального використання у процесі управління підприємством та з метою підвищення ефективності прийняття рішень на їх основі в умовах глобалізації економіки.
Ключові слова: *доходи, витрати, фінансові результати, облік, сукупний дохід, звіт про фінансові результати, управління, ефективність, прибуток.*

В статье исследованы теоретические основы организации и методики формирования показателей отчета о финансовых результатах деятельности предприятия, определены основные проблемные моменты и предложена форма их современного раскрытия в финансовой отчетности для максимального использования в процессе управления предприятием и с целью повышения эффективности принятия решений на их основании в условиях глобализации экономики.
Ключевые слова: *доходы, расходы, финансовые результаты, учет, совокупный доход, отчет о финансовых результатах, управление, эффективность, прибыль.*

The article studies theoretical foundations of the organization and methodology of formation of indicators of income statement of an enterprise, determines the main problem points, and proposes a form of their timely disclosure in the financial statement for the maximum use in the process of the enterprise management and for the purpose of increasing efficiency of making decisions on its basis in terms of globalization of the economy.
Key words: *incomes, expenses, financial results, accounting, total revenue, income statement, management, efficiency, profit.*

Постановка проблеми. Інтеграція вітчизняної економіки у світовий економічний простір на засадах партнерства потребує проведення поглиблених досліджень теоретико-організаційного, методичного і практичного характеру, спрямованих на підвищення ефективності управління. В умовах ринкової економіки основним показником ефективності господарювання є прибуток, що визначається, як головний фактор, який вимагає вирішення ряду проблем з удосконалення організації і методики формування фінансових результатів з метою надання надійного обліково-аналітичного фундаменту для підвищення економічної результативності та управління підприємством.

У таких умовах **актуальними** є дослідження, спрямовані на удосконалення організації і методики бухгалтерського обліку та розкриття інформації про операції, які визначають формування показників звіту про фінансові результати діяльності підприємства, як основу інформаційного забезпечення процесу управління і прийняття рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації бухгалтерського обліку формування фінансових результатів досліджували ряд вчених, серед яких: Л. Флорі, Г. Сімон, Є.Є. Сіверс, В.Г. Макаров, В.Ф. Палій, Я.В. Соколов, Л.А. Лахтіонова, В.В. Ковальов, А.В. Грачов. Значний внесок у вивчення питань методики обліку доходів і витрат внесли також українські вчені – О.С. Бородкін, Г.Г. Кірейцев, М.В. Кужельний, В.Г. Линник, В.В. Сопко, Ю.І. Осадчий, М.Г. Чумаченько, Ю.А. Кузьмінський, Є.В. Мних, В.Г. Швець та інші. Значний внесок у вирішення проблеми щодо уточнення порядку визначення фінансових результатів на підприємствах, формування якісної облікової інформації про фінансові результати та використання її для прийняття ефективних управлінських рішень внесли відомі вітчизняні та зарубіжні вченні: І.О.Бланк, Ф.Ф. Бутинець, Ю.А. Верига, З.Г. Гуцайлюк, Б.І. Валуєв, М.Т. Білуха, О.С. Бородкін, А.М. Герасимович та ін. Однак, слід зазначити, що з розвитком ринкових відносин висувається нові вимоги до підвищення якості до процесу формування облікової інформації про фінансові результати діяльності з боку не тільки зовнішніх, але і внутрішніх користувачів, підвищення прозорості та аналітичності відповідної фінансової звітності і покращення її характеристик і придатності для використання у процесі управління.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та удосконаленні організації і методики бухгалтерського обліку і формування та розкриття інформації про фінансові результати (сукупні доходи) на підприємстві, яка придатна для управління в сучасних умовах глобалізаційних процесів економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання найбільший інтерес користувачів звітності підприємства проявляється до інформації, що визначає показники фінансових результатів. Розуміння сутності та

вдосконалення облікового відображення фінансових результатів діяльності підприємств та прийняття ефективних управлінських рішень щодо подальшого їх розвитку – головна передумова підвищення ефективності управління діяльністю підприємства.

Логічно, що ефективність управління діяльністю підприємств залежить не тільки від вирішення організаційних заходів, але і від наявності якісної, своєчасної та достатньо аналітичної облікової інформації про формування показників звіту про фінансові результати. Наведені вимоги можна досягти не лише дотриманням діючих законодавчих і нормативно-правових актів, але і високим рівнем організації та методики бухгалтерського обліку формування показників, що характеризують фінансові результати. З метою удосконалення методології складання фінансової звітності про фінансові результати пропонуємо поетапне формування облікової політики, що передбачає послідовність, в якій кожний етап забезпечує здійснення наступного (рис. 1) [15].

Сучасні тенденції розвитку бухгалтерської фінансової звітності передбачають посилення акценту на примітках і поясненнях до бухгалтерської фінансової звітності, основною метою яких є розкриття, внесення коректив, уточнення і доповнення інформації, яка розкривається в основних звітних формах. Удосконалення приміток і пояснень повинно полягати перш за все в їх прив'язці до основних форм, що підвищить їх аналітичну цінність. Важливим напрямом підвищення рівня аналітичності фінансової звітності має стати правильна побудова її форми таким чином, щоб максимально полегшити вивчення відображених в них господарських взаємозв'язків.

Основні вимоги до фінансової звітності викладно в законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні від 16.07.99 р. № 996-XIV [1] та в Національному положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затвердженому наказом Мінфіну України від 07.02.13. №73 [2]. Зміст статей фінансової звітності розкрито у Методичних рекомендаціях щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджених наказом Мінфіну України від 28.03.13. № 433 [3]. Методологічні аспекти обліку доходів і витрат регулюються П(С) БО 15 «Доходи» [4] та П(С)БО 16 «Витрати» [5] відповідно. Порядок визнання доходів й витрат та їх відображення у Звіті про фінансові результати зображено на рисунку 2. Згідно із Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку №1 чинна форма Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) складається з чотирьох розділів.

І розділ Звіту про фінансові результати призначений для відображення інформації про доходи і

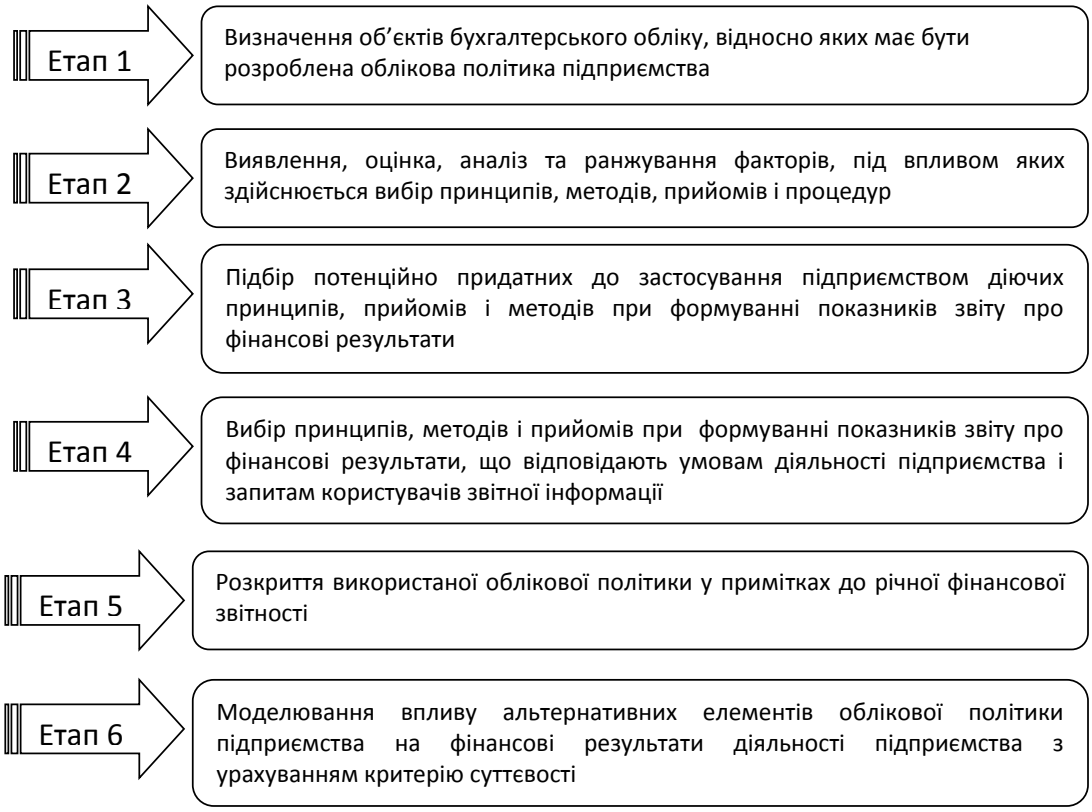


Рис. 1. Алгоритм формування впливу облікової політики підприємства на показники звіту про фінансові результати діяльності підприємства

витрати від операційної, фінансової, інвестиційної діяльності та про фінансовий результат діяльності – чистий прибуток (збиток). Порядок визначення чистого фінансового результату прибуток (збиток) відображений на рис. 2.

Звіт про фінансові результати, як правило, хронологічно складається після Балансу та має узгоджуватися з ним за показниками результатів діяльності. Для перевірки відповідності цих звітних форм застосовують формулу 1:

$$Ч_{фр} = НПк – НПп ± КП + РП , \quad (1)$$

$Ч_{фр}$ – чистий фінансовий результат (прибуток (збиток)) (форма №2); НПк, НПп – нерозподілені прибутки (непокриті збитки) відповідно на кінець і початок звітного періоду (форма №1); КП – коригування нерозподіленого прибутку внаслідок виправлення помилок минулих звітних періодів, зміни облікової політики, інших змін (форма №4); РП – розподіл прибутку внаслідок виплати дивідендів, здійснення відрахувань до резервного капіталу, спрямування прибутку до статутного капіталу (форма №4).

До чинної форми Звіту про фінансові результати, за потреби, можна додавати статті з переліку, наведеного в додатку 3 до НП(С)БО 1 зі збереженням відповідного коду (табл. 1). При цьому додаткова стаття має відповідати таким критеріям:

– інформація є суттєвою;
– оцінка статті може бути достовірно визначена.

Згідно НП(С)БО 1, суттєва інформація – відомості, відсутність яких може вплинути на рішення користувачів фінансової звітності.

II розділ Звіту «Сукупний дохід» призначений для відображення інформації про доходи і

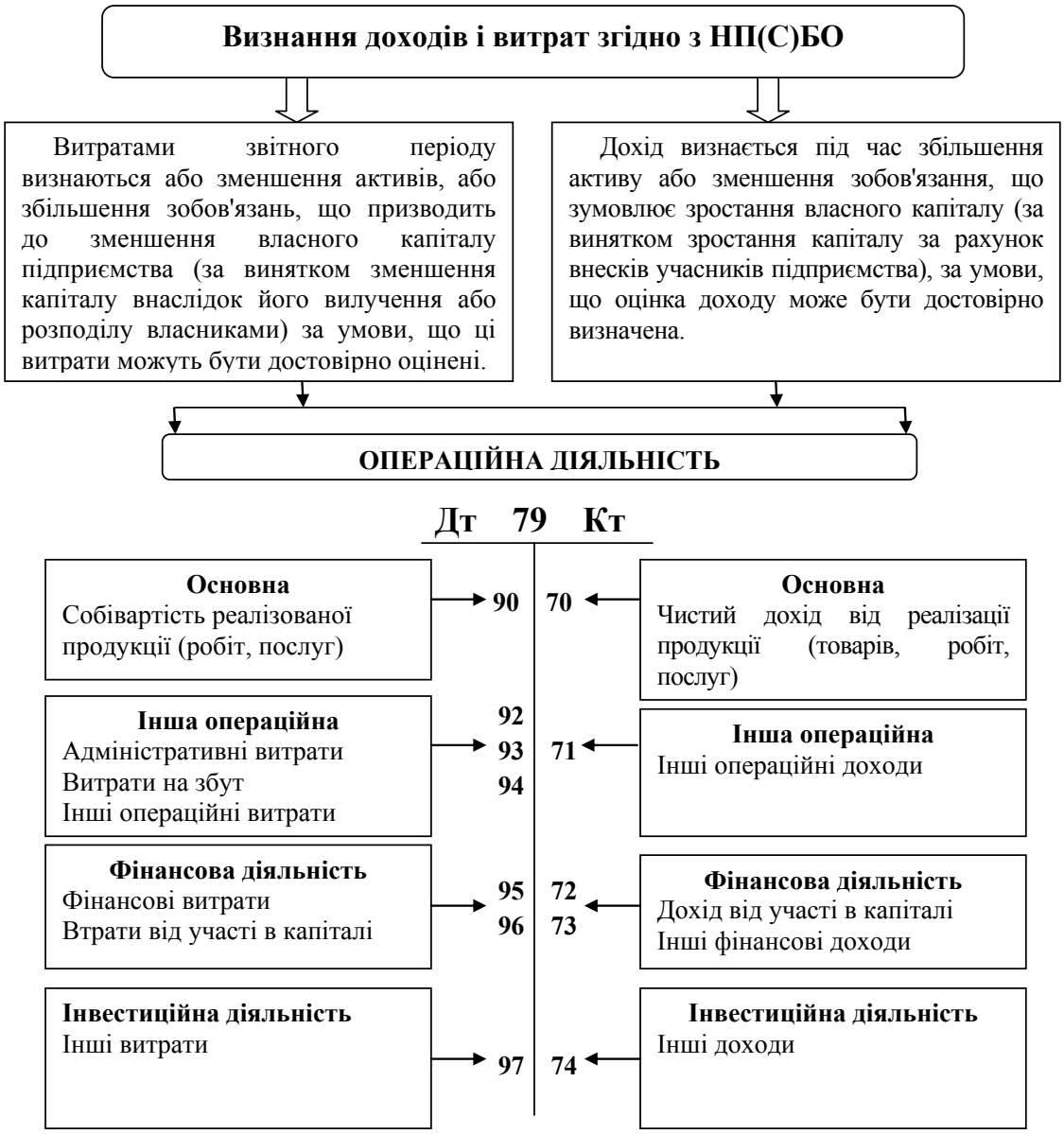


Рис. 2. Порядок визнання доходів й витрат та їх відображення у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід)

Таблиця 1

Перелік додаткових статей фінансової звітності

Стосуються основної діяльності	Чисті зароблені страхові премії	2010
	Премії підписані, валова сума	2011
	Премії, передані у перестрахування	2012
	Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013
	Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014
	Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070
Стосуються іншої операційної діяльності	Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105
	Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110
	Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111
	Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112
	Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121
	Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122
	Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181
	Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182
Стосуються іншої діяльності	Дохід від благодійної допомоги	2241
	Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275

витрати, отримані у результаті переоцінювання необоротних активів, фінансових інструментів та монетарних статей балансу. У відповідності до НП(С) БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» інший сукупний доход – це доходи та витрати, не включені до фінансових результатів підприємства. Другий розділ «Сукупний дохід» введено з метою приведення у відповідність показників фінансової звітності до норм міжнародних стандартів.

Концепції збереження капіталу, викладені у Концептуальних основах складання фінансової звітності [6], передбачають, що деякі операції, які відповідають визначенню доходів та витрат (наприклад, переоцінка активів і зобов'язань), не входять до складу звіту про прибутки та збитки. Замість цього дані статті відносяться до складу власного капіталу, як коригування збереження капіталу або, як резерви переоцінки. У зв'язку з цим виникає поняття загального сукупного доходу. Воно розкривається в Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» [7].

В українському перекладі міжнародних стандартів бухгалтерського обліку припущено ряд суттєвих неточностей щодо визначення поняття сукупного доходу, на що вказує зокрема А. Ілочап. У нинішньому перекладі МСБО 1 показник «comprehensive income» фігурує і як «сукупний прибуток», і як «сукупний дохід» [9]. Тобто, в одному нормативному тексті змішано два варіанти перекладу. Це чинить суттєві перешкоди для розуміння цього показника, його вивчення можливо лише за текстом стандартів на мові оригіналу.

Сукупний дохід, згідно НП(С)БО 1 [2], – зміни у власному капіталі протягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій з власниками).

З визначення випливає, що не всі операції, пов'язані із зміною в елементах власного капіталу формують сукупний дохід, зокрема, до нього не включаються: зміни у власному капіталі, за рахунок операцій з власниками, Зміни у структурі власного капіталу, наприклад, здійснення відрахувань до резервного капіталу за рахунок нерозподіленого прибутку, коригування власного капіталу на початок року у зв'язку із зміною облікової політики чи виправленням помилок минулих звітних періодів.

Господарські операції з елементами власного капіталу, які впливають на сукупний дохід, утворюють дві групи: доходи і витрати, які формують чистий фінансовий результат та обліковуються на рахунках 7 і 9 класів; інший сукупний дохід.

Інший сукупний дохід, згідно НП(С)БО 1, – доходи і витрати, які не включені до фінансових результатів підприємства. До них віднесені: дооцінка (уцінка) необоротних активів; дооцінка (уцінка) фінансових інструментів; накопичені курсові різниці (які виникають за фінансовими інвестиціями у господарські одиниці за межами України); частка іншого сукупного доходу асоційованих і спільних підприємств; інший сукупний дохід. Причому виникають питання щодо останньої складової (інших елементів сукупного доходу, які не увійшли у наведений перелік). Ні в НП(С)БО 1, ні у Методичних рекомендаціях щодо заповнення форм фінансової звітності [3] жодних пояснень стосовно цієї статті не наведено. Користуючись визначенням інших сукупних доходів та Інструкцією про застосування плану рахунків [8], можна окреслити такий їх перелік:

– вартість безоплатно отриманих необоротних активів;

– капітал у сумі вартості необоротних активів, отриманих за договором оренди цілісних майнових комплексів, з наступним коригуванням при вибутті такого капіталу.

Отже, формула для визначення сукупного доходу (СД) має вигляд:

$$СД = ЧФР + ІСД , \quad (2)$$

де ЧФР – чистий фінансовий результат, ІСД – інший сукупний дохід після оподаткування.

На відміну від міжнародних стандартів, у вітчизняних нормативних актах немає жодних пояснень щодо податку на прибуток, пов'язаного з іншим сукупним доходом. Не зрозуміло, в якій графі Звіту про власний капітал має відображатися його сума. А без її відображення дані звіту будуть не коректними, оскільки податок на прибуток вираховується з показника Інший сукупний дохід до оподаткування.

Ряд авторів вказує на неспівставність форм фінансової звітності внаслідок некоректного відображення податку на прибуток, пов'язаного з іншим сукупним доходом, зокрема Н. В. Прохар [10, с. 345], О.В. Кунченко [11], Н.П. Кузик, О.А. Боярова, І.М. Подольська [12, с. 405]. В умовах відсутності додаткових роз'яснень з боку Міністерства фінансів податок на прибуток пов'язаний з іншим сукупним доходом, при відображенні у Звіті про власний капітал доречно віднімати від статті, у зв'язку з якою він був нарахований. Отже, до відповідної графи звіту попаде згорнута сума іншого сукупного доходу та податку на прибуток, який з нею пов'язаний.

Ретельнішого роз'яснення з боку контролюючих органів вимагає і облік нарахування такого податку на прибуток. Нині нарахування будь-якого податку на прибуток відбувається по дебету 98 рахунку «Податок на прибуток» із закриттям у кінці звітного періоду на рахунок 79 «Фінансові результати», залишок за яким у свою чергу відноситься на рахунок 44 «Нерозподілений прибуток (непокриті збитки)». Для правильного відображення податку на прибуток, пов'язаного з сукупним доходом, в обліку і звітності необхідно виокремити ці суми, обліковувати їх на окремому субрахунку до 98 рахунку та не включати до першого розділу Звіту про фінансові результати. Інакше, порушиться зіставність двох основних звітних форм – Балансу та Звіту про фінансові результати (в частині узгодження по показниках Нерозподілені прибутки (непокриті збитки), який відображає залишки по 44 рахунку, та чистий фінансовий результат).

Другим варіантом окремого відображення податку на прибуток, пов'язаного з іншим сукупним доходом, у звітності є безпосереднє його врахування на окремих субрахунках відповідних рахунків власного капіталу, у в'язку з якими він нарахований (тобто частина податку на прибуток на витрати не попадає). У такому випадку Баланс і Звіт про фінансові результати будуть узгоджені.

К. В. Безверхий [13; 14] у своїх дослідженнях звертає увагу на ряд недоліків, зокрема: у МСБО 1 «Подання фінансової звітності» коректно надано склад і структуру іншого сукупного доходу тоді, як вітчизняна практика наразі відрізняється серйозною методологічною помилкою у частині пропозиції рядка 2445 «Інший сукупний дохід», який являє собою безсистемне неупорядковане накопичення інформації, яка піддається критиці з точки зору доцільності та відповідності. Внаслідок цього практики з питань ведення бухгалтерського обліку, які керуються у своїй роботі вітчизняними П(С)БО та не є досвідченими у питанні формування показника сукупного доходу, матимуть наразі складності в їх роботі, причина чого – недосконала структура другого розділу т. ф. № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)».

Головним завданням бухгалтерського обліку фінансового результату діяльності підприємства є забезпечення прозорості та достовірності його формування, що значним чином залежить від обґрунтованого співставлення доходів та витрат від різних видів діяльності. Виходячи з цього, вважаємо за необхідне привести у відповідність субрахунки для обліку фінансових результатів рахункам обліку доходів і витрат, що визначені Інструкцією № 291, на основі яких формується кінцевий результат діяльності підприємства. Для прийняття обґрунтованих управлінських рішень керівництво підприємства потребує більш детальної інформації про фінансові результати діяльності даного підприємства за певний звітний період. Тому вважаємо за необхідне на підприємствах здійснювати розмежування фінансового результату від операційної діяльності на фінансовий результат від основної діяльності та фінансовий результат від іншої операційної діяльності та здійснювати їх відокремлений облік (див. фрагмент Звіту, табл. 2).

