

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 15

**Одеса
2018**

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор.

Заступник головного редактора:

Маргасова Вікторія Геннадіївна – 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.

Князева Олена Альбертівна – доктор економічних наук, професор.

Коваленко Олена Валеріївна – доктор економічних наук, професор.

Кузьминчук Наталія 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 Пілелієне – 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 № 1 от 29.01.2018 року)**

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР ЕФЕКТИВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

THE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF ECONOMY AS AN IMPORTANT FACTOR FOR EFFECTIVE INTEGRATION INTO THE WORLD ECONOMIC SPACE

У статті визначено ключові проблеми розвитку аграрного сектору економіки України. Зазначається, що сільське господарство України має потенціал для вирішення світової продовольчої проблеми. Відзначається, що пріоритетним завданням є становлення та закріплення позицій України на світовому ринку сільськогосподарської продукції. Розглянуто переваги аграрного сектору внаслідок створення Зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом. Наведено можливості співпраці України з країнами Близького та Далекого Сходу.

Ключові слова: аграрний сектор, глобалізація, розвиток, економіка, експорт, інтеграція, конкурентоспроможність, ринок, світовий економічний простір.

В статье определены ключевые проблемы развития аграрного сектора экономики Украины. Указывается, что сельское хозяйство Украины имеет потенциал для решения мировой продовольственной проблемы. Отмечается, что приоритетной задачей является становление и укрепление позиций Украины на мировом рынке сельскохозяйственной продукции. Рассмотрены

преимущества аграрного сектора в результате создания Зоны свободной торговли между Украиной и Европейским Союзом. Приведены возможности сотрудничества Украины со странами Ближнего и Дальнего Востока.

Ключевые слова: аграрный сектор, глобализация, развитие, экономика, экспорт, интеграция, конкурентоспособность, рынок, мировое экономическое пространство.

The key problems of the agrarian sector development of Ukraine's economy are determined in the article. It is indicated that Ukraine's agriculture has the potential to solve the world food problem. It is noted that the priority task is the formation and strengthening of Ukraine's positions on the world market of agricultural products. The advantages of the agrarian sector, as a result of the establishment of the Free trade area between Ukraine and the European Union are considered. The possibilities of cooperation of Ukraine with the countries of the Near and Far East are presented.

Key words: agrarian sector, globalization, development, economy, export, integration, competitiveness, market, world economic space.

УДК 330.16.338.436.33

Катан Л.І.

д. е. н., професор,
професор кафедри фінансів
та банківської справи
Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет

Постановка проблеми. Сучасна світова система характеризується процесами всесвітньої інтеграції, що виявляється у взаємному співробітництві політичних інститутів, зближенні та поглибленні взаємодії національних економік, а також зміцненні культурних, комунікаційних та цивілізаційних зв'язків. Це спричинило багато суттєвих змін щодо виникнення та поширення наднаціональних структур, більш тісний зв'язок між усіма суб'єктами світової економіки, перехід її на якісно новий рівень.

Інтеграція України у світову господарську систему, розвиток якої обумовлений взаємовідносинами, що виникають між природою, суспільством та самостійними суб'єктами господарювання, визначає появу завдань щодо адаптації до нових та постійно змінних умов. У зв'язку з цим зростає необхідність подальшого удосконалення політики, що спрямована на динамічний та ефективний розвиток сільськогосподарського виробництва і забезпечення на цій основі росту життєвого рівня населення та соціального процесу країни.

Аграрний сектор України відіграє важливу роль для економіки України в контексті стрімкого збільшення обсягів виробленої продукції та експорту протягом останніх років. Внаслідок конфлікту на сході України відбулись різке зниження обсягів виробництва промислової продукції і згортання експорту металургійної продукції, що привело до підвищення ролі сільського господарства. Аграрний сектор у кризовий 2014 рік набув лідерства з експорту продовольчих товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку аграрного сектору України в умовах глобалізації досліджувались низкою провідних учених. Серед них слід назвати таких, як О.М. Бородіна, О.В. Єранкін, Т.Г. Зінчук, І.М. Кириленко.