Висновки з проведеного дослідження. Чинна форма звіту про фінансові результати не містить достатньої аналітики, оскільки показники доходів та витрат за різними видами діяльності сумують в один показник. Запропоновані підходи до формування показників Звіту про фінансові результати (Сукупний дохід) покращать отримання оперативної й точної інформації про фінансові результати на підприємствах та полягають у наступному:

1. Встановлено нераціональну організацію процедури визначення фінансових результатів від різних видів діяльності підприємства, що полягає у невідповідності назв рахунків доходів, витрат та фінансових результатів від різних видів діяльності та неможливості їх співставлення.

2. Обґрунтовано необхідність підвищення інформативності обліку фінансових результатів на

Таблиця 2

Запропонована форма звіту про фінансові результати діяльності підприємства для підвищення аналітичності розкриття інформації про доходи та витрати підприємства

Підприємство ТзОВ «Інвест Девелопмент»
(найменування)

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 12 місяців 2016 р.
І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період[1]
1	2	3
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг):	2000	29346
Чистий дохід від реалізації продукції	2001	21384,3
Чистий дохід від реалізації товарів	2002	6525,55
Чистий дохід від реалізації робіт та послуг	2003	1436,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг):	2050	(24602)
Собівартість реалізованої продукції	2051	(16445,7)
Собівартість реалізованої товарів	2052	(4799,16)
Собівартість реалізованої робіт та послуг	2053	(3357,4)
Валовий:		
прибуток	2090	4744
збиток	2095	( )
Валовий:		
прибуток від реалізації продукції	2091	4939
збиток від реалізації продукції	2096	( )
Валовий:		
Прибуток від реалізації товарів	2092	1726,4
збиток від реалізації товарів	2097	( )
Валовий:		
прибуток від реалізації робіт та послуг	2093	
збиток від реалізації робіт та послуг	2098	(1921,3)

підприємствах шляхом організації і ведення бухгалтерського обліку за окремими видами діяльності та запропоновано використання аналітичних рахунків до рахунку 79 «Фінансові результати», які враховують специфіку діяльності підприємств.

3. Визначено недоліки діючої форми Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) та обґрунтовано необхідність удосконалення форми Звіту в частині змісту статей з урахуванням специфіки діяльності підприємств. Запропонований напрям удосконалення струк¬тури Звіту про фінансові результати полягає у ві¬дображенні фінансових результатів від різних видів діяльності та поетапному визначенні кінцевого фінансового результату. Якість прийняття управлінських рішень щодо фінансових результатів залежить від інформації, що формується в системі бухгалтерського обліку. Недостатнім є лише списання на відповідні субрахунки з обліку фінансових результатів доходів та витрат певного напряму діяльності. Потрібно визначення результату (прибутку чи збитку) за кожним видом діяльності, що в кінцевому підсумку формує єдиний якісний результат діяльності підприємства.

4. Дослідження методики обліку та відображення у звітності сукупного доходу підприємства згідно НП(С)БО1 дозволило виявити суттєві прогалини у нормативному регулюванні, зокрема:

– потребує додаткового роз'яснення склад статті Інші сукупні доходи (ІІ розділ форми 2) (вище пропонується перелік операцій, які доцільно включати до цієї статті);

– достатньо суперечливим є облік та відображення у фінансовій звітності податку на прибуток, пов'язаного з іншими сукупними доходами.

На відміну від міжнародних стандартів, вітчизняні не вимагають проводити коригування при рекласифікації доходів та витрат, а також розкривати суму податку на прибуток щодо кожного компонента іншого сукупного доходу.

Від об'єктивності, достовірності та повноти інформації про фінансові результати залежить переважна частина управлінських рішень користувачів фінансової звітності. Наведене визначає необхідність проводити подальші дослідження та удосконалювати методику бухгалтерського обліку доходів, витрат та фінансових результатів з урахуванням міжнародного досвіду та практики застосування МСФЗ в Україні.

[1] Фрагмент звіту заповнений на основі аналітичної управлінської інформації та фінансової звітності підприємства ТОВ «Інвест Девелопмент» за 2016 рік.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 „Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.13. №73.
3. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджені наказом Міністерства фінансів від 28.03.13. № 433.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджено наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29.11.99.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджено наказом Міністерства фінансів України №318 від 31.12.99.
6. Концептуальна основа фінансової звітності // [Електронний ресурс] Режим доступу – http://www.minfin.gov.ua/file/link/392433/file/c.pdf
7. Міжнародний стандарт фінансового обліку 1 «Подання фінансової звітності» // [Електронний ресурс] Режим доступу – http://www.minfin.gov.ua/file/link/392433/file/c.pdf
8. Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99. р. № 291.
9. Ілочап А. Якість українського перекладу МСФЗ / А. Ілочап. – // El-бухгалтер, 2012. – № 4.
10. Прохар Н. В. Особливості та дискусійні аспекти фінансової звітності відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку / Н. В. Прохар // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – Вип. 23. – Кіровоград: КНТУ, 2013. – С. 341–345.
11. Кунченко О.В. Розширення інформаційної бази прийняття управлінських рішень на основі фінансової звітності // [Електронний ресурс] Режим доступу – http://conf-men.net.ua/pdfs/1-inet-conf/5-section/Kunchenko.pdf
12. Кузик Н.П. Особливості формування показників звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід) / Н.П. Кузик, О.А. Боярова, І.М Подольська. – // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10(3). – С. 400-406.
13. Безверхий К.В. Концептуальні основи формування фінансової звітності відповідно до НП(С)БО 1 / К.В. Безверхий. – // Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. – 2013. – № 1. – С. 22-28.
14. Безверхий К. Фінансова звітність за МСФЗ: міфологія від мінфіну / К. Безверхий // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 2. – С. 8–11.
15. Стригуль Л.С., Остапенко В.П. Актуальні проблеми системного підходу до організації обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності підприємства // Вісник НТУ «ХПІ». – № 37 (1080). – 2014. – С. 116-118.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy „Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini vid 16.07.99 r. # 996-XIV
2. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 1 „Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti», zatverdzhene nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.02.13. #73.
3. Metodychni rekomendatsii shchodo zapovnennia form finansovoi zvitnosti, zatverdzheni nakazom Ministerstva finansiv vid 28.03.13. # 433.
4. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 15 «Dokhid», zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy # 290 vid 29.11.99.
5. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 16 «Vytraty», zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy #318 vid 31.12.99.
6. Kontseptualna osnova finansovoi zvitnosti // [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu – http://www.minfin.gov.ua/file/link/392433/file/c.pdf
7. Mizhnarodnyi standart finansovoho obliku 1 «Podannia finansovoi zvitnosti» // [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu – http://www.minfin.gov.ua/file/link/392433/file/c.pdf
8. Instruktsiia pro zastosuvannia planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku aktyviv, kapitalu, zoboviazan i hospodarskykh operatsii pidpryiemstv i orhanizatsii, zatverdzhena nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.11.99. r. # 291.
9. Ilochap A. Yakist ukrainskoho perekladu MSFZ / A. Ilochap. – // El-bukhhalter, 2012. – # 4.
10. Prokhar N. V. Osoblyvosti ta dyskusiini aspekty finansovoi zvitnosti vidpovidno do Natsionalnoho polozhennia (standartu) bukhhalterskoho obliku / N. V. Prokhar // Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – Vyp. 23. – Kirovohrad: KNTU, 2013. – S. 341–345.
11. Kunchenko O.V. Rozshyrennia informatsiinoi bazy pryiniattia upravlinskykh rishen na osnovi finansovoi zvitnosti // [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu – http://conf-men.net.ua/pdfs/1-inet-conf/5-section/Kunchenko.pdf
12. Kuzyk N.P. Osoblyvosti formuvannia pokaznykiv zvitu pro finansovi rezultaty (zvitu pro sukupnyi dokhid) / N.P. Kuzyk, O.A. Boiarova, I.M. Podolska. – // Ekonomichni nauky. Ser.: Oblik i finansy. – 2013. – Vyp. 10(3). – S. 400-406.
13. Bezverkhyi K.V. Kontseptualni osnovy formuvannia finansovoi zvitnosti vidpovidno do NP(S BO 1 / K.V. Bezverkhyi. – // Bukhhalterskyi oblik, analiz ta audyt: problemy teorii, metodolohii, orhanizatsii. – 2013. – #1. – S. 22-28.
14. Bezverkhyi K. Finansova zvitnist za MSFZ: mifolohiia vid minfinu / K. Bezverkhyi // Bukhhalterskyi oblik i audyt. – 2013. – # 2. – C. 8–11.
15. Stryhul L.S., Ostapenko V.P. Aktualni problemy systemnoho pidkhodu do orhanizatsii obliku dokhodiv, vytrat i finansovykh rezultativ diialnosti pidpryiemstva // Visnyk NTU «KhPI». – # 37 (1080). – 2014. – S. 116-118.

Sheveria Ya.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit,
Uzhhorod National University
Hanusych V.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit,
Uzhhorod National University

FORMING INDICATORS OF THE INCOME STATEMENT (COMPREHENSIVE INCOME) FOR THE MANAGEMENT: ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES

In the modern economic conditions, the greatest interest of users of enterprise reporting appears to information that determines the indicators of financial results. The effectiveness of business management depends on the availability of qualitative, timely, and sufficient analytical accounting information on the formation of indicators of financial results.

For the purpose of improving the methodology of financial statements of financial results, we propose a gradual formation of accounting policy, which provides a sequence, in which each stage ensures the implementation of the next one. Modern development trends of accounting financial statements provide for the emphasis on the notes and explanations to the accounting financial statements, the main purpose of which is the disclosure, adjustment, clarification, and addition of information, which is disclosed in the main reporting forms. Improvement of notes and explanations should consist above all of their attachment to the main forms, which will increase their analytical value.

The Ukrainian translation of international accounting standards assumes a number of significant inaccuracies in the definition of a concept of comprehensive income. This raises serious obstacles to the understanding of this indicator, and its study is possible only by the text of standards in the original language. Unlike international standards, domestic regulations do not have any explanation for the income tax associated with other comprehensive income. It is not clear what column of the Equity Statement should show its amount. And without its presentation, the report data will not be correct; the comparability of the two main reporting forms – the Balance Sheet and the Financial Results Statement – is violated.

The main task of accounting for the financial performance of an enterprise is to ensure the transparency and reliability of its formation, which depends to a large extent on a reasonable comparison of income and expenses from different types of activities. On this basis, we consider it necessary to bring subaccounts for an accounting of financial results in compliance with the accounts of income and expenses. It is important to distinguish the financial result from operating activities, the financial result of the principal activity, and the financial result from other operations, and carry out their separate accounting.

The proposed approaches to the formation of indicators of financial results (comprehensive income) will improve the availability of timely and accurate information about financial results of enterprises.

РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНИХ КОЛИВАНЬ НА СТАН СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

STUDY OF ECONOMIC FLUCTUATIONS ON THE SOCIO-ECONOMIC SYSTEM

УДК 338.22.021.4

Кудрицька Ж.В.
к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики
Національний авіаційний університет
Різник В.В.
магістр
Національний авіаційний університет

Статтю присвячено дослідженню коливань інфляційних процесів в Україні в умовах циклічності. У статті розглянуто етапи розвитку інфляційного процесу, виділено закономірності розвитку інфляції в Україні, а також охарактеризовано зв'язок інфляційних та циклічних коливань соціально-економічної системи України.

Ключові слова: *інфляція, інфляційні процеси, соціально-економічна система, інфляційні коливання, циклічність.*

Статья посвящена исследованию колебаний инфляционных процессов в Украине в условиях цикличности. В статье рассмотрены этапы развития инфляционного процесса, выделены закономерности развития инфляции в Украине, а также охарактеризованы связь инфляционных и циклических колебаний социально-экономической системы Украины.

Ключевые слова: *инфляция, инфляционные процессы, социально-экономическая система, инфляционные колебания, цикличность.*

The article studies the fluctuations of inflation in Ukraine in terms of recurrence. In the article the stages of inflation, isolated patterns of inflation in Ukraine, and also described the relationship of inflation and cyclical fluctuations socio-economic system of Ukraine.

Key words: *inflation, inflation, socio-economic system, inflation fluctuations, cyclicality.*

Постановка проблеми. Одним з найвагоміших завдань, що постали перед урядом України сьогодні, є стабілізація економічних процесів для стабільного розвитку національної економіки. Інфляцію вважають нині найголовнішою загрозою для України, навіть більшою, порівняно зі скороченням темпів економічного розвитку. Саме тому на сучасному етапі розвитку економіки в Україні надзвичайно актуальним є питання щодо форм вияву та закономірностей розвитку інфляції в Україні.

Показники інфляції впливають на всю соціально-економічну, фінансову та банківську політику. З нею пов'язані соціальні питання: індексація пенсій та допомог, зростання заробітної плати тощо; складання економічних програм на мікро- та макрорівнях; визначення процентних ставок, у тому числі облікової ставки Національного банку України; взаємовідносини з міжнародними фінансовими організаціями, які надають великого значення рівню інфляції та виконанню зобов'язань щодо його зниження.

Проблема інфляції посідає важливе місце в економічній науці, оскільки її показники та соціально-економічні наслідки відіграють серйозну роль в оцінці економічної безпеки країни. Актуальність цього питання в сучасних умовах досить очевидна і визначається необхідністю з'ясування форм вияву, етапів розвитку і закономірностей реалізації інфляційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основу теоретичного вивчення інфляційних процесів та методологічну базу аналізу даного явища заклали у своїх працях С. Брю, Р. Габбард, Дж. Гелбрейт, Г. Глен, Х. Джонсон, Е. Дане, Р. Дорнбуш, Ф. Кейган, Дж. М. Кейнс, Р. Коуз, Р. Куєн, Дж. Ло, Дж. Локк, К. Макконелл, Г. Манків, А. Маршалл, Дж. Мілль, В. Нордхаус, А. Піг, Д. Рікардо, Дж. Сакс, П. Самуельсон, Е. Там, Дж. Тобін, У. Торн, Е. Фелпс, І. Фішер, Дж. Френкель, М. Фрідмен, Б. Хансен, Д. Юм та ін. Вітчизняні та зарубіжні вчені досліджували сутність та причини інфляції, показники та засоби вимірювання інфляції, розглядали еволюцію поглядів на сутність та природу походження інфляції, також накопичили достатній досвід з моделювання інфляційних процесів.

Постановка завдання. Проблема інфляції має значні соціально-економічні наслідки, а тому важливим завданням є пошук нових підходів до застосування адекватного математичного інструментарію для оцінки й прогнозування інфляції в умовах фінансової кризи. Зі зміною економічних умов інфляційні процеси потребують принципово нових підходів щодо управління ними та дослідження чинників, які впливають на розвиток інфляційних процесів. Оскільки інфляція є складним багатофакторним явищем, доцільно досліджувати інфляційні процеси загалом, ураховуючи також час, вплив інших економічних факторів, інфляційні очікування тощо.

Методою даної статті є дослідження та виявлення закономірностей розвитку інфляційних процесів в Україні в умовах циклічності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інфляція – це складне багатофакторне явище, яке характеризує порушення відтворювального процесу, виступає результатом макроекономічної

нестабільності, певного дисбалансу між сукупним попитом і сукупною пропозицією і притаманна економіці, що використовує паперово-грошовий обіг [1].

Під інфляційним процесом доцільно розуміти процес поступового зростання цін в економіці країни. Розвиток інфляційного процесу історично, як зазначають Л.Є. Фурдичко та Л.О. Фурдичко проходить два етапи:

на першому з них темпи знецінення паперових грошей відстають від темпів зростання паперової маси, тому дезорганізовуючий вплив інфляції на виробництво, торгівлю, кредит і грошовий обіг виявляється ще не повною мірою. Тимчасово навіть може створюватись специфічно висока кон'юнктура ринку, основою якої насправді є інфляція;

на другому етапі інфляційний процес різко прискорюється, темпи зростання суспільного виробництва починають відставати від знецінення паперових грошей, а інфляційне переповнення каналів грошового обігу стає очевидним [2, с. 31]

Деякі науковці найбільш значними чинниками формування інфляційних процесів в Україні вважають монетарні показники [3], валютний курс, дефіцит бюджету [4], ціни, що встановлюються адміністративно [3], та рівень заробітної плати [2]. Немонетарні фактори інфляції визначають вирішальними представники Національного банку України.

До основних немонетарних факторів В. Литвицький додає ще неврожаї, цінові флуктуації на ринку нафтопродуктів, передвиборчі інфляційні та девальваційні очікування [5]. Безперечно, Україна, як активний споживач імпортованих енергоносіїв, наражається на ризик зовнішньої інфляції, принесеної в економіку через ціни на нафту, нафтопродукти, газ, сировину, що імпортується з-за кордону [6].

О. Щербак вбачає причини інфляції в несприятливих умовах господарювання, бюрократизмі, монополізації економіки [7]. Цікавим дослідженням причин коливань є явище інертності рівня цін в Україні, досліджене О. Білан та М. Россі [8]. Розвитку інфляційного процесу в Україні має певні закономірності (рис. 1).

Розрізняють такі стадії економічного циклу: пожвавлення, зростання, рецесія і депресія [9, с. 417]. Кожна з них має свої риси, що стають характерними для економіки, коли вона входить у ту чи іншу з перерахованих стадій. Останній раз фаза пожвавлення була характерною для України у 1999-2004 рр. [10, с. 51].

Стадія зростання характеризується (2004-2007 рр. [10, с. 51]) тенденціями у економічній сфері такими, як: зростання рівня відсоткової ставки у банківській системі та відповідно вартості виробничих і фінансових активів; збільшення рентабельної діяльності господарських структур, яка досягає свого максимуму порівняно з іншими стадіями економічного циклу.

Для стану рецесії характерне стрімке зростання вартості капіталу та активів, їх ціни досягають максимальних значень, обмежуючи можливості фінансування діяльності суб'єктам господарювання, що не дозволяє їм отримувати високі прибутки та є причиною збитковості багатьох із них [9, с. 417].

Рис. 1. Закономірності розвитку інфляції в Україні

Економічна депресія характеризується падінням рівня відсоткових ставок, вартості активів, рівнів доходів суб'єктів економіки та прибутковості підприємницьких структур [9, с. 417]. Фаза депресії триває в Україні з моменту закінчення першої хвилі світової фінансової кризи 2008-2009 рр., тобто з 2010 р. (рис. 2).

Під час кризи 2008-2009 років падіння реального ВВП супроводжувалося істотним зниженням темпів інфляції, а девальвація гривні з 5,05 до 7,99 грн/дол. не мала принципового впливу на цінову динаміку. У 2010–2011 роках спостерігається відносна стабілізації темпів інфляції у межах 10 %, однак у 2012-2013 роках економіка знов увійшла у фазу рецесії, а інфляція знизилася до історичного мінімуму. З травня 2012-го до жовтня 2013 року річний плинний рівень інфляції коливався у межах від мінус 1,2 % до 0 %, тобто мала місце дефляція. Суттєвий вплив на забезпечення низького темпу інфляції протягом 2010-2013 років мало підтримання стабільного курсу гривні. Цінова кон'юнктура в Україні мала дезінфляційний характер до кінця 2013 року (рис. 3).

Новий девальваційний шок відбувся у лютому 2015 року, коли курс сягнув до 30,01 грн/дол. на офіційному та до 40 грн/дол. на тіньовому ринках та спровокував інтенсивне зростання внутрішніх цін і розвиток галопуючої інфляції (у квітні 2015 року річний рівень інфляції сягнув 60,9 %).

Внаслідок скорочення доходів населення (темпи падіння реальної за-робітної плати у 2015 році досягли свого історичного мінімуму – мінус 30 %), зниження платоспроможного попиту, зокрема через жорстку монетарну політику, на кінець 2015 року темпи зростання цін знизились до 43,3 %, проте залишались у фазі галопуючої інфляції. Продовження дії зазначених вище антиінфляційних чинників, висока база порівняння рівня цін, а також підтримка валютної стабільності призвели до подальшого уповільнення темпів зростання цін. Споживча інфляція у червні 2016 року (у річному вимірі) становила 6,9 %. За збереження існуючої спрямованості монетарної політики зростання ВВП у 2016 році не перевищило 11 %.

У листопаді 2016 року споживча інфляція становила 1.8% м/м, у річному вимірі – сповільнилася до 12.1%. Така динаміка річної інфляції в цілому була очікуваною і відповідала прогнозу Національного банку, опублікованому в Інфляційному звіті (жовтень 2016), що передбачає зростання ІСЦ у 2016 році на 12%.

Сповільнення річної інфляції відбулося завдяки стрімкому зниженню інфляції сирих продуктів харчування, що було більш суттєвим, ніж прогнозувалося. Однак, дещо більшим за прогноз були зростання цін та тарифів, що регулюються адміністративно, а також базова інфляція. Закономірності розвитку інфляційних процесів в Україні систематизовано на рисунку 4.

На рисунку 5 згруповано форми вияву інфляційних процесів в Україні. Аналізуючи причини коливань, можна вважати закономірною інтенсифікацію інфляційних процесів, коли держава стимулює підприємства та населення активно використовувати імпортні товари. Збільшення світових цін на сировину та енергоносії, надходження іноземних позик, валюти, ввезення іноземної валюти з-за кордону і придбання її центральним банком збільшують грошову масу в країні, сприяючи тим самим знеціненню національної валюти, посилюють інфляційні процеси.

А в нашій країні закономірністю та однією з причин посилення інфляції є доларизація економіки. Долар давно став у вітчизняній економіці паралельною до гривні валютою і виконує функцію грошей (наприклад, під час купівлі нерухомості, автомобілів, предметів розкоші).

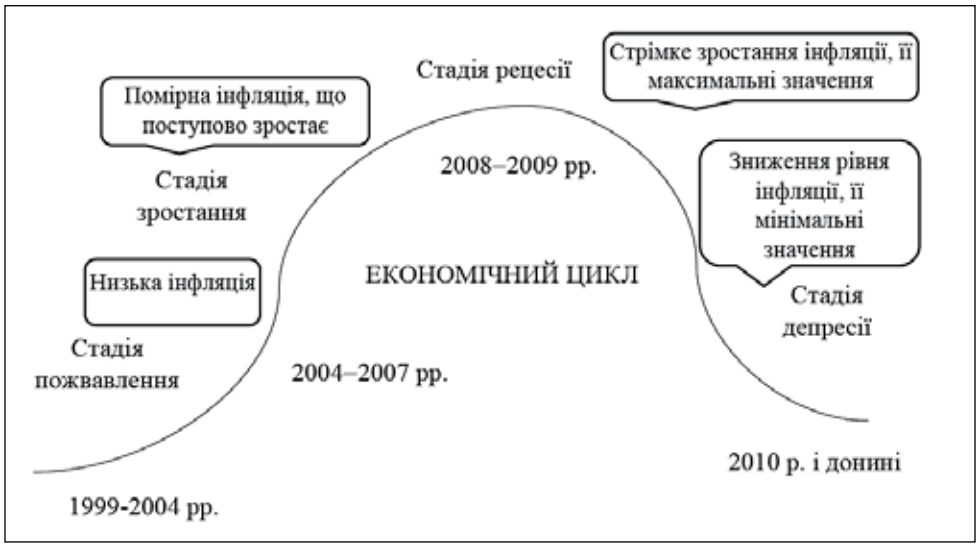


Рис. 2. Зв'язок інфляційних та циклічних коливань СЕС України

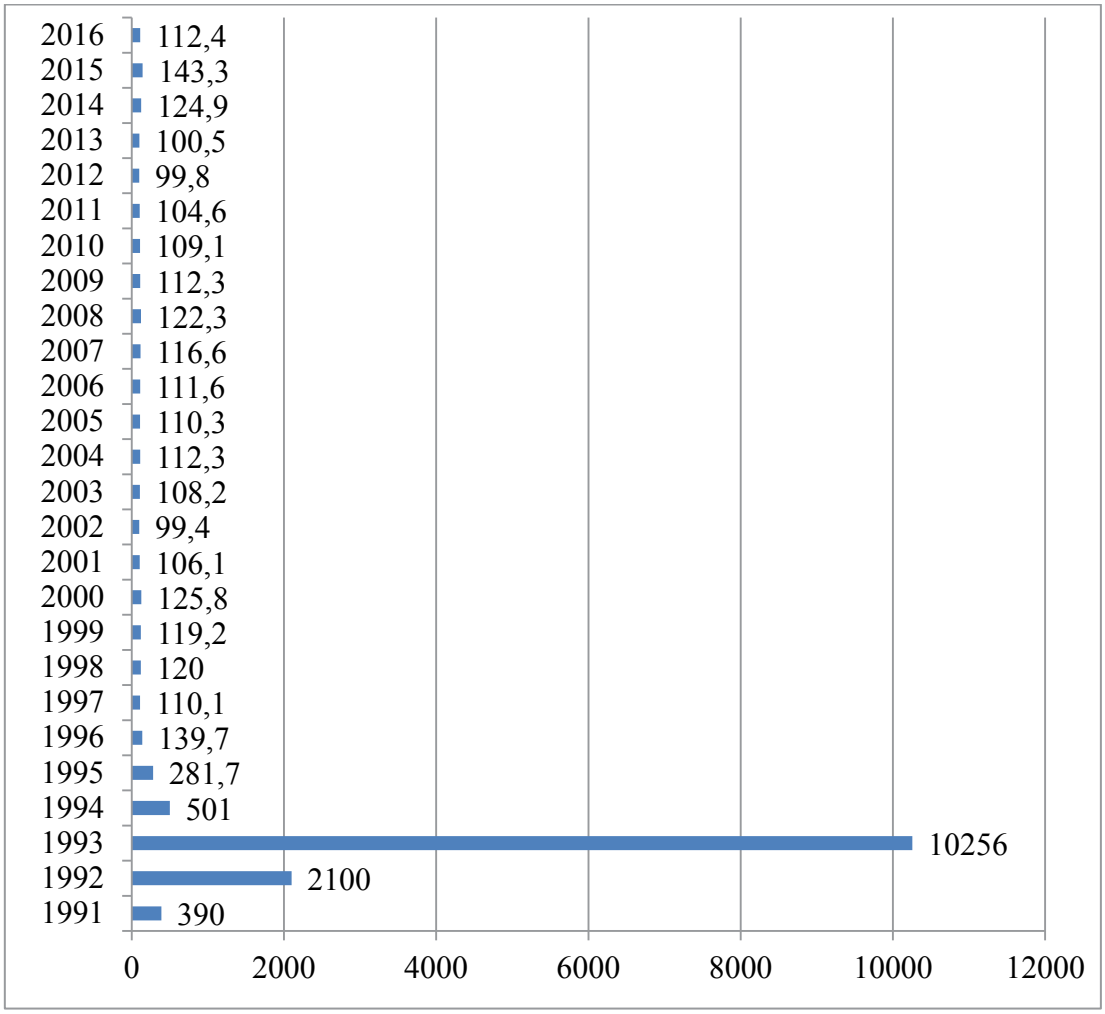


Рис. 3. Динаміка зміни показника індексу інфляції в Україні, 1991-2016 рр.

Джерело: складено авторами на основі [11]

Рис. 4. Закономірності розвитку інфляційних процесів в Україні у найбільш узагальненому вигляді [12; 13]

Рис. 5. Форми вияву інфляції в Україні

Нині для України характерною стала така закономірність інфляційного процесу, як страх і паніка населення щодо того, що національна грошова одиниця незабаром повністю втратить свою купівельну спроможність. Такі адаптивні інфляційні очікування пов'язані з фактом існування політичної нестабільності, з діяльністю засобів масової інформації, втратою довіри до уряду. За умови великих інфляційних очікувань і зростання курсу іноземної валюти, населення воліє тримати свої заощадження не в національній валюті, а у доларах США або євро, що сприяє зростанню курсу цих валют та спекуляції із ними навіть без об'єктивних на те економічних причин [12; 13].

Зростання рівня інфляції в Україні постійно посилюється незбалансованістю державних доходів та витрат, наявністю дефіциту бюджету; широким використанням внутрішніх запозичень з метою покриття бюджетного дефіциту; що призводить до збільшення грошової маси в обігу, а отже, стимулює підвищення цін; зростання маси кредитних ресурсів в обігу внаслідок розширення кредитної системи; випуск в обіг не повністю контрольованих державою платіжних засобів (наприклад, облігацій внутрішньої державної позики).

Світовий, зокрема європейський досвід, свідчить про те, що ефективними інструментами боротьби з рецесією, які не призводять до зростання інфляції, є:

1) стимулювання з боку монетарної політики кредитування ефективного виробництва у реальному секторі, використання інструментів продуктивної емісії (тобто емісії грошей, що спрямовуються на розвиток реального виробництва), яка через кредитні канали сприяє зростанню виробництва, імпортозаміщенню, насиченню внутрішнього ринку вітчизняними товарами, зростанню зайнятості і заробітних плат [12; 13]. У свою чергу зростання зайнятості і заробітних плат стимулює попит та виробництво на внутрішньому ринку, що збалансовує розвиток внутрішнього ринку і стримує інфляцію;

2) стабілізація валютного курсу через реформи монетарного, валютного і банківського регулювання, спрямовані на збалансованість розвитку валютного ринку, підтримку розвитку експортоорієнтованих виробництв з високою доданою вартістю і створення позитивних стимулів для заведення у країну валютної виручки експортерів.

Висновки з проведеного дослідження. Інфляція в економіці є не окремим явищем, що безпричинно виникає та зникає. Інфляційний процес перебуває у стійкому непорушному зв'язку із економічним циклом, а тому аналізуючи показник інфляції, можна визначати, на якій стадії розвитку нині перебуває економіка тієї чи іншої країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сажина М.А. Экономическая теория: учебник для вузов [Текст] / М.А. Сажина, Г.Г. Чибриков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, 2007. – 672 с.
2. Шаповалов А. Системні особливості розвитку інфляційних процесів в Україні // Вісник Національного банку України.– 2007.– №12. – С. 3–7.
3. Лук'яненко І. Г. Проблеми діагностики класичних економетричних моделей / І. Г. Лук'яненко // Економічна кібернетика : Міжнародний науковий журнал. – Донецьк, 2004. – 3-4 (27-28). – С. 100–107.
4. Черешня Г.А. Інфляційні процеси в Україні: еволюція, сучасний стан / Г.А. Черешня, Т.В. Цвігун // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2011. – Т. 2. № 2. – С. 249-252.

5. Фурдичко Л.Є. Особливості інфляції: світовий та вітчизняний досвід оцінювання її оптимального рівня / Л.Є.Фурдичко, Л.О.Фурдичко // Управління у сфері фінансів, страхування та кредиту: тези доповіді всеукраїнської науково-практичної конференції, (8-10 листоп. 2007). – Л.:Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. – С. 30-32.

6. Свиридов О.Ю. Деньги, кредит, банки [Текст]: Учебное пособие. – Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 480 с.

7. Болгарін І.В., Махадева Л., Штерн Г. Деякі методологічні аспекти побудови та використання моделі механізму монетарної трансмісії в Україні. // Вісник НБУ. – 2000. – №11. Стор. 4-6.

8. Андрианов В. Инфляция и методы ее регулирования // Маркетинг. - 2000. - № 5. - С. 3-13

9. Чершнев Ю.В. Динамічна модель циклічного розвитку економіки / Ю.В. Чершнев // Формування ринкової економіки. – 2011. – № 25. – С. 415-423

10. Нескородєв С. Аналіз цін та інфляції в ході «середнього» циклу національної економіки (1999–2012 рр.) / С. Нескородєв // Вісник НБУ. – 2014. – № 1. – С. 50-54.

11. Матеріали офіційного сайту Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bank.gov.ua/.

12. Кудрицька Ж.В. Олех О.О. Основні шляхи підвищення дієвості механізму інфляційного регулювання в Україні. [Текст] / Ж.В. Кудрицька, О.О. Олех // Економіка і суспільство. – Квітень 2017. - №9. Режим доступу до журналу: www.economyandsociety.in.ua.

13. Кудрицька Ж.В. Аналіз проблем, пов'язаних з дослідженням курсу національної валюти України // Моделі управління в ринковій економіці: Зб. наук. пр. Заг. ред. та передмова Ю. Г. Лисенка; Донецький нац. ун-т. – Донецьк: ТОВ «Цифрова типографія», 2014. – Спец. вип. – 334 с. С. 90-101.

REFERENCES:

1. Sazhina M.A. Ekonomicheskaya teoriya: uchebnik dlya vuzov [Tekst] / M.A. Sazhina, G.G. Chibrikov. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Norma, 2007. – 672 s.

2. Shapovalov A. Systemni osoblyvosti rozvytku infliatsiinykh protsesiv v Ukraini // Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy.– 2007.– #12. – S. 3–7.

3. Lukianenko I. H. Problemy diahnostyky klasychnykh ekonometrychnykh modelei / I. H. Lukianenko // Ekonomichna kibernetyka : Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal. – Donetsk, 2004. – 3-4 (27-28). – S. 100–107.

4. Chereshnia H.A. Infliatsiini protsesy v Ukraini: evoliutsiia, suchasnyi stan / H.A. Chereshnia, T.V. Tsvihun // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriia «Ekonomichni nauky». – 2011. – T. 2. # 2. – S. 249-252.

5. Furdychko L.Ye. Osoblyvosti infliatsii: svitovyi ta vitchyznianyi dosvid otsiniuvannia yii optymalnoho rivnia / L.Ye.Furdychko, L.O.Furdychko // Upravlinnia u sferi finansiv, strakhuvannia ta kredytu: tezy dopovidi vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, (8-10 lystop. 2007). – L.: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika», 2007. – S. 30-32.

6. Sviridov O.Yu. Den'gi, kredit, banki [Tekst]: Uchebnoe posobie. – Moskva: IKTs «MarT»; Rostov n/D: Izdatel'skiy tsentr «MarT», 2006. – 480 s.

7. Bolharin I.V., Makhadeva L., Shtern H. Deiaki metodolohichni aspekty pobudovy ta vykorystannia modeli mekhanizmu monetarnoi transmisii v Ukraini. // Visnyk NBU. – 2000. – #11. Stor. 4-6.

8. Andrianov V. Inflyatsiya i metody ee regulirovaniya //Marketing. - 2000. - № 5. - C. 3-13

9. Chershnev Yu.V. Dynamichna model tsyklichnoho rozvytku ekonomiky / Yu.V. Chershnev // Formuvannia rynkovoi ekonomiky. – 2011. – # 25. – S. 415-423

10. Neskorodiev C. Analiz tsin ta infliatsii v khodi «serednoho» tsyklu natsionalnoi ekonomiky (1999–2012 rr.) / C. Neskorodiev // Visnyk NBU. – 2014. – # 1. – S. 50-54.

11. Materialy ofitsiinoho saitu Natsionalnoho banku Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: www.bank.gov.ua/.

12. Kudrytska Zh.V. Olekh O.O. Osnovni shliakhy pidvyshchennia diievosti mekhanizmu infliatsiinoho rehuliuvannia v Ukraini. [Tekst] / Zh.V. Kudrytska, O.O. Olekh // Ekonomika i suspilstvo. – Kviten 2017. - #9. Rezhym dostupu do zhurnalu: www.economyandsociety.in.ua.

13. Kudrytska Zh.V. Analiz problem, poviazanykh z doslidzhenniam kursu natsionalnoi valiuty Ukrainy // Modeli upravlinnia v rynkovii ekonomitsi: Zb. nauk. pr. Zah. red. ta peredmova Yu. H. Lysenka; Donetskyi nats. un-t. – Donetsk: TOV «Tsyfrova typohrafiia», 2014. – Spets. vyp. – 334 s. S. 90-101.

Kudrytska Zh.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics
National Aviation University
Riznyk V.V.
Master
National Aviation University

STUDY OF ECONOMIC FLUCTUATIONS ON THE SOCIO-ECONOMIC SYSTEM

One of the most important tasks facing the government of Ukraine today is to stabilize the economic processes of the national economy. Therefore, at the present stage of economic development in Ukraine is an extremely important issue of manifestations and patterns of inflation in Ukraine.

Indicators of inflation affecting all socio-economic, financial and banking policy. It is reasonable to examine general inflation, considering the time, the impact of other economic factors, inflation expectations, etc., and therefore Methods article is to research and identify patterns of inflation in Ukraine in terms of recurrence.

During inflationary process it is advisable to understand the process of a gradual increase in prices in the economy. The development of the inflationary process is two historical phases: the first of them the rate of depreciation of paper money behind the growth rates of pulp, so disorganizing impact of inflation on production, trade, credit and currency appears not yet fully; the second stage of the inflationary process accelerated sharply, the growth of social production are beginning to lag behind the depreciation of paper money and inflation overflow channels of monetary becomes apparent.

In our country, regularity and one reason for rising inflation is a dollarized economy. The dollar has long been a parallel in the national economy in the hryvnia currency and serves as money.

Today in Ukraine has become such a characteristic pattern of inflation, as fear and panic of the population as to what the national currency will soon completely lose its purchasing power.

The world, including the European experience shows that effective tools to combat the recession, that does not lead to inflation, are: stimulation from monetary policy lending effective production in the real sector, the use of tools productive emissions, stabilization of the exchange rate after the reform of the monetary and exchange and banking regulation aimed at balancing the foreign exchange market.

СИСТЕМНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

SYSTEM MODELING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION

УДК 519.8

Солтисік О.О.
к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики та інноватики
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

У статті розкрито основні етапи побудови соціо-еколого-економічної моделі сталого розвитку регіону, запропоновано структурну схему соціально-економічної системи, використання показників екологічної, соціальної та економічної підсистем при побудові моделей регіональних економічних систем.

Ключові слова: *сталий розвиток, економічна підсистема, соціальна підсистема, екологічна підсистема, соціально-економічні системи, соціо-еколого-економічна модель, критерії сталого розвитку, сценарій.*

В статье раскрыты основные этапы построения социо-эколого-экономической модели устойчивого развития региона, предложена структурная схема социально-экономической системы, использование показателей экологической, социальной и экономической подсистем при построении моделей региональных экономических систем..

Ключевые слова: *устойчивое развитие, экономическая подсистема, социальная подсистема, экологическая подсистема, социально-экономические системы, социо-эколого-экономическая модель, критерии устойчивого развития, сценарий.*

In the article the main stages of building a socio-ecological-economic model of sustainable development in the region, proposed block diagram of socio-economic system, the use of indicators of environmental, social and economic subsystems in constructing models of regional economies..

Key words: *sustainable development, economic subsystem, social subsystem, environmental subsystem, social and economic systems, ecological and socio-economic model of sustainable development criteria script.*

Постановка проблеми. Соціально-економічна система (СЕС) характеризується визначеною цілеспрямованістю свого функціонування. Тому, кажучи про прогнозування розвитку економіки на будь-якому його рівні (регіональному, національному чи планетарному) і про задачі такого розвитку, необхідно насамперед установити його цілі. З моменту появи класичної економіки однією з основних цілей розвитку цивілізації вважається задоволення потреб людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ця мета вважалася основною протягом десятиліть. На даний час у вітчизняній та світовій науці проводяться розробки у сфері економіко-математичного моделювання розвитку соціо-економічних систем, серед яких даній проблемі присвячені роботи Адаменка О., Благуна І., Долішнього М., Забродського В., Трегобчука В.

Постановка завдання. Побудова моделей сталого розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу. Математичні моделі, забезпечені відповідною інформацією та придатні для аналізу, необхідно будувати, як узагальнення відомих динамічних моделей економічного розвитку. Стратегії сталого розвитку представляються при цьому, як результат довготермінових прогнозів за критеріями, що характеризують сталий розвиток.

Для формування критеріїв сталого розвитку необхідно розробити систему індексів сталого розвитку, які були б еталонними для регіональних систем та могли б бути використані в математичних моделях [1]. Наповнення моделей реальною інформацією можливе тільки в разі розроблення конкретних методик обчислення індексів та всіх інших коефіцієнтів, які використовують у моделі. Як еталон для створення такої системи, використано досвід розроблення системи національних рахунків (СНР) та її ресурсно-екологічних модифікацій.

Використання усіх цих вимог дасть змогу підійти до розв'язку задач сталого розвитку на регіональному рівні й створити в межах держави систему виходу її на шлях сталого розвитку. Її модифікація для відображення цілей сталого розвитку здійснювалася так (рис. 1):

- формування цілей;
- розроблення ієрархічного набору показників стану навколишнього середовища та природних ресурсів;
- розроблення набору показників соціальної сфери;
- розроблення набору показників економічної підсистеми;
- побудова математичного апарату моделі;
- збір інформації в рамках моделі;
- ідентифікація або визначення структурних параметрів моделі;
- розроблення сценаріїв моделі;
- дослідження моделі розвитку системи в умовах нечіткої інформації;
- оцінювання результатів (побудова сценарію сталого розвитку регіону).

Формування цілей моделювання соціо-еколого-економічної системи передбачає бажане, можливе та необхідне досягнення стану системи (сталого розвитку). Пріоритетними з моменту появи класичної економіки цілями вважаються такі:

- задоволення потреб людини;
- збереження та нагромадження запасів природних, екологічних і соціальних

ресурсів, необхідних для задоволення потреб майбутніх поколінь;

- збереження умов для існування людини як біологічного виду.