Теоретичні, методичні і практичні аспекти розвитку агробізнесу розглядаються в працях Г.О. Андрусенка, М.Г. Бетлія, С.П. Гриненка, А.В. Єрмолаєва, М.В. Калінчика, І.В. Клименко, П.М. Макаренка, В.Я. Меселя-Веселяка, Л.В. Романової, В.Д. Савченка, В.Ф. Семенова, І.Ю. Сіваченка, Р.А. Слав'юка, В.М. Трегобчука, М.М. Федорова, Ф.К. Шакірова.

Вони охоплюють широке коло питань розвитку аграрного підприємництва та пошуку резервів нарощування продовольства.

Постановка завдання. Метою статті є визначення важливості аграрного сектору як фактору ефективної інтеграції у світовий економічний простір.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань дослідження: визначити ключові проблеми розвитку аграрного сектору економіки України, розглянути переваги аграрного сектору внаслідок створення Зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом, навести можливості співпраці України з країнами Близького та Далекого Сходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Провідне місце в аграрному секторі посідає сільське господарство, де відбувається формування значної частини продуктів харчування і сировини, що дає змогу забезпечити продовольчу безпеку країни, розвиток економічних відносин в процесі обміну товарами на внутрішньому та зовнішньому ринках, покращення життєвого рівня населення.

Однією з важливих галузей економіки України є сільське господарство, що формує засади самостійності та незалежності країни. Сільське господарство має потенціал не лише до забезпечення якісними, корисними та безпечними продуктами харчування населення країни, але й до здійснення вагомого внеску у вирішення світової продовольчої проблеми.

Потенціал виробництва сировини для окремих галузей промисловості, а також обсяги виробництва сільськогосподарських культур, необхідних для забезпечення населення продуктами харчування, значно перевищує потреби внутрішнього ринку. Тому український аграрний сектор є важливим чинником для розвитку економіки, а також необхідним фактором для ефективної інтеграції у світовий економічний простір. На думку дослідників, зростання доходів населення, що зайняте у сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві, може викликати мультиплікативний ефект у розвитку інших видів економічної діяльності [4, с. 231].

Розвиток аграрного сектору економіки України виявляється у забезпеченні ефективного соціально спрямованого сектору економіки держави, який має потенціал для задоволення потреб населення у якісній та безпечній продукції. До того ж пріоритетним завданням є становлення та закріплення позицій України на світовому ринку сільськогосподарської продукції, що на даному етапі розвитку вимагає перш за все створення різноманітних господарюючих суб'єктів, власники яких проживають у сільській місцевості, поєднують право власності на частину земної поверхні і праці на ній [4, с. 112].

Проте сьогодні існують ключові проблеми розвитку аграрного сектору економіки України, серед яких слід назвати такі:

- незбалансованість розвитку різних форм здійснювання господарської діяльності за послаблення позицій на ринку юридичних та фізичних осіб, які займаються виготовленням сільськогосподарської продукції;

- низькі темпи техніко-технологічного оновлення виробництва;

- загрози збільшення виробничих витрат за рахунок зниження вартості основних фондів внаслідок зростання продуктивності праці та технічного прогресу, а також використання несучасних методів виготовлення продукції за зростання вартості не відновлювальних природних ресурсів;

- недосконалість установ матеріального і нематеріального виробництва, які сприяють здійсненню операцій, пов'язаних з купівлею-продажем товарів;

- недотримання умов пакування, складування, транспортування продукції, що негативним чином впливає на якість сільськогосподарської продукції;

- відсутність мотивації для виробництва органічної продукції;

- зниження рівня життя населення;

- незначна місткість ринку продукції рослинництва і тваринництва, який діє всередині країни;

- відсутність співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції з метою захисту власних прав;

- неефективне донесення інформації до товаровиробників щодо співвідношення попиту та пропозиції на ринку, а також умов ведення бізнесу в галузі;
- незавершеність земельної реформи [3].