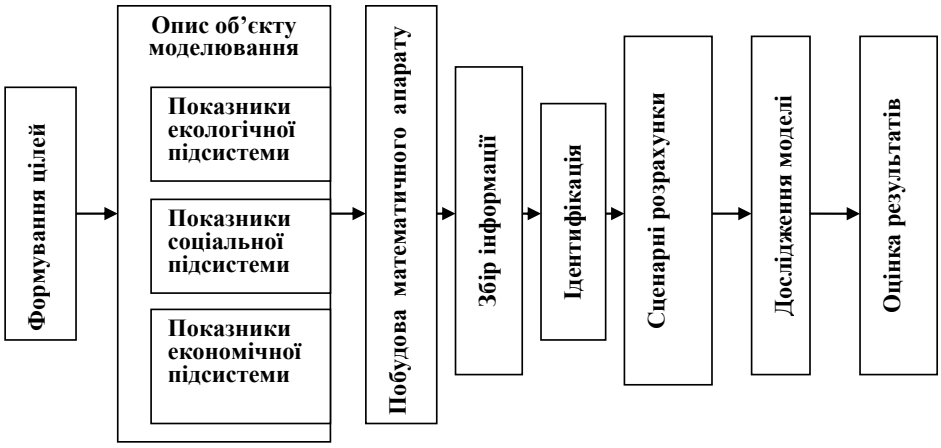


Рис. 1. Етапи побудови соціо-еколого-економічної моделі сталого розвитку регіону

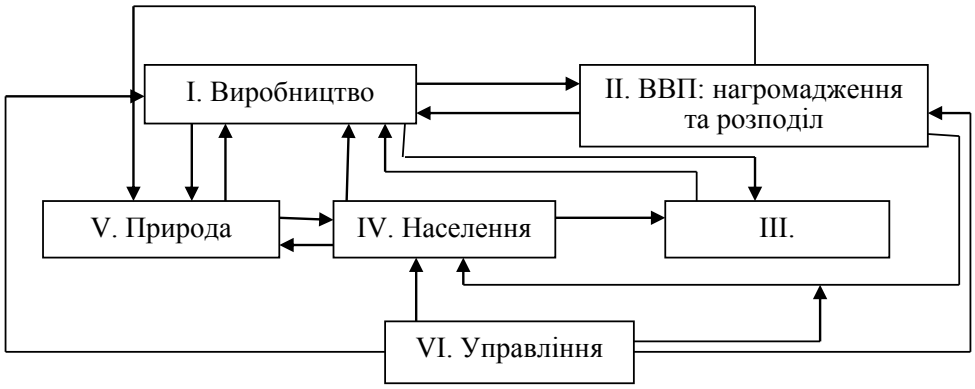


Рис. 2. Система узгодження соціо-еколого-економічних рішень

Об'єктом дослідження, як зазначалося вище, є сталий розвиток регіону, який є можливим тільки в разі поєднання трьох взаємопов'язаних – природи, економіки та суспільства. Досліджуючи їх взаємний вплив, необхідно рухатись у двох напрямах (рис. 2).

По-перше, розглядати прямий зв'язок між даними блоками, і, по-друге, вивчити зворотні зв'язки між економікою, природою та соціумом. Створення економіко-математичних механізмів, які діють у сферах виробництва, споживання та навколишнього середовища, і встановлення прямих та зворотних взаємодій між ними дають змогу досліджувати на модельному рівні проблеми узгодження соціо-еколого-економічних рішень до запровадження їх ужиття (практику).

Як видно із рис. 2, блок Населення є центральним у даній системі, на узгодження з інтересами якого спрямована робота усієї системи. Крім того, блок Природа доданий насамперед для дослідження природоохоронної діяльності у взаємопоєднанні з подальшим економічним розвитком та здоров'ям населення [1].

Завдання узгодження рішень у цій системі полягає в збалансованості між підвищенням життєвого рівня населення, який описується блоками II, III та V, та розвитком виробництва (блок I). Блок Управління здійснює основні функції з узгодження всіх п'яти підсистем під час прийняття різних соціально-еколого-економічних рішень, які виступають, як сценарні варіанти для визначення сталого розвитку.

Розглянута система моделей дає змогу вивчати спільні дії економічних важелів управління, починаючи з фінансової політики та завершуючи системою соціо-економічних нормативів. Різноманітні сценарні варіанти передбачають управління усіма сферами економічної діяльності з метою відшукання оптимального варіанта сталого розвитку регіону та держави загалом [3].

Опишемо блоки системи та зв'язки між ними. Блок I. Виробництво моделює створення валового продукту в галузевому розділі залежно від таких чинників: технологічних способів виробництва, трудових та природних ресурсів, політики ціноутворення у виробничій сфері, розподілу капітальних вкладень, стану споживчого ринку та навколишнього середовища тощо.

Вплив усіх перелічених чинників зумовлює різну ефективність виробництва, а отже, й економіки,

яка представлена такими виробничими секторами. Тому доцільно, не заглиблюючись у складні економічні взаємозв'язки, представити економіку регіону у вигляді трьох узагальнюючих галузей (рис. 3).

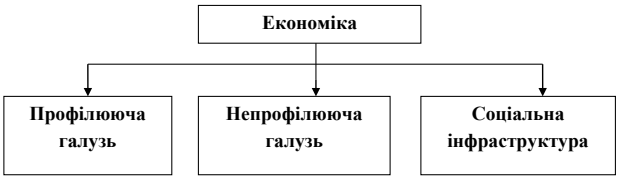


Рис. 3. Структура економічної підсистеми

Профілююча галузь економіки відображає ті сектори економіки, які дають більше половини ВВП. Галузі соціальної інфраструктури об'єднують освіту, охорону здоров'я, управління, культуру, мистецтво тощо. Решта секторів економіки віднесено до профілюючої галузі [4].

Блоки II та III є доповнювальними до цієї моделі та відображають вплив основних макроекономічних показників на узгодження рішень між економічними, соціальними та екологічними блоками. Блок II. ВВП: нагромадження та розподіл показує з одного боку розвиток виробництва за рахунок

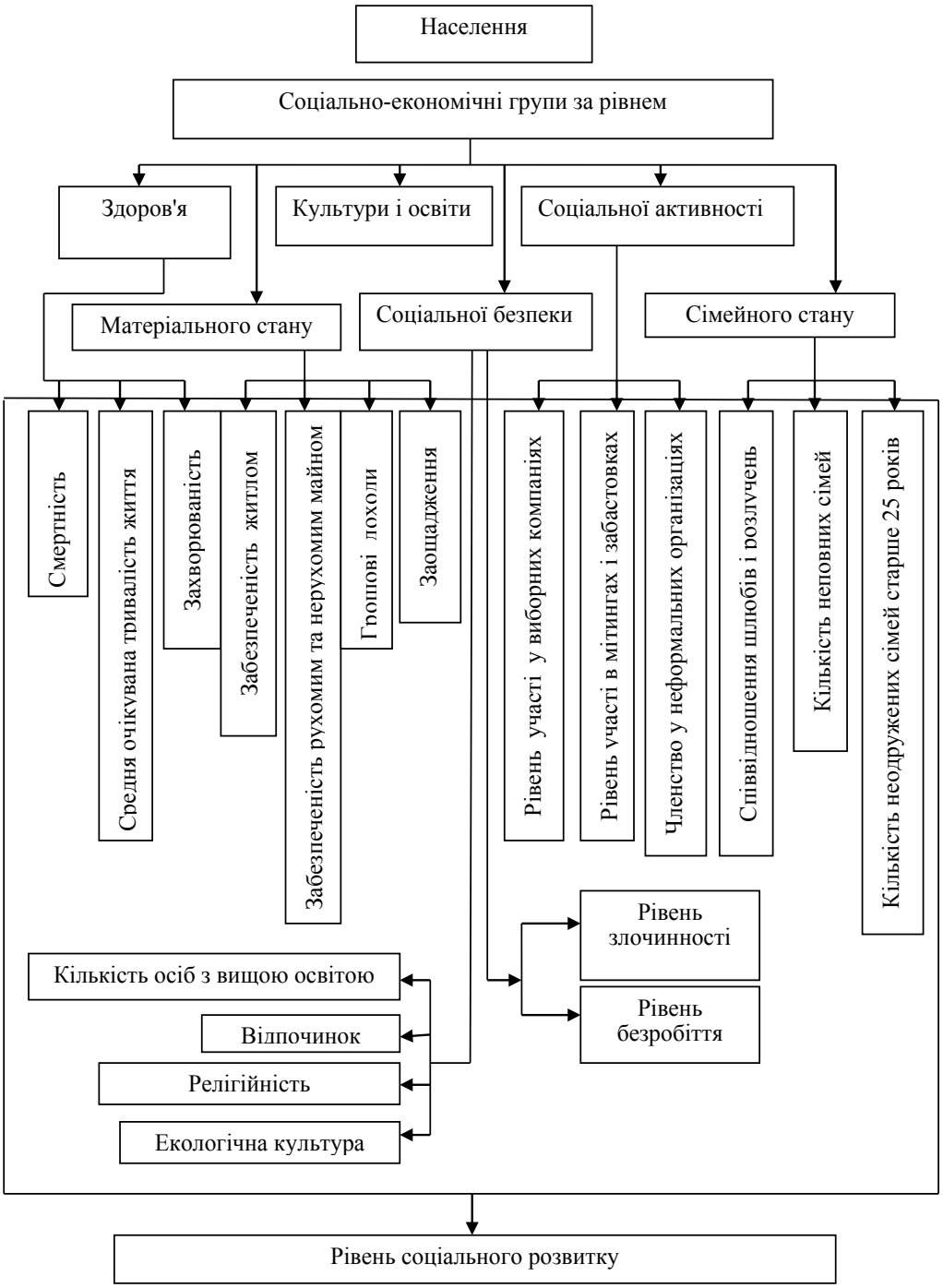


Рис. 4. Структура соціальної підсистеми

капітальних вкладень, зокрема, й інвестицій на охорону навколишнього середовища.

З іншого боку такий блок відображає витрати на соціально-культурні заходи, оборону держави, науку, управління. Очевидно, що блок ВВП: нагромадження та розподіл, моделюючи нагромаджувальні та розподільчі відносини, визначає подальший стан економіки, навколишнього середовища та добробуту населення.

Споживання населення моделюється у блоці III та залежить від стану ринку (пропозиції споживчих товарів) і попиту населення, який своєю чергою визначається сукупними доходами населення та схильністю до придбання тих чи інших видів товарів чи послуг.

Блок IV. Населення (рис. 4) відображає соціально-демографічні процеси, на які безпосередньо впливають показники рівня соціального розвитку (доходи, забезпеченість) [2].

Блок V. Природа (рис. 5) можна зобразити у вигляді глобальної схеми поділу природного середовища, найчастіше використовуваної в літературі: атмосфера, гідросфера, літосфера, біосфера та педосфера (ґрунтова оболонка).

При цьому кожен елемент зазвичай піддається декомпозиції за двома напрямами: якісним (індекс

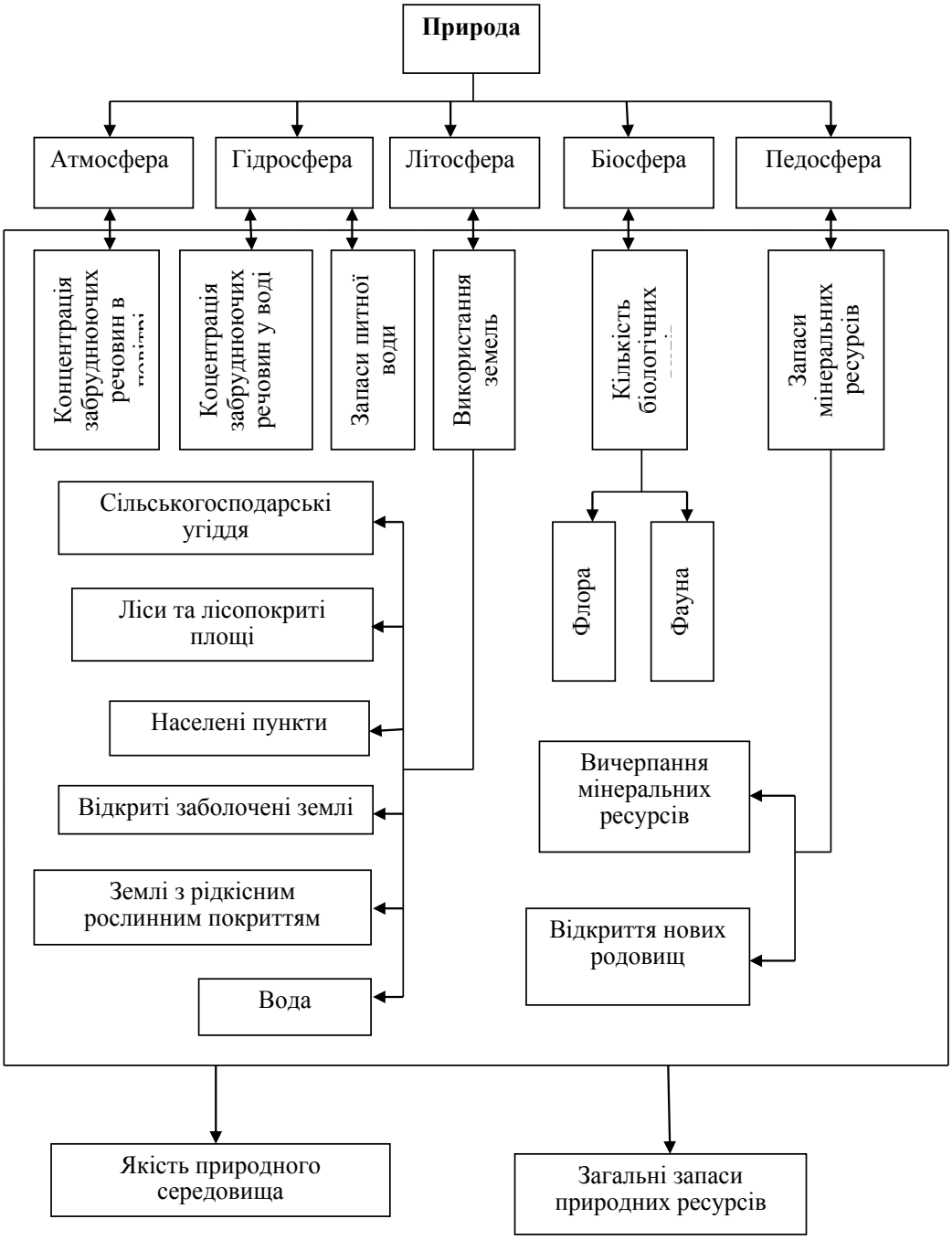


Рис. 5. Структура екологічної підсистеми

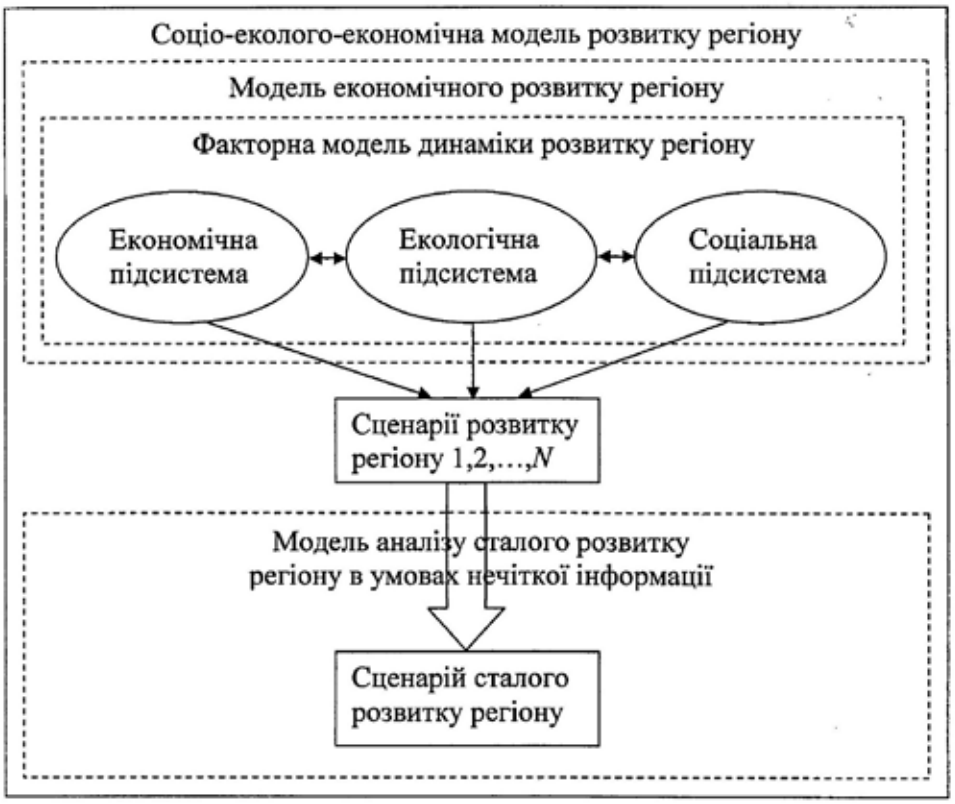


Рис. 6. Схема системи моделей сталого розвитку регіону

якості природного середовища) та кількісним (загальні запаси природних ресурсів).

Дія механізму організації взаємозв'язків трьох блоків (економіка, природа та населення) виявляється через прямі та зворотні зв'язки між усіма сферами. Для держави важливою є підтримка екологічної безпеки на достатньо високому рівні. Орієнтація тільки на екологічні показники розвитку виробництва призвела до катастрофічного погіршення навколишнього середовища та здоров'я населення, що своєю чергою супроводжується втратою працездатності теперішніх та майбутніх поколінь, зниженням ефективності праці [4]. Затрати на природоохоронні заходи з метою покращення екологічного середовища повинні покращити стан здоров'я населення, що своєю чергою зменшить навантаження на охорону здоров'я та збільшить ефективність трудових ресурсів.

Природні ресурси та природні умови є основою, матеріальним базисом виробництва та життєдіяльності населення. Для вирішення проблеми охорони навколишнього середовища необхідні істотні затрати капіталовкладень. Тому особливого значення набуває екологічне обґрунтування природоохоронних заходів та аналізу їх ефективності з позицій ринкової економіки.

Економічна підсистема своєю чергою, використовуючи природні та трудові ресурси, намагається максимізувати ефект від їхнього використання.

Цим самим вона збільшує валовий продукт країни, який впливає на зміну соціального та екологічного становища через підтримку державою соціальної інфраструктури та запровадження екологічних заходів [3].

Соціальна сфера, як видно з рис. 4, з одного боку забезпечує ринок праці кваліфікованими трудовими ресурсами та своїм рівнем екологічної культури впливає на стан навколишнього середовища. З іншого боку екологічний стан та рівень виробництва мають безпосередній вплив на рівень життя населення. Усі три системи (екологічна, економічна та соціальна) тісно взаємопов'язані. Тому для розгляду цих систем у сукупності необхідно вибрати рівень, характерний для кожної системи і, крім того, такий, що має найбільше значення з погляду сталого розвитку. Такі характеристики мають регіональні системи, оскільки, саме починаючи з цього рівня, утворюється цілісна соціо-еколого-економічна система, тоді, як більш нижчі рівні територіальної ієрархії трьох систем представляють собою окремі, не пов'язані між собою системи.

На основі аналізу принципів сталого розвитку запропоновано систему моделей сталого розвитку регіону, як цілісної соціо-еколого-економічної системи. Для цього необхідне розроблення обґрунтованої довготермінової стратегії дій зі сторони всіх учасників (суб'єктів) регіональної діяльності, з ура-

хуванням всієї складності взаємодій економічних, екологічних та соціальних чинників.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонована соціо-еколого-економічна система базується на дослідженні основних макроекономічних показників у регіональному аспекті. Насамперед це валова додана вартість – первинні доходи, що створюються учасниками виробництва і розподіляються між ними.

Запропоновану в дослідженні систему моделей сталого розвитку регіону можна відобразити у вигляді синтезу моделей соціо-еколого-економічного розвитку регіону, економічного зростання регіону, інтегрованих характеристик ефективності виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Благун І.С., Солтисік 0.0. Проблемні питання розробки моделі сталого розвитку регіону // Актуальні проблеми економіки. – 2004.- № 10. – С. 160-167.

2. Волошин В., Трегобчук В. Концептуальні засади сталого розвитку регіонів України // Регіональна економіка. – 2002. – № 1. – С. 8.

3. Геєць В., Скрипниченко М., Соколик М., Шумська С. Секторальні макромоделі прогнозування економіки України // Економіст.- 1998. – № 3. – С. 14-18.

4. Ефимова М.Р., Агеева Н.К. Статистика обобщенных показателей результатов социально-экономического развития на макроуровне. – М.: Экономика, 1990. – 164 с.

REFERENCES:

1. Blahun I.S., Soltysik 0.0. Problemni pytannia rozrobky modeli staloho rozvytku rehionu // Aktualni problemy ekonomiky. – 2004.- # 10. – S. 160-167.

2. Voloshyn V., Trehobchuk V. Kontseptualni zasady staloho rozvytku rehioniv Ukrainy // Rehionalna ekonomika. – 2002. – # 1. – S. 8.

3. Heiets V., Skrypnychenko M., Sokolyk M., Shumska S. Sektoralni makromodeli prohnozuvannia ekonomiky Ukrainy // Ekonomist.- 1998. – # 3. – S. 14-18.

4. Efimova M.R., Ageeva N.K. Statistika obobshchennykh pokazateley rezul'tatov sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya na makrourovne. – M.: Ekonomika, 1990. – 164 s.

Soltysik O.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics and Innovation
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

SYSTEM MODELING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION

Market transformation of Ukraine's economy touched all spheres of social relations as the most significant at regional level. The region as an integral economic formation with its administrative structure and resource potential available to some extent determines a model of society.

One of these models is sustainable development, or as a form of social progress that meets the needs of the present generation and does not limit the ability of future generations to ensure their existence. In methodological aspects of research complex problem precludes any intuitive approach and requires the use of modern methods of systems analysis and modelling to represent these interactions in mathematical models that are provided with informative base.

The article pointed out the most important prerequisite for the transfer of regional model of sustainable development, which is to the interests of social progress, environment and economy were fully balanced, balanced and optimized for the highest possible number of demographic, social, environmental, economic, industrial and technical and technological dimensions, metrics, and more.

The author analyses the research on sustainable development of the region which suggests that this issue requires further research. The basic principles of sustainable development, proposed block diagram of socio-economic system based environmental and socio-economic development model of the region and described the economic development of the region.

In the context of the set and resolved issues in the article uses key concepts of sustainable development, socio-economic system (SES), environmental and socio-economic model. In forming the concept of sustainable development at the regional level prompted to indexes of sustainable development, which includes economic, social and environmental units.

МОДЕЛЬ ВЫБОРА ОБЪЕКТА СЛИЯНИЯ / ПОГЛОЩЕНИЯ ДЛЯ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СТРУКТУРЫ

MODEL OF OBJECT SELECTION FOR MERGERS & ACQUISITIONS IN THE INTEGRATED STRUCTURE

УДК 519.866

Шевченко Е.А.
к.э.н., доцент кафедры экономики
Запорожский институт экономики и информационных технологий
Михайлик Д.П.
к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики
Запорожский институт экономики и информационных технологий

В статье рассматривается экономико-математическая модель совершенствования интегрированной структуры с учетом воздействия нестабильного внешнего экономического окружения. Целью статьи является моделирование выбора предприятия для слияния/поглощения в рамках интегрированной структуры. Эффекты от совместной деятельности учитываются при построении моделей. Доказано, что при принятии управленческих решений о выборе объектов при слияниях/поглощениях необходимо дополнительно учитывать возможности перспективного планирования. Также показано, что существующие стратегии управления необходимо совершенствовать с целью использования в процессах принятия решений информации о финансовых операциях.

Ключевые слова: *интеграция, слияние, поглощение, модель, выбор*

У статті розглядається економіко-математична модель удосконалення інтегрованої структури з урахуванням впливу нестабільного зовнішнього економічного середовища. **Метою статті** *є моделювання вибору підприємства для злиття / поглинання в рамках інтегрованої структури. Ефекти від спільної діяльності враховуються при побудові моделей. Доведено, що при прийнятті управлінських рішень про вибір об'єктів при злиттях / поглинаннях необхідно додатково враховувати можливості перспективного планування. Також показано, що існуючі стратегії управління необхідно удосконалювати з метою використання в процесах прийняття рішень інформації про фінансові операції.*

Ключові слова: *інтеграція, злиття, поглинання, модель, вибір*

The article deals with economic and mathematical model of improving the integrated structure that incorporates the impact of instability of the economic environment. The purpose of the article is to simulate the choice of an enterprise for merger / acquisition within an integrated structure. Effects from integration are taken into account in the construction of models. Proved that management decisions in the field of mergers&acquisitions for union of this kind must also be used possibilities of perspective planning. It also shows that the existing management strategies need to be improved in order to use in decision-making special information of the financial operations.

Key words: *integration, mergers, acquisitions, model, selection*

Постановка проблемы. Перспективный рынок определяется интенсивными процессами поглощения и слияния компаний. Свободное передвижение капитала подразумевает существование этого процесса, итогом которого является рост эффективности капитала. После того как заинтересованные стороны видят для себя выгоду, только тогда проводятся сделки по слиянию и поглощению.

По мнению владельцев бизнеса, а также акционеров, выгода заключается в приросте капитализации создаваемой компании. В соответствии с такими целям одной из первой задачей является правильный выбор предприятия для слияния и поглощения.

Цель по выбору компании, с которой производится слияние/поглощение, относится к оптимизационным задачам перспективного планирования, а также к задачам управления для принятия решения о возможностях на заданном отрезке времени.

Анализируя процесс слияния и поглощения как математическую задачу, допускается множество различных процедур решения с последующим выбором из множества наилучших по совокупности решений согласно критериям их сравнения.

Ограничения ресурсов, выраженные в виде систем уравнений являются ограничениями в математической постановке. Основными критериями оптимальности являются:

- максимизация дисконтированного дохода;
- минимизация общих затрат на слияние и поглощение.

Отбор предприятий включает в себя следующие процессы:

- определяются множество предприятий, подходящие для слияния;
- производится оценка стоимости предприятий, подходящие для слияния;
- устанавливается некоторое количество вариантов для слияний и поглощений, которые отличаются объемами собственных и заемных средств, требуемых для финансирования, а также дисконтированным доходом.

Анализ последних публикаций. Проблемой слияний/поглощения занимались такие украинские и зарубежные ученые, как Горошникова Т.А., Левицкий С.И., Пилипенко А.А., Синюков А.В., Филиппов А.В., Фрунзе И.А. и др. В частности, Филиппов А.В., анализируя особенности вертикальной интеграции предприятий, выделяет экономические предпосылки: эффект масштаба и экономию на трансакционных издержках [1]. Левицкий С.И. раскрыл преимущества проектной интеграции как эффективной формы организации деятельности хозяйствующих субъектов: эффективное исполь-

зование ресурсного потенциала, координацию деятельности подразделений, внедрение инноваций [2]. Институциональные условия развития современных форм интеграции рассмотрены в работах Пилипенко А.А. В его работах проанализированы особенности экономической природы и сущность теории слияний и поглощений [3]. Фрунзе И.А. рассмотрел особенности применения отраслевого и территориального принципов в процессе формирования интегрированных структур [4]. Модели интеграции рассмотрели Горошникова Т.А. и Синюков А.В. [5], Левицкий С.И. [6], Фрунзе И.А. [7].

Постановка задачи. Целью статьи является моделирование выбора предприятия для слияния/поглощения в рамках интегрированной структуры. Следует отметить, что при большом количестве рассматриваемых вариантов, увеличивается размерность задачи. В таком случае применяются различные методы для снижения размерности задачи.

Для выбора одного предприятия модель представляется в виде задачи математического программирования. За основу была взята оптимизационная модель анализа эффективности слияний и поглощений Горшковой Т.А. и Синюкова А.В. [5]. Модель дополнена авторами расчетом индекса синергии для слияния/поглощения одного предприятия, а также индексом синергии для слияния/поглощения предприятий, которые подчинены одному холдингу.

Изложение основного материала исследования. В поставленной задаче необходимо найти значения следующих переменных $Z_{ik}, A_{ik}(t), K_{ik}^{+}(t),\ K_{ik}^{-}(t), P_i$, доставляющих экстремум заданным критериям

$$F(PV_{ik}, P_i, CM_{ik}) \to extr\,. \qquad (1)$$

При выполнении алгоритмически и аналитически заданного множества условий и ограничений, где $Z_{ik}\{0,1\}; Z_{ik}=1$ – если для поглощения выбрано *i*-е предприятие и реализуется *k*-вариант слияния, в противном случае $Z_{ik}=0$. Причем, следует отметить:

$$\sum_{k=1}^{K_i} Z_{ik} = 1,\ i=\overline{1,I^1}\,. \qquad (2)$$

$A_{ik}(t)$ – собственные средства компании покупателя при слиянии/поглощении *i*-го предприятия при условии реализации *k*-варианта слияния/поглощения;

$K_{ik}^{+}(t), K_{ik}^{-}(t)$ – объемы привлечения и погашения заемных средств финансирования слияния/поглощения *i*-го предприятия при помощи *k*-варианта;

P_i – рыночная стоимость *i*-го предприятия;

CM_{ik} – издержки слияния/поглощения *i*-го предприятия при помощи *k*-варианта;

PV_{ik} – чистый дисконтированный доход компании покупателя при помощи *k*-варианта слияния/поглощения, где

$$PV_{ik} = \sum_{t=1}^{T} \frac{CF(t)}{(1+E)^t}\,. \qquad (3)$$

PV – чистый дисконтированный доход компании покупателя без реализации проекта по слиянию/поглощению,

$t=\overline{1,T}$ – горизонт планирования;

E – ставка дисконтирования;

$CF(t)$ – величина денежного потока;

$i=\overline{1,I}$ – индекс предприятия;

$k=\overline{1,K_i}$ – индекс варианта слияния/поглощения.

В качестве функционала может выступать показатель, который показывает разницу между доходом компании без сделки слияния/поглощения и доходом при слиянии/поглощении с *i*-й компанией при помощи реализации *k*-варианта слияния/поглощения:

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{k=1}^{K_i}\left(\left[PV_{ik} - P_i - CM_{ik}\right] - PV\right)\cdot Z_{ik} \to \max\,, \qquad (4)$$

или показатель, который минимизирует издержки при слиянии/поглощении:

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{k=1}^{K_i}(P_i + CM_{ik})\cdot Z_{ik} \to \min\,. \qquad (5)$$

Большинство аналитически задаваемых условий на практике может вносить требования на ограниченность возможности приобретений:

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{k=1}^{K_i} A_{ik}(t)\cdot Z_{ik} \le S\,, \qquad (6)$$

где *S* – предельный уровень привлечения собственных средств компании-покупателя для слияния/поглощения компании в период времени *t*.

Множество задаваемых условий и ограничение должно обязательно включать следующее:

- требования к выполнению условий привлечения и погашения внешних финансовых средств:

$$gD(K_{ik}^{+}(t), D, K_{ik}^{-}(t)),\ t=\overline{1,T}\,, \qquad (7)$$

где *D* – функция долга, которая определяется схемой привлечения, обслуживания и погашения внешних финансовых средств;

gD – совокупность требований к реализации схемы финансирования.

- требования к значениям финансовых и экономических показателей эффективности программы, формируемых на основе потока платежей по инвестиционной и финансовой деятельности.
- при выборе предприятия для слияния/поглощения немаловажную роль играет эффект синергии, поэтому введем в модель расчет индекса синергии, который представлен следующим образом:

$$\mu_{ik} = 1 + \frac{C_i\cdot G_i + C_j\cdot G_j}{PV_{ik}}\,, \qquad (8)$$

где μ_{nik} – индекс синергии при слиянии/поглощении с *i*-й компанией при помощи реализации *k*-варианта слияния/поглощения;

C_i – цена товаров/услуг *i*-го предприятия;

C_j – цена товаров/услуг *j*-го предприятия;

G_i – количество клиентов *i*-го предприятия

G_j – количество клиентов *j*-го предприятия;

С учетом расчета остаточной стоимости формула (4), уточняется виде:

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{k=1}^{K_i}([PV_{ik} - P_i - CM_{ik} + RC_{ik}] - (PV + RC_i)) \cdot Z_{ik} \to \max, \quad (9)$$

где RC_{ik} – остаточная стоимость компании покупателя при слиянии/поглощении *i*-й компании при помощи *k*-варианта слияния/поглощения;

RC_i – остаточная стоимость предприятия *i*-й компании без реализации проекта по слиянию/поглощению.

При условии наличия информации об остаточной стоимости объединенной компании, индекс синергии можно рассчитать по формуле:

$$\mu = \frac{RC_{ik}}{(RC_i + RC_j)}, \quad (10)$$

где RC_j – остаточная стоимость предприятия *j*-й компании без реализации проекта по слиянию/поглощению.

В случае наличия эффекта синергии показатель будет строго больше 1, при отсутствии этого эффекта показатель будет равен 1.

Для ведения учета остаточной стоимости, дохода, которая будет получена в ходе мониторинга, применяется модель Гордона. Модель Гордона – это метод расчета стоимости чистых активов и расчета ликвидационной стоимости. Выбор метода зависит от того, как будет происходить слияния/поглощения и уже после этого принимается дальнейшее решение развития событий в компании.

На практике решение вышеописанной задачи о целесообразности слияния/поглощения компаний в виде одной задачи математического программирования с непрерывными и целочисленными переменными (где отражают факт поглощения отдельного предприятия, финансовые потоки, финансово экономические связи) затруднено. Главная проблема – это наличие алгоритмически задаваемых критерий, не поддающихся описанию путем аналитических функций и не позволяющих решать задачу с помощью применения только оптимизационной модели. Решение этих задач можно осуществить с помощью построения совокупности взаимосвязанных оптимизационных, имитационных и расчетных моделей и процедур по формированию и выбору плановых решений. Оптимизационная модель предусмотрена для оценки объемов привлечения собственных и заемных средств.

В оптимизационную модель входят аналитически задаваемые ограничения. В качестве переменных задачи выступают булевы переменные *Z*, непрерывные переменные $A_{ik}(t)$, т.е. объемы привлечения собственных средств, и $K_{ik}^{+}(t), K_{ik}^{-}(t)$ – объемы привлечения и погашения заемных средств. Условие финансовой реализации, отображающее накопленное сальдо денежного потока по всем категориям деятельности, является связующим звеном с имитационной моделью ограничения.

Выбор схемы внешнего финансирования применяется в повторяющемся режиме, где на каждой стадии схема уточняется для обеспечения покрытия процентов и долга, что позволит выполнить условия финансовой реализуемости. Процесс продолжается до того времени, пока не выполнятся условия финансовой реализуемости или не будет установлена необходимость в отклонении данного варианта слияния.

Применяющаяся для расчетов ставка дисконтирования, отображает необходимую норму рентабельности для проектов слияния. Часть факторов, необходимой степени прибыли – не зависит от предприятия, потребителя или от поглощаемой компании, она отражает общеэкономические условия реализации, а именно: инфляцию и страховой риск. Зависящие от компаний слагаемые, учитывающие их степень риска и принимающие участие в процессе слияния/поглощения, нуждаются в тщательном анализе во избежание двойного учета.

Еще одним вариантом слияний/поглощений является слияние или поглощение предприятий входящих в один холдинг.

Для построения модели необходимо ввести следующие предположения:

- в состав холдинга входит *N* предприятий;
- определено множество *I* предприятий, которые подходят для слияния/поглощения;
- произведена оценка стоимости P_i всех *I* предприятий, которые подходят для слияния/поглощения;

Задача состоит в выборе слияния одного из предприятий холдинга с предприятием, $i \in I$ согласно установленному критерию максимизации дисконтированного дохода холдинга.

Для выбора предприятий для слияния/поглощения внутри холдинга задача выглядит в виде математического программирования:

- необходимо найти значения переменных PVH_{nik}, $Z_{ik,}$ $A_{nik}(t)$, $K_{nik}^{+}(t), K_{nik}^{-}(t)$, P_i, которые доставляют экстремум выбранному критерию:

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{k=1}^{K_i}(\sum_{n=1}^{N} PVH_{nik} - \sum_{n=1}^{N} PV_n) \cdot Z_{ik} \to \max \quad (11)$$

При выполнении алгоритмически и аналитически заданного множества условий и ограничений, где $Z_{ik}\{0,1\}; Z_{ik} = 1$ – если для поглощения выбрано *i*-е предприятие и реализуется *k*-вариант слияния, в противном случае $Z_{ik} = 0$. Причем, следует отметить:

$$\sum_{k=1}^{K_i} Z_{ik} = 1,\ i = \overline{1, I^1} \quad (12)$$

Определим переменные модели:

PV_n – дисконтированный доход *n*-предприятия холдинга без реализации проекта слияния/поглощения;

PVH_{nik} – дисконтированный доход *n*-предприятия холдинга при реализации проекта слияния/поглощения с *i*-предприятием при помощи *k*-варианта слияния/поглощения, где

$$PVH_{nik} = PV_{nik} - P_i - CM_{nik} \quad (13)$$

PV_{nik} – чистый дисконтированный доход *n*-предприятия при слиянии/поглощении *i*-предприятия при помощи *k*-варианта слияния/поглощения, где

$$PV_{nik} = \sum_{t=1}^{T} \frac{CF_{nik}(t)}{(1+E)^t} \quad (14)$$

$CF_{nik}(t)$ – величина денежного потока *n*-предприятия при слиянии/поглощении *i*-предприятия при помощи *k*-варианта слияния/поглощения, где условие финансовой реализуемости можно записать следующим образом:

$$\sum_{i=1}^{I}\sum_{k=1}^{K_i}\sum_{n=1}^{N}\sum_{\tau=1}^{t} CF_{nik}(\tau)\cdot Z_{ik} > 0,\ t=\overline{1,T} \quad (15)$$

$A_{ik}(t)$ – собственные средства n-предприятия покупателя при слиянии/поглощении *i*-го предприятия при условии реализации *k*-варианта слияния/поглощения;

$K^{+}_{nik}(t), K^{-}_{nik}(t)$ – объемы привлечения и погашения заемных средств финансирования *n*-предприятия при слиянии/поглощения *i*-го предприятия при помощи *k*-варианта;

P_i – рыночная стоимость *i*-го предприятия;

CM_{nik} – издержки слияния/поглощения *n*-предприятием *i*-го предприятия при помощи *k*-варианта;

$k=\overline{1,K_i}$ – индекс варианта слияния/поглощения.

Введем в модель расчет индекса синергии, который представлен следующим образом:

$$\mu_{nik} = 1 + \frac{C_i \cdot G_i + C_n \cdot G_n}{PV_{nik}}, \quad (16)$$

где μ_{nik} – индекс синергии при слиянии/поглощении *n*-предприятия с *i*-м предприятием при помощи *k*-варианта;

Выводы из проведенного исследования. Сбалансированность действия предприятий подразумевает появление эффектов от совместной работы, эффекты могут быть как положительными, так и отрицательными. Увеличение доходов от сбыта занимает на рынке превосходящее стратегическое положение и получает маркетинговые преимущества, способные понизить затраты – положительные эффекты. Для достижения существенных результатов поглощения/слияния интегрированной структуры такой, как холдинг, нужно добиться более плотного взаимодействия между уже входящими в холдинг предприятиями и новым предприятием. Эффекты от совместной деятельности учитываются при построении имитационных моделей.

Произвольно потенциальные синергетические эффекты не всегда срабатывают, зачастую синергия реализуется, если руководство организации решает воплотить имеющийся потенциал в действие. Даже если четко определены возможные эффекты от совместной деятельности, в большинстве случаев они не могут быть реализованы при действующей системе управления, опирающаяся на рыночные и иерархические механизмы координации.

Руководство принимает решения о важности достижения синергетических эффектов в компании, которые будут применяться после выбора варианта слияния/поглощения. В основном на практике применяются два стиля управления:

- синергетический. В синергетическом стиле управления степень эффективности сотрудничества различных подразделений интегрированной структуры контролирует управляющая компания.
- конгломератный. В конгломератном стиле управления каждому предприятию предоставляется самостоятельность целей роста и выгодности.

Таким образом, если компания является конгломератом и не стремится изменять стиль управления, то оценивать эффекты от совместной деятельности не имеет смысла. Однако, если принять решение изменить конгломератную структуру и работать по принципу синергизма, то следует применять методику оценивания возможных эффектов синергии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Филиппов А.В. Модели управления жизне-способными вертикально-интегрированными структурами в экономике : монография / А.В. Филиппов. – Донецк: Юго-Восток, 2012. – 324 с.

2. Левицкий С.И. Моделирование проектного управления сложными экономическими объектами: монография / С.И. Левицкий. – Донецк: Юго-Восток, 2012. – 341 с.

3. Пилипенко А.А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку: Монографія. / А.А. Пилипенко– Х: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 408 с.

4. Фрунзе І.О. Концепція моделювання процесів інтеграції складних економічних систем / І.О. Фрунзе, О.О. Вдовиченко // Економічна кібернетика – № 1-3(85-87) – 2014. – С. 70-81.

5. Горошникова Т. А., Синюков А. В. Оптимиза-ционные модели анализа эффективности слияний и поглощений // Управление большими системами – 2010 – №31. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsionnye-modeli-analiza-effektivnosti-sliyaniy-i-pogloscheniy.

6. Имитационное моделирование экономи-ческих систем: прикладные аспекты: коллективная монография / Ю.Г. Лысенко, Д.В. Беленко, В.Н. Кравченко и др.; Под ред. д.э.н., проф. Ю.Г. Лысенко, Донецкий национальный университет. – Донецк, Изд-во «Ноулидж» (донецкое отделение), 2013. – 359 с.

7. Frunze I.A. Planning Technique For Complex Economic Object's Synergy At Mergers And Acquisitions // International Journal of Economics, Commerce and Management. – 2014 – Vol. 2, Is.6. – Availible at: http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/06/266.pdf

9. Нечеткие модели и нейронные сети в анализе и управлении экономическими объектами: моногр. / [Ю.Г. Лысенко, Е.Е. Бизянов, А.Г. Хмелев и др.]; под ред. чл.-кор НАН Украины, д-ра экон.наук, проф. Ю.Г. Лысенко – Донецк: Юго-Восток, 2012. – 388 с.

10. Mikhaylik D.P. Assessment Techniques For Integration Efficiency Of Economic Objects // International Journal of Economics, Commerce and Management. – 2014 – Vol. 2, Is.2. – Availible at: http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/02/222.pdf

REFERENCES:

1. Filippov A.V. Modeli upravleniya zhiznesposobnymi vertikal'no-integrirovannymi strukturami v ekonomike : monografiya / A.V. Filippov. – Donetsk: Yugo-Vostok, 2012. – 324 s.

2. Levitskiy S.I. Modelirovanie proektnogo upravleniya slozhnymi ekonomicheskimi ob"ektami: monografiya / S.I. Levitskiy. – Donetsk: Yugo-Vostok, 2012. – 341 s.

3. Pylypenko A.A. Stratehichna intehratsiia pidpryiemstv: mekhanizm upravlinnia ta modeliuvannia rozvytku: Monohrafiia. / A.A. Pylypenko– Kh: VD «INZhEK», 2008. – 408 s.

4. Frunze I.O. Kontseptsiia modeliuvannia protsesiv intehratsii skladnykh ekonomichnykh system / I.O. Frunze, O.O. Vdovychenko // Ekonomichna kibernetyka – # 1-3(85-87) – 2014. – S. 70-81.

5. Goroshnikova T. A., Sinyukov A. V. Optimizatsionnye modeli analiza effektivnosti sliyaniy i pogloshcheniy // Upravlenie bol'shimi sistemami – 2010 – №31. Rezhim dostupa: http://cyberleninka.ru/ article/n/optimizatsionnye-modeli-analiza-effektivnosti-sliyaniy-i-pogloscheniy.