Вирішення наведених проблем має відбуватися за рахунок реалізації Стратегії шляхом розроблення, ухвалення та виконання Державної програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, яка визначатиме шляхи та способи виконання завдань Стратегії за кожним із пріоритетних напрямів, міститиме перелік завдань і заходів [3].

Розвиток відносин між суб'єктами господарської діяльності, що відбувається в умовах існування приватної, державної та колективної форм власності, зумовлює необхідність глибокого вивчення аграрних підприємств, ефективності їх діяльності, дослідження системних одиниць, що визначають технологічні процеси виробництва сільськогосподарської продукції за допомогою пристроїв, механізмів, приладів. Проведення такого дослідження дасть змогу виявити те, як ці фактори впливають на підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств і закріплення їх позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках, що впливає на розвиток національної економіки та інтеграції у світовий економічний простір.

Оскільки інтеграція національної економіки України у світове господарство є невідкладним і важливим завданням, особливого значення набуває підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств сільськогосподарського виробництва. Підвищення

ефективності сільськогосподарського виробництва є однією з головних умов процесу відновлення факторів виробництва на засадах вдосконалення техніко-технологічної бази, нагромадження аграрного капіталу як основи для організованої діяльності людей, спрямованої на створення продукції рослинництва і тваринництва, а також необхідним напрямом Стратегії сталого розвитку України.

Дослідники і науковці зазначають, що впродовж останніх років матеріально-технічний потенціал підприємств аграрного сектору економіки України скорочується, спостерігається нагальна необхідність залучення інвестицій для оновлення основних засобів. Внаслідок порушення паритету цін на сільськогосподарську продукцію та матеріали, обладнання, споруди, що використовують у процесі виробництва продукції рослинництва і тваринництва, знижується результативність діяльності аграрних підприємств [1, с. 324].

Проте варто відзначити і позитивні перспективи. Розвиток аграрного сектору економіки України визначається структурними трансформаціями, які виникають впродовж останніх років. Концентрація земельних ресурсів, зосередження засобів і предметів праці, трудових ресурсів дають змогу збільшити розмір підприємств, позиціонування України як надійного постачальника сільськогосподарської продукції на світових ринках.

В умовах активізації процесу глобалізації країни світу, що мають на меті забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, повинні долучатися до процесу економічної взаємодії між країнами. З огляду на цю мету країни світу, зокрема їх установи, заклади та організації, мають здійснювати розробку та реалізацію стратегій, які б дали змогу забезпечити розширене відтворення і поступові якісні та структурні зміни економіки, що дасть можливість інтеграції у глобальну економічну систему [5, с. 12].

Зменшення доступу на російський ринок сприяло активізації торговельних відносин з Європою. Так, у 2014 році експорт сільськогосподарської та харчової продукції до ЄС збільшився на 6,7% порівняно з 2013 роком (зокрема, завдяки дії автономних преференцій в рамках Угоди про асоціацію, наданих Україні навесні 2014 року). Аграрний експорт посів перше місце у структурі українського експорту до країн ЄС за результатами 2014 року (28%) і забезпечив доходи в розмірі 4,8 млрд. дол. [2, с. 12].

Впродовж останніх років країни Європи посідають друге місце серед регіонів-імпортерів українських сільськогосподарських культур і продуктів харчування, що складає 27,5%, поступившись лише країнам Азії. Станом на 2016 рік частка країн Європейського Союзу у загальному товарообігу аграрної продукції становила 31,5%. У 2017 році основними країнами-партнерами виступили країни Європи, серед яких слід назвати Польщу, Іспа-

нію, Німеччину, Нідерланди; країни Азії, серед яких слід назвати Туреччину, Китай, а також країни Африки, а саме Єгипет, Туніс і Марокко [6].