6. Imitatsionnoe modelirovanie ekonomicheskikh sistem: prikladnye aspekty: kollektivnaya monografiya / Yu.G. Lysenko, D.V. Belenko, V.N. Kravchenko i dr.; Pod red. d.e.n., prof. Yu.G. Lysenko, Donetskiy natsional'nyy universitet. – Donetsk, Izd-vo «Noulidzh» (donetskoe otdelenie), 2013. – 359 s.

7. Frunze I.A. Planning Technique For Complex Economic Object's Synergy At Mergers And Acquisitions // International Journal of Economics, Commerce and Management. – 2014 – Vol. 2, Is.6. – Availible at: http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/06/266.pdf

9. Nechetkie modeli i neyronnye seti v analize i upravlenii ekonomicheskimi ob"ektami: monogr. / [Yu.G. Lysenko, E.E. Bizyanov, A.G. Khmelev i dr.]; pod red. chl.-kor NAN Ukrainy, d-ra ekon.nauk, prof. Yu.G. Lysenko – Donetsk: Yugo-Vostok, 2012. – 388 s.

10. Mikhaylik D.P. Assessment Techniques For Integration Efficiency Of Economic Objects // International Journal of Economics, Commerce and Management. – 2014 – Vol. 2, Is. 2. – Availible at: http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2014/02/222.pdf

Shevchenko E.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
Zaporizhzhia Institute of Economics and Information Technologies
Mikhailik D.P.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics
Zaporizhzhia Institute of Economics and Information Technologies

MODEL OF OBJECT SELECTION FOR MERGERS & ACQUISITIONS IN THE INTEGRATED STRUCTURE

The article considers with the economic and mathematical model of improving the integrated structure, taking into account the impact of an unstable external economic environment. The purpose of the article is to model the choice of an enterprise for merger/acquisition within an integrated structure. Effects from joint activities are taken into account when models are built. It is proved that when making managerial decisions on the choice of objects in mergers/acquisitions, it is necessary to additionally take into account the possibilities of long-term planning. It is also shown that existing management strategies need to be improved in order to use information about financial transactions in decision-making processes.

Balancing the actions of enterprises implies the emergence of effects from teamwork, the effects can be either positive or negative. The increase in sales revenues takes a superior strategic position in the market and gets marketing advantages that can reduce costs – positive effects. To achieve significant results of merger/acquisition of an integrated structure, such as a holding company, it is necessary to achieve a more dense interaction between already existing companies and a new enterprise. Effects from joint activities are taken into account in the construction of simulation models.

Arbitrarily potential synergetic effects do not always work, often synergy is realized if the organization's management decides to translate the available potential into action. Even if the possible effects of joint activities are clearly defined, in most cases they cannot be realized under the current management system, based on market and hierarchical coordination mechanisms.

ПОШУК ОПТИМУМУ ТОВАРОВИРОБНИКА В РАМКАХ N-ФАКТОРНИХ ВИРОБНИЧИХ ФУНКЦІЙ

SEARCHING FOR MANUFACTURER'S OPTIMUM IN N-FACTOR PRODUCTION FUNCTIONS

УДК 330.356.7:658.6

Янковий В.О.
к.е.н., доцент кафедри економіки і планування бізнесу
Одеський національний економічний університет

Обговорюються теоретичні і прикладні аспекти використання базових положень мікроекономіки задля визначення оптимального поєднання ресурсів у рамках N-факторних виробничих функцій. Застосування запропонованого алгоритму здійснюється на прикладі виробничих функцій, узагальнених функцією з постійною еластичністю заміщення факторів.
Ключові слова: *еквімаржинальний принцип, виробнича функція, заміщення факторів, оптимальна фондоозброєність.*

Обсуждаются теоретические и прикладные аспекты использования базовых положений микроэкономики для определения оптимального сочетания ресурсов в рамках N-факторных производственных функций. Применение предложенного алгоритма осуществляется на примере производственных функций, обобщенных функцией с постоянной эластичностью замещения факторов.
Ключевые слова: *еквимаржинальний принцип, производственная функция, замещение факторов, оптимальная фондовооруженность.*

Theoretical and practical aspects of using of basic microeconomics thesis for determining of an optimal mix of resources in N-factor production functions are discussed. Applying of the proposed algorithm is implemented on example of production functions, which are generalized by function with constant elasticity of substitution of factors.
Key words: *principle of equal margin, production function, substitution of factors, optimal capital-labor ratio.*

Постановка проблеми. Як відомо з теорії мікроекономіки, існує декілька головних цілей діяльності сучасного підприємства – максимізація прибутку, випуску продукції (робіт, послуг), частки ринку, доданої вартості тощо. Якщо економічні агенти товаровиробника (власники бізнесу, топ-менеджери, власники акцій) на даному етапі життєвого циклу визначили в якості основної мети максимізацію випуску продукції, то оптимізація діяльності підприємства повинна здійснюватися з урахуванням наступних положень економічної теорії.

Нехай товаровиробник використовує N ресурсів (факторів виробництва) X_1, X_2, …, X_N, що купуються за цінами p_1, p_2, …, p_N. Тоді оптимальна комбінація факторів має задовольняти, по-перше, бюджетне обмеження:

$$p_1X_1 + p_2X_2 + \ \dots \ + p_NX_N = C\,, \qquad (1)$$

де C – загальні витрати на всі види використовуваних ресурсів.

По-друге, еквімаржинальний принцип:

$$\frac{MP_1}{p_1} = \frac{MP_2}{p_2} = \dots = \frac{MP_N}{p_N}\,, \qquad (2)$$

де MP_1, MP_2, …, MP_N – граничні продукти (від англ. абревіатури *Marginal Products*) відповідних факторів виробництва.

Еквімаржинальний принцип полягає в тім, що зважені за цінами граничні продукти факторів виробництва мають бути вирівняні. Реалізуючи ці умови, підприємство досягає стану внутрішньої рівноваги, тобто найліпшого поєднання ресурсів, коли при заданих загальних витратах C забезпечується найбільший випуск продукції max$Y$, або при заданому випуску продукції Y – найменші загальні витрати min$C$.

Сучасне підприємство як ринково-виробнича система є складною, динамічною, відкритою системою, функціонування якої носить імовірнісний характер. Між обсягами вихідних ресурсів і обсягами готової продукції даної системи спостерігаються певні причинно-наслідкові залежності й зв'язки, які визначаються множиною чинників: рівнем системи, характером виробничих відносин, діючою технологією тощо. В основу математико-статистичних моделей ринково-виробничих систем покладено теорію виробничих функцій (ВФ), яка є важливим елементом побудови та використання кількісних методів на всіх рівнях управління економікою.

На мікрорівні існують сотні тисяч подібних математико-статистичних моделей, оскільки кожне підприємство має свою ВФ, яка вказує на існування даної альтернативної можливості одержання певного обсягу продукції при конкретному співвідношенні між виробничими факторами. Вона характеризує технологічний спосіб виробництва, обраний даним підприємством.

Задача полягає в тім, щоб у кожному конкретному випадку, для досліджуваної ринково-виробничої системи, що описується певною ВФ, визначити такі співвідношення ресурсів X_1/X_2, X_1/X_3, …, X_{N-1}/X_N, котрі б забезпечили оптимальні умови її функціонування, тобто при заданих загальних витратах C – найбільший випуск продукції Y або при заданому випуску продукції Y – найменшу величину C. Серед найбільш популярних в економічних дослідженнях ВФ можна вказати, принаймні, чотири взаємозв'язані моделі: 1) функцію з постійною еластичністю заміщення, або

CES-функцію (*Constant Elasticity of Substitution*); 2) функцію Кобба-Дугласа; 3) лінійну ВФ; 4) функцію Леонтьєва.

Іншими словами, має місце наступна проблема: як визначити оптимальне поєднання виробничих факторів у кожному конкретному випадку адекватного застосування певної ВФ, зокрема, вказаних вище чотирьох ВФ. Так, при $N = 2$, коли застосовується найбільш агрегована двофакторна модель з ресурсами «виробничі фонди» (капітал) K і «праця» L, виникає задача визначення оптимальної фондоозброєності K/L на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед авторів, які займалися останнім часом питаннями оптимізації економічної діяльності товаровиробника на базі ВФ, необхідно відзначити Р. Пиндайка, Д. Рабинфельда [1], В.М. Гальперина [2], Дж.М. Перлоффа (Perloff, 2014) [3], Д.Л. Дебертіна (Debertin, 2012) [4] та ін.

Наприклад, Дебертін розглядає алгебраїчні умови максимізації неокласичних ВФ на основі аналізу знаків добутків перших та других похідних адитивних і мультиплікативних моделей сільськогосподарського виробництва. Він наводить також геометричне тлумачення наявності локальних екстремумів та глобального максимуму на базі сідлових точок поверхні ВФ. При цьому Дебертін не пов'язує проблему максимізації випуску продукції з визначенням рівня оптимального поєднання виробничих факторів в рамках досліджуваних ВФ [4, с. 105-111].

Деякі аспекти проблеми, що розглядається, зустрічаються в публікаціях Д.Н. Боровського [5], М.В. Казакової [6], В.М. Подладчикова [7], С.С. Шумської [8], Черевко Є.В. [9] та ін. Однак, системний підхід до її вирішення в сучасній економічній літературі відсутній.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. До сих пір у мікроекономіці не проведено комплексного дослідження існуючих підходів до визначення оптимального поєднання ресурсів у рамках багатофакторних ВФ, зокрема, для математико-статистичних моделей, узагальнених *CES*-функцією. Тобто загальне розуміння даної проблеми існує, але відсутній універсальний методологічний інструментарій її вирішення.

Мета статті полягає в тім, щоб запропонувати широкому колу економістів доволі просту можливість економіко-математичного визначення оптимуму товаровиробника в рамках N-факторних ВФ на основі відомого в економічній теорії еквімаржинального принципу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що в разі вимірювання всіх ресурсів $X_1, X_2, \ldots, X_N$ у грошових одиницях їх граничні продукти теж знаходяться у вартісному вираженні. Тому формулу (2) можна представити так:

$$MP^*_1 = MP^*_2 = \ldots = MP^*_N, \qquad (3)$$

де $MP^*_1, MP^*_2, \ldots, MP^*_N$ – граничні продукти факторів виробництва, виражені через їх кількості в натуральному вимірі.

Отже, сутність еквімаржинального принципу полягає в рівності граничних продуктів виробничих факторів в умовах оптимального поєднання ресурсів підприємства. Наприклад, якщо p_1 – ціна однієї машино-години роботи технологічного устаткування в грн., а p_2 – тариф однієї людино-години праці в грн., то для підприємства в точці оптимуму буде виконуватися наступне співвідношення: *граничний продукт основних виробничих фондів, виражений у кількості машино-годин роботи технологічного устаткування, дорівнює граничному продукту живої праці, вираженому в кількості людино-годин роботи виробничого персоналу*.

З формули (3) випливає, що при оптимальному поєднанні ресурсів товаровиробника гранична норма заміщення виробничих факторів *MRS* (*Marginal Rate of Substitution*) набуває вигляд

$$MRS_{ij} = \frac{MP*_j}{MP*_i} = 1, \ (i = 1, 2, \ldots, N; \ j = 1, 2, \ldots, N), \qquad (4)$$

тобто дорівнює одиниці [10; 11].

Легко довести справедливість і зворотного твердження: якщо для граничної норми заміщення виробничих факторів виконується умова (4), то підприємство як товаровиробник знаходиться в точці оптимуму.

З урахування отриманих теоретичних результатів доходимо до наступного висновку: *пошук оптимального співвідношення ресурсів у рамках N-факторних ВФ зводиться до визначення виразу граничної норми заміщення вказаних ресурсів і прирівнювання її до одиниці*.

Отже, ми пропонуємо пошук оптимуму товаровиробника в рамках N-факторних ВФ проводити з використанням наступної рівності:

$$MRS_{ij} = \frac{\partial Y}{\partial X_j} : \frac{\partial Y}{\partial X_i} = \frac{f'_j(X_1, X_2, \ldots, X_N)}{f'_i(X_1, X_2, \ldots, X_N)} = 1. \qquad (5)$$

Розглянемо, як впливають властивості конкретних ВФ на застосування формули (5) у процесі визначення оптимального співвідношення виробничих факторів. Очевидно, що гранична норма заміщення ресурсів MRS_{ij} буде дійсним числом при виконанні математичної умови $f'_i(X_1, X_2, \ldots, X_N) \neq 0$, тобто граничні продукти всіх факторів MP^*_i, MP^*_j у рамках даної ВФ вирізняються від нуля. Вказана умова зазвичай виконується для субституційних ВФ, у яких еластичність заміщення факторів не дорівнює нулю ($\sigma_{ij} \neq 0$). Це означає, що виробничі ресурси є певною мірою взаємозамінними, тобто деяка кількість одного виробничого фактора може бути компенсована відповідною кількістю іншого. Цю властивість називають гіпотезою про взаємозамінність факторів, або припущенням про їх ненульове заміщення. До субституційних ВФ відноситься функція Кобба-Дугласа ($\sigma_{ij} = 1$), лінійна

ВФ (σ_{ij} = +∞), для якої характерне абсолютне заміщення, та ін.

У лімітаційних ВФ між витратами ресурсів виробництва і кількістю продукції, що випускається, існують жорсткі технічні співвідношення, тобто певний виробничий результат може бути досягнутий у разі єдиної ефективної комбінації факторів. Найвідоміша функція цього виду – ВФ Леонтьєва (σ_{ij} = 0). Такі функції використовують для моделювання строго детермінованих виробничих процесів, у яких не припустимі відхилення від установлених норм використання ресурсів на одиницю продукції.

Приймаючи до уваги наведені міркування, можна стверджувати, що запропонований підхід до пошуку оптимального співвідношення ресурсів справедливий лише у рамках субституційних *N*-факторних ВФ, для яких характерне ненульове заміщення факторів.

З формули (5) оптимальне поєднання ресурсів знаходиться досить просто з урахуванням математичного вираження конкретної ВФ. Покажемо це на прикладі найбільш популярної в економічних дослідженнях двофакторної (*N* = 2) ВФ Кобба-Дугласа:

$$Y = AK^{\alpha}L^{\beta}, \qquad (6)$$

де *A* – коефіцієнт шкали (0 < *A*); *α*, *β* – параметри, що визначають еластичність випуску продукції за окремими факторами (0 < *α* < 1, 0 < *β* < 1).

При виконанні обмежень на невідомі параметри, які вказані в дужках, ВФ (6) відноситься до неокласичних функцій. При цьому бюджетне обмеження (1) має вигляд: *K* + *L* = *C*.

Перші частинні похідні вираження ВФ Кобба-Дугласа по *K* і *L* дорівнюють:

$$\frac{\partial Y}{\partial K} = A\alpha K^{\alpha-1}L^{\beta}; \quad \frac{\partial Y}{\partial L} = A\beta K^{\alpha}L^{\beta-1}. \qquad (7)$$

Для ВФ (6) запишемо умову (5):

$$MRS_{LK} = \frac{\partial Y}{\partial K} : \frac{\partial Y}{\partial L} = \frac{A\alpha K^{\alpha-1}L^{\beta}}{A\beta K^{\alpha}L^{\beta-1}} = 1. \qquad (8)$$

Звідси оптимальна фондоозброєність K_1/L_1 визначається так:

$$\frac{K_1}{L_1} = \frac{\alpha}{\beta}, \qquad (9)$$

тобто вкладення коштів у виробничі фонди і робочу силу буде оптимальним у пропорції еластичності випуску продукції за окремими факторами за умови адекватності математико-статистичної моделі, що заснована на ВФ (6).

Перевіримо справедливість отриманої формули (9) за допомогою математичного аналізу ВФ Кобба-Дугласа з метою визначення оптимальної фондоозброєності за критерієм «максимум випуску продукції». Для вирішення поставленого завдання виразимо *L* з рівняння зв'язку *L* = *C* – *K*, підставимо в формулу (6) і будемо шукати її максимум.

$$Y = AK^{\alpha}\left(C-K\right)^{\beta} \rightarrow max. \qquad (10)$$

Знайдемо $\frac{\partial Y}{\partial K}$ – першу частинну похідну функції (10) по К на відрізку [0; *C*] і визначимо критичні точки, в яких вона дорівнює 0 або ∞. У результаті елементарних перетворень отримаємо:

$$\frac{\partial Y}{\partial K} = AK^{\alpha-1}\left(C-K\right)^{\beta-1}\left[a\left(C-K\right)-\beta K\right] \qquad (11)$$

Очевидно, що $\frac{\partial Y}{\partial K} = 0$, коли один із співмножників формули (11) дорівнює 0. З урахуванням неокласичних умов *A* > 0, *K* > 0, *L* > 0 вираження (11) дорівнює нулю при *a*(*C* – *K*) – *βK* = 0. Звідси випливає, що точка

$$K_1 = \frac{\alpha}{\alpha+\beta}C_1 \qquad (12)$$

є критичною. З формули (12) і співвідношення $L_1 = C_1 - K_1$ слідує

$$L_1 = \frac{\beta}{\alpha+\beta}C_1. \qquad (13)$$

Розділив вираженням (12) на (13), отримаємо шукану оптимальну фондоозброєність K_1/L_1, яка повністю співпадає з виразом формули (9).

Виразивши K_1 із формули (9) і підставивши у функцію (6), знайдемо максимальний випуск продукції в умовах оптимальної фондоозброєності й адекватності ВФ Кобба-Дугласа економічному явищу, що досліджується:

$$K_1 = \frac{\alpha}{\beta}L_1; \quad Y_{MAX} = \left(\frac{\alpha}{\beta}\right)^{\alpha} L_1^{\alpha+\beta}. \qquad (14)$$

Розглянемо реалізацію запропонованого підходу до визначення оптимальної фондоозброєності для *CES*-функції

$$Y = A_0\left[A_1K^{-p} + (1-A_1)L^{-p}\right]^{-\frac{\gamma}{p}}, \qquad (15)$$

де A_0 – коефіцієнт шкали (0 < A_0); A_1 – коефіцієнт ваги виробничого фактора (0 < A_1 < 1); *p* – параметр заміщення (-1 < *p*); *γ* – показник ступеня однорідності ВФ (0 < *γ*).

При виконанні обмежень на невідомі параметри, що вказані в дужках, ВФ (15) теж відноситься до неокласичних функцій. Її еластичність заміщення факторів визначається параметром *p* (σ_{ij}= 1/(1 + *p*)), тобто вона постійна (σ_{ij} = const), але може набувати будь-якого значення. Так при *p* = 0, σ_{ij} = 1 *CES*-функція перетворюється у ВФ Кобба-Дугласа, при *p* = -1, σ_{ij} = +∞ вона виступає у формі лінійної функції, при *p* = +∞, σ_{ij} = 0 ВФ (15) представляється функцією Леонтьєва. Іншими словами, *CES*-функція узагальнює вказані три найбільш відомі в економічних дослідженнях ВФ.

Перші частинні похідні ВФ (15) по *K* і *L* дорівнюють:

$$\frac{\partial Y}{\partial K} = \frac{A_1}{A_0^{\,p}}\left(\frac{Y}{K}\right)^{1+p}; \quad \frac{\partial Y}{\partial L} = \frac{1-A_1}{A_0^{\,p}}\left(\frac{Y}{L}\right)^{1+p}. \qquad (16)$$

Тоді умова (5) для *CES*-функції запишеться наступним чином:

$$MRS_{LK} = \frac{\partial Y}{\partial K} : \frac{\partial Y}{\partial L} = \frac{A_1}{1-A_1}\left(\frac{L}{K}\right)^{1+p} = 1. \qquad (17)$$

Звідси оптимальна фондоозброєність K_1/L_1 визначається так:

$$\frac{K_1}{L_1} = \left(\frac{A_1}{1-A_1}\right)^{\frac{1}{1+p}}. \quad (18)$$

Максимальний випуск продукції в умовах оптимальної фондоозброєності й адекватності ВФ (15) економічному явищу, що досліджується, дорівнює:

$$K_1 = L_1\left(\frac{A_1}{1-A_1}\right)^{\frac{1}{p+1}}; Y_{MAX} = A_0 L_1^{\left(\gamma+\frac{\gamma}{p}\right)}[(1-A_1)C_1]^{-\frac{\gamma}{p}}. \quad (19)$$

Перевірку справедливості отриманої формули (18) за допомогою математичного аналізу *CES*-функції за критерієм «максимум випуску продукції» наведено в роботах автора [12-14].

Проілюструємо наведену процедуру використання ВФ (15) за даними статистичної звітності приватного м'ясопереробного підприємства «Гармаш» за 2005-2015 рр. (табл. 1).

Оскільки дані табл. 1 відображають динаміку змінних *Y, K, L* у часі, то *CES*-функція потребує динамізації, яка полягає у додатковому співмножнику, що відображає вплив на Y нейтрального НТП, тобто усіх факторів, окрім *K* і *L*. У цьому випадку формула (15) перетворюється до вигляду:

$$Y = A_0 e^{\lambda t}[A_1 K^{-p} + (1-A_1)L^{-p}]^{-\frac{1}{p}}, \quad (20)$$

де λ – темп приросту нейтрального НТП; t – змінна часу (t = 1, 2, …, m),

За даними табл. 1 побудуємо динамізовану *CES*-функцію, що моделює залежність реалізованої продукції ПП «Гармаш» від розміру основних виробничих фондів (капіталу) і витрат на оплату праці. Ітеративний алгоритм такої побудови можна знайти в роботі [15]. На шостій ітерації було отримане оптимальне рішення (табл. 2).