За одинадцять місяців 2017 року експорт аграрної та харчової продукції становив 16,4 млрд. дол., що майже на 1 млрд. дол. вище аналогічного показника за попередній період. Окрім збільшення експорту олії, спостерігається зростання обсягів експорту за багатьма позиціями, зокрема таких продуктів харчування, як вершкове масло, яловичина, цукор.

Спостерігається збільшення вартості експорту продукції рослинництва на 18% порівняно з аналогічним періодом 2016 року, що становить 15,2 млрд. дол., експорт продукції тваринництва в грошовому еквіваленті також збільшився на 40,4% і становить 332,3 млн. дол. [3].

Збільшення українського аграрного експорту на ринки країн ЄС відбулося переважно за рахунок зростання обсягів поставок кукурудзи, ріпаку та його насіння, соняшникової олії. Крім того, значно збільшилися поставки м'яса і харчових субпродуктів птиці, меду, кондитерських виробів, маргаринової продукції, а також сорго і насіння льону.

На думку дослідників, домовленості щодо вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом формують низку переваг для українського аграрного сектору, серед яких слід назвати лібералізацію торгівлі продуктами харчування, уніфікацію санітарних та фітосанітарних заходів, необхідних для захисту життя та здоров'я людини, тварин чи рослин, поглиблення співробітництва у ветеринарній сфері та сільському господарстві. Європейські перспективи підвищують вітчизняний зерновий, олійний, фруктовий потенціал та створюють підґрунтя для розвитку м'ясного сектору, а в майбутньому – молочного комплексу України [2, с. 15].

Динаміка зовнішньої торгівлі з ЄС переконливо доводить посилення економічних зв'язків між Україною та ЄС, зміцнення позицій продукції вітчизняного виробництва на європейському ринку та привабливість торгівлі з країнами ЄС [3].

Сприятлива ситуація, яка складається в процесі розвитку економічних відносин продажу та купівлі сільськогосподарської продукції між державами, слугує інвестиційній привабливості аграрного сектору України. Однією з найпривабливіших для інвестування галузей є харчова промисловість. Як зазначають експерти, впродовж останніх років обсяг інвестицій у харчову промисловість збільшився майже вдвічі.

Підкреслимо, що сьогодні для України відкрито можливості експорту харчових продуктів до Саудівської Аравії, Японії. Підтверджується це тим, що за одинадцять місяців 2017 року аграрний та харчовий експорт до Японії склав 80,231 млн. дол. Ключові товари експорту такі: тютюн та вироби з нього – 58,9 млн. дол., зернові злаки – 18,9 млн. дол., молоко згущене – 0,9 млн. дол., продукти переробки овочів та плодів – 0,5 млн. дол. Імпорт становив 2,9 млн. дол.,

ключові товари такі: ефірні масла – 1,7 млн. дол., різні інші харчові товари – 0,6 млн. дол. [6].

У 2017 році стартував довгостроковий проект, який реалізує консалтингово-дослідницька компанія “Consulting integrated” в партнерстві з Київською торгово-промисловою палатою за інформаційної підтримки Міністерства аграрної політики та продовольства України. Головною метою цього проекту є стале збільшення обсягів експорту української аграрної та харчової продукції на ринок Японії.

В рамках реалізації цього проекту було проведено аналіз ринку харчових продуктів Японії, визначено найбільш привабливі сектори для експорту української харчової продукції. Восени відбувся перший трейд-тур українських виробників до Японії, в рамках якого вони мали змогу налагодити контакти з представниками торговельних мереж цієї країни [6].

Отже, аграрний сектор України має значний потенціал для співробітництва з країнами Європи, а також країнами Близького та Далекого Сходу. Експорт аграрної продукції протягом останніх років перевищував імпорт. Тому перспективним напрямом розвитку є реалізація необхідних заходів для закріплення позицій України серед лідерів міжнародної торгівлі. Водночас перспективним напрямом залишається проведення активної роботи щодо освоєння аграрних ринків країн, населення яких за останнє десятиліття активно зростає.