Таким чином, шукана *CES*-функція в явному вигляді записується так:

$$Y = 0{,}6951e^{0{,}0364t}[0{,}6025K^{0{,}1071} + 0{,}3975L^{0{,}1071}]^{9{,}3350}. \quad (21)$$

Тут параметр моделі p знайдений через оцінене значення еластичності заміщення ресурсів σ = 1,11997. Рівняння (21) досить точно описує динаміку реалізованої продукції на ПП «Гармаш» за 2005-2015 рр.: коефіцієнт детермінації R^2 = 0,9997; сума квадратів залишків моделі *RSS* = 0,0003; критерій Дарбіна-Уотсона *DW* = 2,279 (оптимальне значенні 2,0).

Таблиця 1

Вихідні дані для моделювання динаміки реалізованої продукції ПП «Гармаш»

Роки	*Y*, тис. грн.	*K*, тис. грн.	*L*, тис. грн.	*t*	*K / L*
2005	14820	13978	851	1	16,42538
2006	23439	14690	1401	2	10,48537
2007	40538	17644,5	2409	3	7,324408
2008	46790	23492,5	2839	4	8,274921
2009	42603	26834	3502	5	7,662479
2010	43214	30933	4913	6	6,296153
2011	53988	36957	7940	7	4,654534
2012	68049	37001,5	9202	8	4,021028
2013	67577	38113	8959	9	4,254158
2014	60321	42575	9591	10	4,439057
2015	66149	49128	8293	11	5,924032

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Результати статистичного моделювання рівняння (20) за даними табл. 1

Ітерації	6
Константа *B*	0,695057496
Науково-технічний прогрес λ	0,036406882
Еластичність заміщення ресурсів σ	1,119975315
Параметр розподілу δ	0,602481383
Стандартна похибка *B*	0,072653509
Стандартна похибка λ	0,010552778
Стандартна похибка σ	0,512748173
Стандартна похибка δ	0,089507862
Скоригований коефіцієнт детермінації R_2	0,999661768
Сума квадратів регресійних залишків *RSS*	0,000310241
Коефіцієнт Дарбіна-Уотсона *DW*	2,279238999

Джерело: розраховано автором

Величина темпу приросту нейтрального науково-технічного прогресу λ = 0,0364 показує, що на досліджуваному підприємстві в середньому за рік реалізація зростала на 3,64 % під впливом усіх чинників, окрім зміни капіталу та праці.

На основі параметрів моделі (21) розрахуємо показник оптимальної фондоозброєності за першою формулою (18) для ПП «Гармаш» за 2005-2015 рр.:

$$(K/L)^* = \left(\frac{0,6025}{1-0,6025}\right)^{\frac{1}{1+0,1071}} = 1,5931.$$

Якщо звернутись до даних останнього стовпця табл. 1, то можна побачити, що фактична фондоозброєність на підприємстві суттєво перевищує оптимальну. Це означає, що виробничі фонди на ПП «Гармаш» знаходяться у надлишку. Даний висновок підтвердила і побудована ВФ Кобба-Дугласа: коефіцієнт при змінній ln(K) виявився статистично незначущим, ненадійним (критерій Стьюдента дорівнює -0,358, р-значущість 0,73).

Найближче до оптимального фактичне значення фондоозброєності (4,021) спостерігалося у 2012 р. і в цьому році підприємство дійсно одержало максимальну за досліджуваний період реалізовану продукцію 68049 тис. грн.

Виникає питання: яку виручку від реалізації ПП «Гармаш» отримало б у 2012 р. при оптимальній фондоозброєності 1,5931? Щоб відповісти на нього, скористаємось перетвореною другою формулою (19) з урахуванням її динамізації:

$$Y_{MAX} = A_0 e^{\lambda t} L(1-A_1)^{-\frac{1}{p}} \left[\left(\frac{K_1}{L_1}\right)+1\right]^{-\frac{1}{p}} =$$

$$= 0,6951 \times 2,718282^{0,0364\times 8} 9202 \cdot$$

$$\cdot (1-0,6025)^{9,335} [1,5931+1]^{9,335} =$$

$$= 70446,33 \quad тис. \quad грн.$$

Отже, резерв росту реалізованої продукції за рахунок оптимізації фондоозброєності (продажу частини невикористаних виробничих фондів і вкладання коштів у робочу силу) складає на підприємстві 70446 – 68049 = 2397 тис. грн.

Обговоримо запропонований принцип визначення оптимальної фондоозброєності задля двофакторної лінійної ВФ:

$$Y = A_2K + A_3L, \qquad (22)$$

де A_2, A_3 – параметри лінійної функції, що виражають граничні продукти виробничих факторів «основні фонди» і «праця».

Лінійна функція не відноситься до неокласичних, оскільки для неї не виконуються умови $K > 0$, $L > 0$. Однак, її заміщення факторів є абсолютним.

Перші частинні похідні вираження (22) по K і L дорівнюють A_3, A_4. Тому оптимальна фондоозброєність не залежить від конкретних значень K, L, однак, згідно умові (5), повинна виконуватись рівність $A_2 = A_3$. Це означає, що безліч точок прямої, якій відповідають сукупні витрати $C_1 = K_1 + L_1$ забезпечують оптимальну фондоозброєність. При цьому максимум продукції у вартісному вираженні дорівнює $Y_{MAX} = A_3C_1 + A_2$. Більш детально вказані питання обговорюються в роботах [16; 17].

Як зазначалося вище, реалізувати запропонований підхід до пошуку оптимального співвідношення ресурсів в рамках лімітаційної ВФ Леонтьева неможливо внаслідок нульового заміщення її факторів. Покажемо, що це дійсно так. Представимо двофакторну ВФ Леонтьева наступним чином:

$$Y = min\left(\frac{K}{c_1}; \frac{L}{c_2}\right), \qquad (23)$$

де c_1 – фондомісткість одиниці продукції ($0 < c_1$); c_2 – трудомісткість одиниці продукції ($0 < c_2$).

ВФ (23) теж не відноситься до неокласичних, оскільки не є двічі диференційованою. Для ВФ Леонтьєва граничні продукти факторів K, L дорівнюють нулю і гранична норма заміщення (5) представляє собою невизначеність типу 0/0. Перевіримо це ствердження:

$$MP_K = min\left(\frac{K+1}{c_1}; \frac{L}{c_2}\right) - min\left(\frac{K}{c_1}; \frac{L}{c_2}\right) = \frac{L}{c_2} - \frac{L}{c_2} = 0;$$

$$MP_L = min\left(\frac{K}{c_1}; \frac{L+1}{c_2}\right) - min\left(\frac{K}{c_1}; \frac{L}{c_2}\right) = \frac{K}{c_1} - \frac{K}{c_1} = 0. \qquad (24)$$

Між тим, шляхом математичного аналізу ВФ (23) за критерієм «максимум випуску продукції» досить легко показати, що її «оптимальна» (у сенсі зберігання ресурсів на складі) фондоозброєність дорівнює [16; 17]:

$$\frac{K_1}{L_1} = \frac{c_1}{c_2}. \qquad (25)$$

У вказаних точках випуск продукції при заданих загальних витратах C_1 дорівнює $Y = C_1/(c_1 + c_2)$.

Висновки з проведеного дослідження. Розвиток ідей теорії мікроекономіки і приклади визначення оптимальної фондоозброєності для двофакторних ВФ, узагальнених *CES*-функцією, показують простоту й ефективність запропонованого підходу до пошуку оптимуму товаровиробника, який визначає екстремальні співвідношення між випуском продукції і агрегованими виробничими чинниками. Виняток складають ВФ з нульовим заміщенням, наприклад, функція Леонтьева.

Щодо перспектив подальших досліджень у даному напрямі, то ми бачимо певний науковий інтерес у визначенні оптимальних співвідношень факторів для багатофакторних ВФ, а також для двофакторних ВФ, відмінних від функцій, узагальнених *CES*-функцією, – ВФ Аллена, Солоу та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пиндайк Р., Рабинфельд Д. Микроэкономика / Р. Пиндайк, Д. Рабинфельд. – Пер. с англ. С. Жильцов, А. Железниченко. – СПб. : Питер, 2002. – 608 с.

2. Гальперин В. М. Микроэкономика / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. В 2-х томах.

Институт «Экономическая школа». – СПб, 2004. – 482 с.

3. Perloff J. M. (2014) Microeconomics. Chapter 7 : Costs. Available at : http://wps.aw.com/bp_perloff_microecon_7/242/61990/15869495.cw/content/index.html

4. Debertin D. L. (2012) Agricultural Production Economics. Amazon Createspace. p. 413.

5. Боровской Д. Н. Производственные функции и проблема выбора экономико-математической модели активного элемента / Д. Н. Боровской // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. – 2008. – №1(28). – С. 172-177.

6. Казакова М. В. Анализ свойств производственных функций, используемых при декомпозиции экономического роста / М. В. Казакова, 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rnp/wpaper/31.pdf

7. Подладчиков В. Н. Микроэкономика. Производственные функции / Подладчиков В. Н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://i.kpi.ua/podladchikov/-menu=micro-firm-2-.htm

8. Шумська С. С. Виробнича функція в економічному аналізі : теорія і практика використання / С. С. Шумська // Економіка прогнозування. – 2007. – № 2. – С. 138-153.

9. Черевко Є. В. Оптимальна фондоозброєність та початковий капітал / Є. В. Черевко // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса, ОДЕУ. – 2007. – № 26. – С. 359-365.

10. Янковий В. О. Визначення оптимальної фондоозброєності в двофакторних виробничих функціях / В. О. Янковий / Матер. Міжнародної науково-практичної конф. «Міжнародне науково-технічне співробітництво : механізми та стратегії», 31 березня 2017 р. – Львів. – С. 113-116.

11. Янковий В. О. Еквімаржинальний принцип і виробничі функції / В. О. Янковий / Збірник матер. всеукр. науково-практич. конф. «Економічне зростання та конкурентоспроможність національного господарства : стратегії, напрями та пріоритети», 14-15 квітня 2017 р. – Київ. – С. 101-105.

12. Янковий В. О. Нові аналітичні можливості неокласичних виробничих функцій / В. О. Янковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса, ОНЕУ. – 2016. – № 61. – С. 136-145.

13. Янковой В. А. Математический анализ неоклассических производственных функций / В. А. Янковой // Економіка : реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 2(24). – С. 78-83 [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн. : http://economics.opu.ua/files/archive/2016/No2/78.pdf

14. Янковий В. О. Оптимальна фондоозброєність і оцінка зон беззбиткового інвестування на базі виробничих функцій / В. О. Янковий // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – Харків, 2016. – № 3 (14), т. 1. – С. 88-92.

15. Математическая экономика на персональном компьютере : Пер. с япон. / М. Кубинива, М. Табата, С. Табата, Ю. Хасэбэ; под ред. М. Кубинива. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 304 с.

16. Янковий В. О. До проблеми оптимального поєднання факторів у рамках виробничої функції / В. О. Янковий // Науковий вісник Чернівецького університету : Економіка. – Вип. 777-778. – Чернівці, 2016. – С. 12-19.

17. Янковий В. О. Особливості визначення оптимальної фондоозброєності на базі лінійної виробничої функції і функції Леонтьєва / В. О. Янковий // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2016. – № 4, т. 2. – С. 281-285.

REFERENCES:

1. Pindayk R., Rabinfel'd D. Mikroekonomika / R. Pindayk, D. Rabinfel'd. – Per. s angl. S. Zhil'tsov, A. Zheleznichenko. – SPb. : Piter, 2002. – 608 s.

2. Gal'perin V. M. Mikroekonomika / V. M. Gal'perin, S. M. Ignat'ev, V. I. Morgunov. V 2-kh tomakh. Institut "Ekonomicheskaya shkola". – SPb, 2004. – 482 s.

3. Perloff J. M. (2014) Microeconomics. Chapter 7 : Costs. Available at : http://wps.aw.com/bp_perloff_microecon_7/242/61990/15869495.cw/content/index.html

4. Debertin D. L. (2012) Agricultural Production Economics. Amazon Createspace. p. 413.

5. Borovskoy D. N. Proizvodstvennye funktsii i problema vybora ekonomiko-matematicheskoy modeli aktivnogo elementa / D. N. Borovskoy // Radioelektronni i komp'yuterni sistemi. – 2008. – № 1(28). – S. 172-177.

6. Kazakova M. V. Analiz svoystv proizvodstvennykh funktsiy, ispol'zuemykh pri dekompozitsii ekonomicheskogo rosta / M. V. Kazakova, 2013 [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rnp/wpaper/31.pdf

7. Podladchikov V. N. Mikroekonomika. Proizvodstvennye funktsii / Podladchikov V. N. [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : http://i.kpi.ua/podladchikov/-menu=micro-firm-2-.htm

8. Shumska S. S. Vyrobnycha funktsiia v ekonomichnomu analizi : teoriia i praktyka vykorystannia / S. S. Shumska // Ekonomika prohnozuvannia. – 2007. – # 2. – S. 138-153.

9. Cherevko Ye. V. Optymalna fondoozbroienist ta pochatkovyi kapital / Ye. V. Cherevko // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – Odesa, ODEU. – 2007. – # 26. – S. 359-365.

10. Yankovyi V. O. Vyznachennia optymalnoi fondoozbroienosti v dvofaktornykh vyrobnychykh funktsiiakh / V. O. Yankovyi / Mater. Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konf. «Mizhnarodne naukovo-tekhnichne spivrobitnytstvo : mekhanizmy ta stratehii», 31 bereznia 2017 r. – Lviv. – S. 113-116.

11. Yankovyi V. O. Ekvimarzhynalnyi pryntsyp i vyrobnychi funktsii / V. O. Yankovyi / Zbirnyk mater. vseukr. naukovo-praktych. konf. «Ekonomichne zrostannia ta konkurentospromozhnist natsionalnoho hospodarstva : stratehii, napriamy ta priorytety», 14-15 kvitnia 2017 r. – Kyiv. – S. 101-105.

12. Yankovyi V. O. Novi analitychni mozhlyvosti neoklasychnykh vyrobnychykh funktsii / V. O. Yankovyi // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – Odesa, ONEU. – 2016. – # 61. – S. 136-145.

13. Yankovoi V. A. Matematycheskyi analyz neoklassycheskykh proyzvodstvennыkh funktsyi / V. A. Yankovoi // Ekonomika : realii chasu. Naukovyi zhurnal. – 2016. – # 2(24). – S. 78-83 [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do zhurn. : http://economics.opu.ua/files/archive/2016/No2/78.pdf

14. Yankovyi V. O. Optymalna fondoozbroienist i otsinka zon bezzbytkovoho investuvannia na bazi vyrobnychykh

funktsii / V. O. Yankovyi // Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryiemnytstva. – Kharkiv, 2016. – # 3 (14), t. 1. – S. 88-92.

15. Matematicheskaya ekonomika na personal'nom komp'yutere : Per. s yapon. / M. Kubiniva, M. Tabata, S. Tabata, Yu. Khasebe; pod red. M. Kubiniva. – M. : Finansy i statistika, 1991. – 304 s.

16. Yankovyi V. O. Do problemy optymalnoho poiednannia faktoriv u ramkakh vyrobnychoi funktsii / V. O. Yankovyi // Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu : Ekonomika. – Vyp. 777-778. – Chernivtsi, 2016. – S. 12-19.

17. Yankovyi V. O. Osoblyvosti vyznachennia optymalnoi fondoozbroienosti na bazi liniinoi vyrobnychoi funktsii i funktsii Leontieva / V. O. Yankovyi // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – Khmelnytskyi, 2016. – # 4, t. 2. – S. 281-285.

Yankovyi V.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics and Business Planning
Odessa National Economic University

SEARCHING FOR MANUFACTURER'S OPTIMUM IN N-FACTOR PRODUCTION FUNCTIONS

Theoretical, methodological and application aspects of basic microeconomics thesis for determining the optimal mix of resources in the N-factor production functions are discussed. In particular, it is proposed to apply the economic theory known as principle of equal margin, according to which weighted by prices marginal products of inputs should be aligned. Implementing these conditions, the company reaches a state of inner balance out the best combination of resources that, when given the total cost provides the largest output, or for a given output - the lowest overall cost of capital.

The proposed algorithm applied on the example of two-factor function, generalized by function with constant elasticity of substitution of factors (CES-function). These are Cobb-Douglas production function, linear function, Leontiev's function. The determination of producer's optimum reviewed on their case in two ways: on the basis of a single marginal rate of substitution of resources as well as through mathematical analysis of functions according to the criterion of "maximum output" provided identical results.

It is shown that the first method is much simpler, but it is suitable only for functions with nonzero substitution of resources. So for limitation production functions (e.g. Leontiev's function) it can be used not as a result of zero marginal products of inputs.

The approach to determine of the producer's optimum demonstrated by CES-function on the example of the private meat processing enterprise "Garmash". These revealed a non-optimal capital-labour ratio and let calculate the reserves of output potential if the surplus basic production funds would be liquidated.

ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION IN THE CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INFORMATIONAL ECONOMY

УДК 330.101

Якубек П.
асистент кафедри менеджменту та економіки
ВНЗ «Дубницький технологічний інститут»

У статті визначено, що концептуальною основою системи забезпечення інноваційного розвитку сфери вищої освіти є отримання результатів від взаємодії екзогенних (глобалізаційних, міждержавних) та ендогенних (ресурсно-функціональних) факторів. Обґрунтовано напрями та сформовано інституційну структуру інноваційного розвитку на основі посилення, послаблення або ж нівелювання ідентифікованих факторів в умовах становлення інформаційної економіки. На основі проведеного дослідження із використанням економіко-математичних і експертних методів, обґрунтовано та апробовано сукупність факторів, які найбільш відчутно впливають на формування і реалізацію стратегії інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах інформаційної економіки України. Аналіз досвіду провідних європейських країн дозволив ідентифікувати основні інструменти фінансування сфери вищої освіти, які можливо адаптувати до вітчизняних реалій.

Ключові слова: *сфера вищої освіти, фактори, інноваційний розвиток, інформаційна економіка, стратегія.*

В статье определено, что концептуальной основой системы обеспечения инновационного развития сферы высшего образования является получение результатов от взаимодействия экзогенных (глобализационных, межгосударственных) и эндогенных (ресурсно-функциональных) факторов. Обоснованы направления и сформирован институциональную структуру инновационного развития на основе усиления, ослабления или нивелирования идентифицированных факторов в условиях становления информационной экономики. На основе проведенного исследования с использованием экономико-математических и экспертных методов, обоснована и апробирована совокупность факторов, которые наиболее ощутимо влияют на формирование и реализацию стратегии инновационного развития сферы высшего образования в условиях информационной экономики Украины. Анализ опыта ведущих европейских стран позволил идентифицировать основные инструменты финансирования сферы высшего образования, возможно адаптировать к отечественным реалиям.

Ключевые слова: *сфера высшего образования, факторы, инновационное развитие, информационная экономика, стратегия.*

The article defines that the conceptual basis of the system of providing innovative development of the sphere of higher education is the obtaining of results from the interaction of exogenous (globalizing, interstate) and endogenous (resource-functional) factors. The directions are substantiated and the institutional structure of innovation development is formed on the basis of strengthening, weakening or leveling of the identified factors in the conditions of the formation of the information economy. On the basis of the conducted research using economic-mathematical and expert methods, a set of factors that substantially influence the formation and implementation of the strategy of innovative development of the sphere of higher education in the conditions of the information economy of Ukraine is substantiated and tested. The analysis of the experience of the leading European countries allowed identifying the main instruments of financing higher education, which can be adapted to the national realities.

Key words: *sphere of higher education, factors, innovation development, information economy, strategy.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах одним із визначальних показників соціально-економічного розвитку держави є рівень розвитку вищої освіти. Формування та забезпечення належного функціонування механізмів державного регулювання інноваційним розвитком вищої освіти є обов'язковою умовою розвитку економіки України у напрямі техніко-технологічного та інноваційного зростання. Це завдання постає особливо актуальним сьогодні, в умовах становлення інформаційної економіки, коли кожна країна, яка прагне зайняти гідне місце у міжнародному поділі праці та забезпечити конкурентоспроможність продукції своїх компаній на світовому ринку, повинна залучати до всіх сфер висококваліфікованих фахівців.

У зв'язку з швидким зростанням ринку інноваційної продукції та високим рівнем конкуренції даного ринку доцільним рішенням стає пошук шляхів розвитку вітчизняної сфери вищої освіти. Розглядаючи основні види інновацій та можливі напрями їх реалізації, що слугує забезпеченню модернізації сфери вищої освіти відповідно до новітніх викликів інформаційної економіки, необхідним є визначення сутності інноваційного розвитку вищої освіти як системи, та факторів, які на неї впливають.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання управління розвитком вищої освіти є предметом наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних науковців, таких як Ф. Альтбах, М. Білинська, М. Баймуратов, Е. Берген, А. Вербицька, Й. Возницький, М. Генрі, Т. Гладка, Д. Джевуляк, С. Крисюк, О. Кудрейко, В. Куклін, В. Козаков, Б. Лінгард, К. Левківський, І. Лопушинський, А.

Мазак, К. Пішеніна, С. Тейлор, Ф. Різві, В. Хаддад та інші.