Процес всесвітньої інтеграції, що характеризується співпрацею соціальних інститутів, основними завданнями яких є встановлення, виконання та підтримання влади, взаємодією національних економік, а також зміцненням культурних, комунікаційних та цивілізаційних зв'язків, вимагає нових підходів до соціально-економічного розвитку України та її галузей, зокрема аграрного сектору економіки. Необхідність вирішення цього завдання підсилюється суперництвом суб'єктів світового ринку за рахунок розвитку наукових знань, що втілюються в елементах техніки та активізації інноваційної діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Пріоритетним завданням сьогодення є становлення та закріплення позицій України на світовому ринку сільськогосподарської продукції, при цьому ключові проблеми розвитку аграрного сектору економіки мають бути вирішені за рахунок реалізації Стратегії. До основних проблем відносять такі: нерівномірність розвитку різних форм господарювання, низькі темпи техніко-технологічного оновлення виробництва, загрози збільшення виробничих витрат за рахунок зниження вартості основних фондів, недосконалість інфраструктури аграрного ринку, зниження рівня життя населення.

Проте існують позитивні перспективи, що виявляються в певних перевагах для українського аграрного сектору внаслідок створення Зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом. До таких переваг відносять лібералізацію

торгівлі продуктами харчування, уніфікацію санітарних та фітосанітарних заходів, необхідних для захисту життя та здоров'я людини, тварин чи рослин, поглиблення співробітництва у ветеринарній сфері та сільському господарстві.

Динаміка зовнішньої торгівлі з ЄС переконливо доводить посилення економічних зв'язків між Україною та ЄС, зміцнення позицій продукції вітчизняного виробництва на європейському ринку та привабливість торгівлі з країнами ЄС.

Виявлено, що сьогодні для України відкрито можливості експорту сільськогосподарської продукції до країн Близького та Далекого Сходу, серед яких слід назвати Саудівську Аравію, Японію, Туреччину та Китай.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бетлій М.Г. та ін. Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції / ред. О.М. Бородіна. Ужгород: ІВА, 2006. 496 с.
2. Єрмолаєв А.В., Клименко І.В., Ємець В.Г., Таран С.О. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування: монографія. – Київ: Інститут стратегічних досліджень, 2015. 28 с.
3. За 11 місяців 2017 року український аграрний експорт сягнув \$16,4 млрд. URL: <http://minagro.gov.ua/node/25140>.
4. Макаренко П.М., Попова Т.В. Економічне відтворення аграрного виробництва в умовах ринку: монографія. Мелітополь: Люкс, 2011. 348 с.
5. Месель-Веселяк В.Я. Економічні передумови забезпечення розширеного відтворення сільськогосподарського виробництва в Україні. Економіка АПК. 2011. № 3. С. 9–16.
6. Японія – ринок у фокусі для українського аграрного експорту. URL: <http://www.minagro.gov.ua/apk>.

REFERENCES:

1. Betlij M.H and Borodina O.M. (2006), *Ahrarnyj sektor Ukrainy na shliakhu do ievrointehratsii* [Agricultural Sector of Ukraine on the road to European integration], IVA, Uzhhorod, Ukraina.
2. Ermolaev A.V., Klimenko I.V., Emec' V.G., Taran S.O. (2011), *Agrarnyj sektor Ukrainy: tendencii, sub'ekty, perspektivy reformirovanija*, Kyiv, Ukraine.
3. The official site of Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2017) “Za 11 misjaciw 2017 roku ukraïns'kij agrarnij eksport sjagnuv \$ 16,4 mlrd”, available at: <http://minagro.gov.ua/node/25140> (Accessed 27 Dec 2017).
4. Makarenko P.M. and Popova T.V. (2011), *Ekonomichne vidtvorennja agarnogo virobnictva v umovah rinku*, Melitopol, Ukraine.
5. Mesel'-Veseljak V.Ja. (2011), “Economic preconditions for ensuring expanded reproduction of agricultural production in Ukraine”, *Ekonomika APK* vol. 3, pp. 9–16.
6. The official site of Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2017) “Japonija – rinok u fokusi dlja ukraïns'kogo agrarnogo eksportu”, available at: <http://www.minagro.gov.ua/apk> (Accessed 27 Dec 2017).