Фундаментальні засади забезпечення стратегічного інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах становлення інформаційної економіки закладають науковці: С. Бурлуцька, В. Вахштайн, О. Віталій, О. Гладков, В. Жаміна, Є. Жильцова, В. Іванов, С. Клепко, Д. Козоріз, В. Луговий, А. Мюллер-Армак, С. Натрошвілі, О. Руденко, В. Семиноженко, Б. Смирнов, М. Степко, Т. Шестаковська та ін.

Формування цілей статті. Метою статті є вивчення особливостей становлення та розвитку системи забезпечення інноваційного розвитку сфери вищої освіти та факторів, які на неї впливають в умовах інформаційної економіки.

Виклад основного матеріалу. Для визначення напрямів та засобів реалізації системи інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах інформаційної економіки необхідно ідентифікувати фактори, які впливають на характер та інтенсивність цього процесу. У свою чергу, сам процес реалізації системи інноваційного розвитку сфери вищої освіти виступає як результат взаємодії сукупності факторів. Теоретико-концептуальна конструкція складових та факторів інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах інформаційної економіки представлена на рис. 1.

Представлена структура факторів та їх впливу на інновації дає змогу обґрунтувати напрями розвитку сфери вищої освіти шляхом посилення, послаблення або ж нівелювання факторів, що слугують детермінантами середовища інноваційного розвитку вищої освіти в інформаційній економіці.

Вища освіта в Україні має необхідний потенціал для досягнення міжнародного рівня за умови опанування інноваційного шляху розвитку. Констатовано, що позитивними результатами забезпечення інноваційного розвитку сфери вищої освіти в Україні упродовж останніх років є: зростання питомої ваги державних витрат на вищу освіту та питомої ваги докторів і кандидатів наук; суттєве збільшення кількості дослідників сфери вищої освіти, які здійснюють наукові дослідження та розробки; зростання обсягів фінансування наукових досліджень і розробок у вищій освіті (суттєво збільшилось фінансування науково-технічних розробок). У свою чергу, розраховані відносні показники обсягу ВВП на одну гривню державних витрат на вищу освіту та обсягу реалізованої інноваційної продукції на одного зайнятого з вищою освітою за досліджуваний період знизилися приблизно удвічі, що негативно впливає на інноваційний розвиток сфери вищої освіти в Україні [1-3].

У сфері вищої освіти, як і в інших сферах національної економіки, проявляються різнопланові виклики, які містять ризики (різного ступеня та спрямування) для успішного інноваційного розвитку в умовах інформаційної економіки. На основі проведеного дослідження із використанням економіко-математичних і експертних методів, обґрунтовано та апробовано сукупність чинників, які найбільш відчутно впливають на формування і реалізацію стратегії інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах інформаційної економіки України [4-5].

Такі чинники представлено в трьох групах: 1) макроекономічні (демографічна криза, яка проявилася через стрімке зниження кількості абітурієнтів; обмеження бюджетних ресурсів, що проявилося у зниженні обсягів фінансування сфери вищої освіти; непрогнозована інфляція, через яку заклади вищої освіти не можуть планувати власну цінову політику; відсутність можливостей для використання традиційних форм підтримки попиту на освітні послуги; відсутність достатнього рівня інноваційної культури в суспільстві та економіці, традиційна слабкість зв'язків між інститутами науки, освіти й виробництва, що гальмує адаптацію сфери вищої освіти до умов ринкової інформаційної економіки); 2) секторальні (принципово різний статус закладів сфери вищої освіти; відсутність стандартизованих методик формування ціни вироблених (наданих) освітніх послуг, через що заклади сфери вищої освіти в конкурентній боротьбі часто вдаються до цінових методів просування таких послуг; необхідність фактичного виробництва не лише освітніх, а й супутніх послуг, які хоча і є оплатними, але часто не мають для сфери вищої освіти економічної привабливості); 3) регуляторні (жорстке регламентування різних складників операційної діяльності; наявність спеціалізованих органів й установ, що здійснюють державний контроль та нагляд при виробництві (наданні) освітніх послуг у сфері вищої освіти; неможливість отримання прибутку закладами державної та комунальної форми власності сфери вищої освіти від комерціалізації результатів наукових досліджень).

Глобальні тенденції розвитку освітніх систем, у тому числі в сфері вищої освіти, створюють передумови для вивчення, узагальнення й поширення результатів досвіду розроблення й реалізації стратегічних рішень на рівні вищої освіти різних країн світу. Реакція сфери вищої освіти на виклики глобалізації полягає, насамперед, у зростанні якості освітнього продукту (сукупності освітніх послуг) відповідно до світових стандартів, широкому впровадженні сучасних освітніх технологій, орієнтації навчальних програм на запити роботодавців, урахуванні стандартів та принципів, зафіксованих у документах міжнародного рівня. Тому інноваційний розвиток вищої освіти, насамперед через модернізацію її інститутів, стає основою динамічного зростання країни, фактором добробуту громадян та необхідною

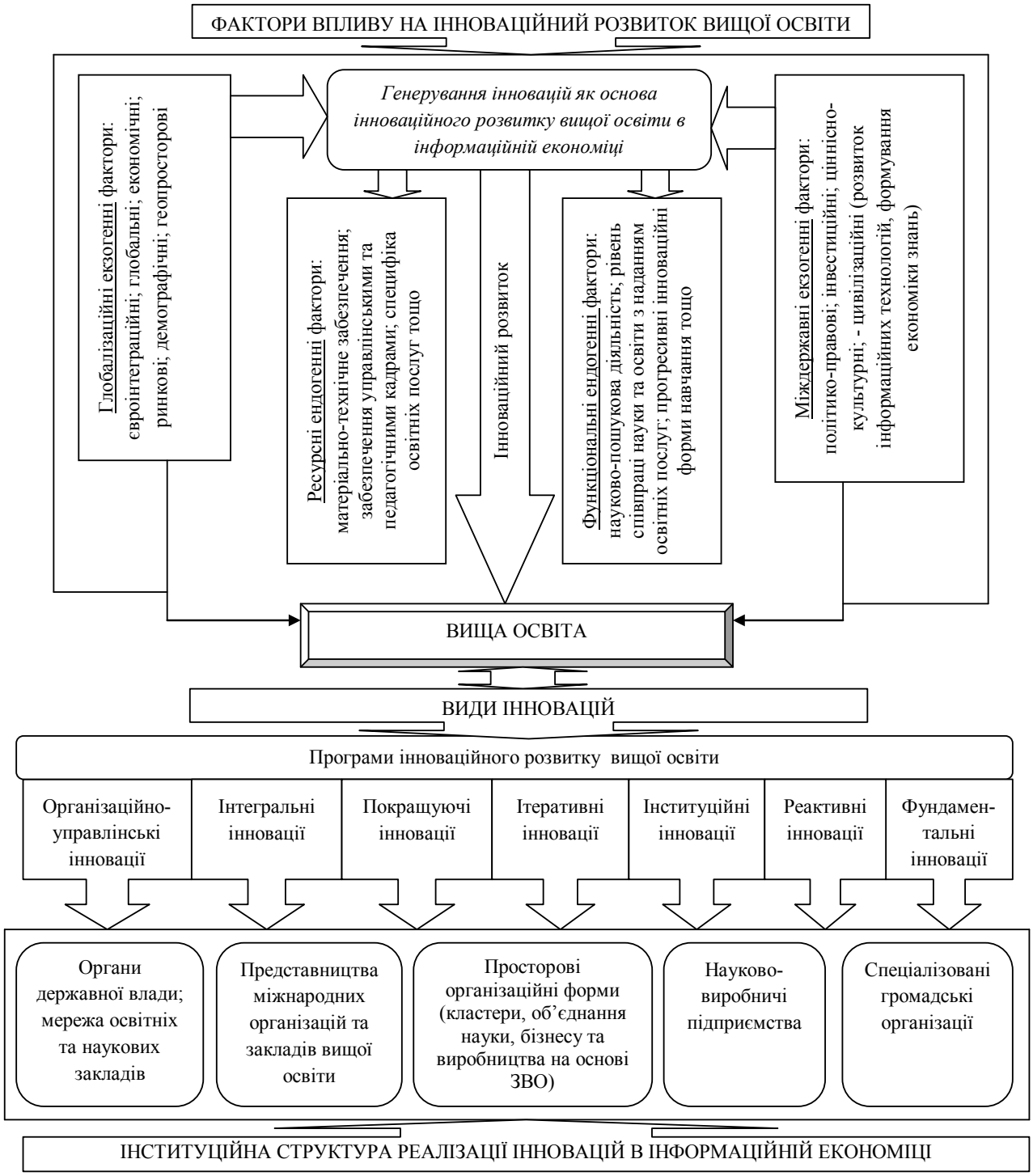


Рис. 1. Теоретико-концептуальні складові та фактори інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах інформаційної економіки

Джерело: розроблено автором

умовою формування інформаційної економіки. Отже, на підставі вивчення глобалізаційних та інтеграційних процесів узагальнено пріоритетні напрями стратегічного інноваційного розвитку сфери вищої освіти в Україні: впровадження єдиних управлінських практик інноваційного розвитку сфери вищої освіти; уніфікація та стандартизація виробництва і надання освітніх послуг; необхідність підтримки конкурентоспроможності вищої освіти на світовому ринку освітніх послуг; прагнення закладів вищої освіти збільшити кількість іноземних споживачів (студентів); необхідність підтримки міжнародної академічної та студентської мобільності; прагнення до високої результативності міжнародної діяльності взагалі; орієнтація на реалізацію визнаних світових стандартів

у сфері вищої освіти, що є умовою міжнародного визнання документів про освіту (дипломів) [6-7].

Протягом останніх років у різних країнах світу відбуваються значні зміни в механізмах фінансування сфери вищої освіти, а також у механізмах розподілу бюджетних коштів серед закладів вищої освіти. Однією із суттєвих проблем функціонування механізму фінансування вищої освіти є недостатня ефективність використання бюджетних коштів. Встановлено, що сьогодні розвинуті країни світу використовують чотири провідні моделі організації фінансування вищої освіти: «Фінансування, орієнтоване на потреби»; «Купівля державою освітніх послуг»; «Фінансування, що базується на оцінці результатів роботи»; «Фінансування, що здійснюється споживачем». Аналіз досвіду провідних європейських країн дозволив ідентифікувати основні інструменти фінансування сфери вищої освіти, які можливо адаптувати до вітчизняних реалій: пряме бюджетне фінансування на покриття витрат; пряме бюджетне фінансування за програмно-цільовим методом (орієнтоване на досягнення результату); бюджетне фінансування з використанням державних зобов'язань (освітніх ваучерів); освітнє кредитування; освітні заощадження; грантове кредитування; отримання плати за навчання від споживачів (замовників) освітніх послуг; корпоративне фінансування (за рахунок коштів корпорацій або майбутніх роботодавців).

Висновки. Дослідження теоретичних засад функціонування системи інноваційного розвитку сфери вищої освіти в умовах інформаційної економіки вимагає ідентифікації факторів, які на неї впливають. Автором виокремлено характерні особливості впливу екзогенних (глобалізаційних та міждержавних) та ендогенних (ресурсних та функціональних) факторів на функціонування системи інноваційного розвитку вищої освіти. На цій основі визначені інституційні складові структури інновацій у сфері вищої освіти в умовах становлення інформаційної економіки (організаційно-управлінські, інтегральні, ітеративні, реактивні, фундаментальні).

Здійснено аналіз масштабів інноваційного розвитку сфери вищої освіти у світі, що дозволило виокремити основні міжнародні тенденції стратегічного інноваційного розвитку та напрями адаптації позитивного досвіду в Україні: формування концептуального бачення інноваційного розвитку вищої освіти з метою підвищення ефективності управління, у тому числі ресурсного забезпечення, їх якісних параметрів; удосконалення (поглиблення) інформаційної бази регулювання інноваційного розвитку сфери вищої освіти з метою прийняття науково обґрунтованих рішень; посилення наукового напряму діяльності у сфері вищої освіти; мотивація професійної та інноваційної діяльності і розвитку науково-педагогічних кадрів; налагодження механізму комерціалізації результатів досліджень; формування добросовісного конкурентного середовища інноваційного розвитку вищої освіти та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шестаковська Т.Л. Концептуальні засади функціонування організаційно-економічного механізму розвитку національної системи освіти. Науковий вісник Полісся. Чернігів: ЧНТУ, 2015. № 1(1). С. 34-41.

2. Антошкіна Л. І. Сучасний етап і тенденції розвитку вищої освіти в умовах переходу до інформаційного суспільства. Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць. К., 2004. Вип. № 11 (42). С. 18-22.

3. Козарь Т. П. Формування сучасної моделі державної політики в системі вищої освіти в Україні: проблеми та перспективи вирішення. Держава та регіони. Серія «Державне управління». 2012. № 3. С. 48-52.

4. Мазур І. І. Стратегія розвитку партнерства вищої освіти, науки та бізнесу. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. 2014. № 165. С. 6-11.

5. Bradley J. Integrity in higher education marketing? A typology of misleading data-based claims in the university prospectus. International Journal for Educational Integrity. 2013. Vol. 9. No. 2. December. P. 74–88.

6. Карзун І. Г. Інтегральна оцінка рівня інноваційного розвитку системи закладів вищої освіти України. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2016. № 3 (90). С. 3–7.

7. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року: Указ Президента України № 344/2013 від 25.06.2013 р. URL: http://www.president.gov.ua/ documents/1 5828.html

REFERENCES:

1. Shectakovska T.L. (2015) Konceptual'ni zacadi funkcionuvannya organizacijno-ekonomichnogo mekhanizmu rozvitku nacional'noї cictemi ocviti [Conclusions from the functioning of the organizational and economic mechanism of the development of the national system of population]. Anonymous tutor of Police. Interviews: CSTU, No. 1 (1). pp. 34-41. (in Ukraine).

2. Antoshkina L.I. (2004) Suchasnij etap i tendencії rozvitku vishchoї osviti v umovah perekhodu do informacijnogo suspil'stva. Formuvannya rinkovih vidnosin v Ukraїni [The modern stage and trends of the development of higher education in the context of the transition to the information society]. Formation of market relations in Ukraine. Collection of scientific works. K., No. 11 (42). pp. 18-22. (in Ukraine).

3. Kozaryt T. P. (2012) Formuvannya cuchacnoї modeli derzhavnoї politiki v cictemi vishchoї ocviti v Ukraїni: problemi ta percpektivi virishennya [Formation of the educational modality of the political politics in the system of higher education in Ukraine: problems and the practical effects]. Derzhava and reagions. The Road to the Deadly Administration. No. 3. pp. 48-52. (in Ukraine).

4. Mazur I. I. (2014) Ctrategiya rozvitku partnerctva vishchoï ocviti, nauki ta biznecu. Vicnik Kiïvc'kogo nacional'nogo univercitetu im. Taraca SHevchenka [The author of the development of a higher education institution, a higher education and a higher education]. Teacher of the Kyiv National Nanoscience Institute. T. Shevchenka. Ceire: Eco-nominee. No. 165. pp. 6-11. (in Ukraine).

5. Bradley J. (2013) Integrity in higher education marketing? A typology of misleading data-based claims in the university prospectus. International Journal for Educational Integrity. Vol. 9. No. 2. December. P. 74–88. (in India).

6. Karzun I.G. (2016) Integral'na ocinka rivnya innovacijnogo rozvitku sistemi zakladiv vishchoï osviti Ukraïni [Integral assessment of the level of innovative development of the system of institutions of higher education of Ukraine]. State and regions. Series: Economics and Business. No. 3 (90). pp. 3-7. (in Ukraine).

7. Pro Nacional'nu strategiyu rozvitku osviti v Ukraïni na period do 2021 roku [About the National Strategy for the Development of Education in Ukraine until 2021]: Presidential Decree No. 344/2013 dated June 25, 2013 URL: http://www.president.go.uk/documents/1 5828.html.

Yakubek P.
Assistant Professor of Management and Economics
University “Dubnitsky Technological Institute”

FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION IN THE CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INFORMATIONAL ECONOMY

Due to the rapid growth of the market for innovative products and the high level of competition in this market, the search for ways of developing the domestic sphere of higher education is becoming an expedient solution. The purpose of this article is to study the peculiarities of the formation and development of the system of providing innovative development of the sphere of higher education and the factors influencing it in the conditions of information economy.

In the course of research, general scientific and special research methods were used, in particular: theoretical generalization, comparison and morphological analysis – in the process of formation of the conceptual-categorical apparatus of research; system analysis – to identify the possibilities and justification of the system of providing innovative development of the field of higher education and factors that affect it in the conditions of the information economy.

The characteristic features of the influence of exogenous (globalization and interstate) and endogenous (resource and functional) factors on functioning of the system of innovative development of higher education are singled out. On this basis, the institutional components of the structure of innovations in the field of higher education are determined in the conditions of the formation of the information economy (organizational, managerial, integral, iterative, reactive, fundamental). On the basis of the study of globalization and integration processes, the priority directions of strategic innovation development of the sphere of higher education in Ukraine are summarized: implementation of unified management practices of innovative development of the sphere of higher education; unification and standardization of production and provision of educational services; the need to maintain the competitiveness of higher education in the world market of educational services; the desire of institutions of higher education to increase the number of foreign consumers (students); the need to support international academic and student mobility; the desire for high efficiency of international activity in general; orientation on the implementation of recognized world standards in the field of higher education.

The presented structure of factors and their influence on innovation enables to substantiate the directions of the development of the sphere of higher education by strengthening, weakening or alleviating the factors that serve as determinants of the environment of innovative development of higher education in the information economy.

It is expected to obtain results from the interaction of exogenous (global, interstate) and endogenous (resource-functional) factors, which enables to justify trends and form the institutional structure of innovation development on the basis of strengthening, weakening or leveling such factors in the conditions of formation of the information economy.

НОВИЙ ВИД НАУКОВИХ ПОСЛУГ

Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій

Шановні колеги! Питання академічної доброчесності є надзвичайно актуальними у наш час. Враховуючи великі масиви інформації, що з'являються у всесвітній мережі, жоден вчений не може бути впевненим, що його авторське право захищене. Крім того, поширеною є ситуація, коли декілька вчених в одній галузі науки користуються однаковими джерелами інформації, а в результаті безкоштовні програми пошуку плагіату засвідчують стовідсоткові збіги тексту, що може призвести до безпідставних звинувачень у плагіаті, особливо після перевірки за базою даних авторефератів та дисертацій. Це викликано тим, що порівняння з іншими дисертаціями не вказує на використання спільних першоджерел (статей, монографій, статистичних щорічників, словників тощо), а однозначно визначає тільки збіг тексту, ігноруючи навіть цитати. Важливим є також те, що чинне законодавство однозначно визначає, що перевірку може здійснювати виключно установа за профілем дослідження, а не поширені в мережі безкоштовні програми. Для уникнення подібних ситуацій ми пропонуємо Вам скористатися науковою **послугою оцінки технічної унікальності наукового тексту** за допомогою *ліцензованого* програмного забезпечення, яке гарантує похибку перевірки до 3%. Переваги такої перевірки порівняно з іншими методами:

– Ви *укладаєте угоду* про надання послуг;

– Ваш файл *не розміщується у мережі*, тобто інформація і авторство залишаються анонімними;

– Ви *отримуєте звіт*, підготовлений за допомогою *ліцензованого* програмного забезпечення; *порівняльну таблицю* однакових фрагментів тексту із зазначенням джерела; *офіційний звіт про надану послугу* із зазначенням результатів;

– Ви отримуєте вичерпну інформацію про текстові збіги у Вашому дослідженні та дослідженнях інших авторів не тільки *українською, але і російською та англійською мовами*;

– Ви користуєтесь програмним забезпеченням, яке використовується *тільки спеціалізованими науковими та освітніми установами* і розроблене виключно для пошуку текстових збігів *саме у наукових дослідженнях*, а не у публіцистиці, рекламних веб-сайтах тощо;

– Виключна робота з авторами – ніхто, крім автора тексту, не зможе замовити у нас перевірку цього тексту, що убезпечить Вас від *перевірок третіми особами*;

– Ви отримуєте можливість коректно оформити посилання на першоджерела;

– Існує можливість перевірки *будь-яких наукових досліджень*: статей, рефератів, авторефератів, дисертацій, доповідей, тез, звітів тощо.

Терміни і вартість перевірки і надання звіту:

Характер наукової роботи	Терміни (робочих днів)	Вартість
Докторська дисертація	5 – 10	5000 грн
Кандидатська дисертація	3 – 7	3000 грн
Автореферат	1 – 2	500 грн
Стаття (обсягом до 12 сторінок)	1 – 2	500 грн
Інші види робіт	За домовленістю	За домовленістю

Для того, щоб замовити послугу, Вам необхідно звернутись електронною поштою до Причорноморського науково-дослідного інститут економіки та інновацій, вказавши у темі листа «**Оцінка унікальності тексту**». У листі вкажіть адресу для листування, додайте файл у форматі MS Word з текстом наукового дослідження. Фахівець відповідного відділу надасть Вам відповідь щодо процедури здійснення експертизи.

Контактна особа:

Шумилова Тетяна – молодший науковий співробітник Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій.

+38 (048) 709-38-69

+38 (093) 253-57-15

shumilova@iei.od.ua

З повагою, дирекція Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій.

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 7

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *Н. Ковальчук*

Засновник видання:
ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій»
Адреса редакції: вул. Сегедська 18, кабінет 432,
м. Одеса, Україна, 65009
Телефон: +38 (048) 709-38-69
Веб-сайт журналу: www.market-infr.od.ua
E-mail редакції: journal@market-infr.od.ua