Katan L.I.

Doctor of Economics Associate, Professor,
Professor of the Department of Finance and Banking
Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

**THE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF ECONOMY
AS AN IMPORTANT FACTOR FOR EFFECTIVE INTEGRATION INTO THE WORLD ECONOMIC SPACE**

The agricultural sector plays an important role for the economy of Ukrainian in the context of the rapid increase of production volumes and exports in recent years. The Agriculture is one of the important sectors of the economy of Ukraine. Agriculture forms the basis of independence of Ukraine. Agriculture to have the potential the potential to provide quality, useful and safe food to the population of the country. Agriculture makes a significant contribution to solving of the global food problem.

The volumes of production of crops necessary to provide the population with foodstuffs far exceeds the needs of the domestic market. The Ukrainian agricultural sector is an important factor for economic development, as well as a necessary factor for effective integration into the world economic space.

The key problems of the agricultural sector the economy of Ukraine are listed. Imbalance in the development of various forms of economic activity, the production costs are increase, low rates of technical and technological upgrade of production, non-compliance of conditions of packing, warehousing, transportation of products, lack of motivation among producers to increase organic production due to low level of awareness, population with low living standards, the Incompleteness of Land Reform.

The advantages of the agrarian sector, as a result of the establishment of the Free trade area between Ukraine and the European Union are considered. Benefits include the liberalization of trade in food products, the unification of sanitary and phytosanitary measures necessary to protect the life and health of humans, animals and plants, intensification of cooperation in the veterinary sphere and agriculture.

The possibilities of cooperation of Ukraine with the countries of the Near and Far East are presented. Today opportunities for export of agricultural products to the countries of the Near and Far East, including Saudi Arabia, Japan, Turkey, China, are opened for Ukraine.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

MAIN PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN UKRAINE

У статті розглянуто тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України. Розкрито основні проблеми у сфері міжнародної торгівлі, визначено її вплив на розвиток вітчизняної економіки та інтеграцію до європейської спільноти. Надано характеристику основних напрямів подолання проблем зовнішньої торгівлі України та перспектив подальшого розвитку. Подано порівняння особливостей зовнішньоторговельної політики України з трьома високорозвиненими країнами Євросоюзу. Наголошено на необхідності удосконалення законодавчої та нормативної бази.

Ключові слова: зовнішня торгівля, структура експорту та імпорту, структурні зрушення, зовнішньоторговельний баланс, проблеми зовнішньої торгівлі України.

В статье рассмотрены тенденции развития внешней торговли Украины. Раскрыты основные проблемы в сфере международной торговли, определено ее влияние на развитие отечественной экономики и интеграцию в европейское сообщество. Предоставлена характеристика основных направлений преодоления проблем внешней

торговли Украины и перспектив дальнейшего развития. Подано сравнение особенностей внешнеторговой политики Украины с тремя высокоразвитыми странами Евросоюза. Сделан акцент на необходимости совершенствования законодательной и нормативной базы.

Ключевые слова: внешняя торговля, структура экспорта и импорта, структурные сдвиги, внешнеторговый баланс, проблемы внешней торговли Украины.

Progress of foreign trade of Ukraine trends are considered in the article. The main problems in the sphere of international trade are revealed, its influence on development is determined. The characteristics of the main directions of overcoming the problems of Ukraine's foreign trade and the prospects for further development are given. Comparison of the features of Ukraine's foreign trade policy with three highly developed countries of the European Union is submitted. The necessity of improving the legal and regulatory framework was reported.

Key words: foreign trade, structure of exports and imports, structural shifts, foreign trade balance, problems of foreign trade of Ukraine.

УДК 339.5(477):330.36

Малишевська О.О.

студентка

Інституту бізнес-технологій «УАБС»

Сумський державний університет

Постановка проблеми. Зовнішньоторговельна діяльність України уособлює заходи щодо здійснення операцій з торгівлі товарами та послугами та побудована на партнерстві учасників (резидентів та нерезидентів країни) обміну. Зовнішня торгівля має суттєвий вплив на інтеграцію України до міжнародної спільноти та до Європейського Союзу. Важливими цілями зовнішньої торгівлі є встановлення стабільних міжнародних взаємозв'язків, підвищення життєвого рівня в Україні, постійне зростання доходів та ефективного попиту, забезпечення повної зайнятості та розширення виробництва товарів і послуг на торгівлі ними. Порівняння основних показників зовнішньоекономічної діяльності України з показниками Німеччини окреслить основні проблеми та перспективи розвитку у цій сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми зовнішньоекономічної діяльності України досить повно розкриті в економічній літературі. Вітчизняними науковцями, які досліджували цю тему, є В.П. Далик, Н.І. Дуляба, О.В. П'янкова та Я.В. Литвиненко. Заслужують на увагу праці таких авторів, як О.С. Ралко та А.О. Задоя. Можна звернути увагу на щорічні аналітичні звіти щодо зовнішньої економічної діяльності, такі як «Річний звіт Національного Банку України» та «Зовнішня торгівля України за 2016 рік: статистичний збірник».

Постановка завдання. Метою статті є виявлення тенденцій динаміки обсягів та структурних змін в українській зовнішній торгівлі товарами, виявлення особливостей зовнішньоекономіч-

ної політики України та трьох високорозвинених країн Євросоюзу, а саме Великобританії, Німеччини та Франції, порівняння цілей та інструментів зовнішньоторговельної політики вищезазначених країн та розкриття проблем України з цього питання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зовнішня торгівля України – це одне із джерел зростання економіки країни, що підтверджує досвід розвинутих країн світу, наприклад досвід Великобританії, Німеччини та Франції.

Національна економіка кожної країни має вигоди від зовнішньоекономічної діяльності. Мала відкрита економіка, прикладом якої може бути Україна, має незначну частку у світовій торгівлі, тому не впливає на світову економіку, а відчуває вплив світових рівнів цін та процентних ставок, а також циклічних коливань на власній економіці. Велика відкрита економіка (це такі країни, як Німеччина, Великобританія та Франція) має велику питому вагу в міжнародній торгівлі, її внутрішні процеси відіграють значну роль у формуванні обсягів виробництва та доходів у інших країнах.

Міжнародна торгівля є невід'ємним елементом міжнародних відносин та дає змогу кожній країні спеціалізуватись на виробництві того продукту, який вона виробляє більш ефективно, тому саме за рахунок спеціалізації та торгівлі країни та світова економіка загалом отримують позитивні результати (одним із них є економічне зростання національної економіки країни).

Нині Україна здійснює зовнішньоторговельні операції більше ніж з 200 країнами-партнерами. З огляду на досить високий рівень відкритості економіки України, а тому на значу залежність економіки країни від зовнішніх чинників стає зрозумілим, що ці чинники відіграють визначальну роль у впливі на внутрішню економічну динаміку.

За останні 25 років Україна досить сильно інтегрувалася у світове господарство. Звернемо увагу на те, що через підписання Україною низки міжнародних угод, зокрема угоди про приєднання до СОТ та угоди про асоціацію з Європейським Союзом, за період декількох останніх років змінились умови ведення експортно-імпоротної діяльності.

На зовнішню торгівлю України у 2014–2015 роках негативно вплинуло зменшення території України в результаті окупації Криму та частин Донецької та Луганської областей. Основу експорту України складає сировина, а зазначені вище області – це найбільші сировинні бази та великий потенціал до видобутку палива і чорних металів. Через цю подію скоротилися обсяги зовнішньої торгівлі (експорту) та зменшився потік валютної виручки.

Аналіз вартісного обсягу операцій зовнішньої торгівлі (табл. 1) дає змогу виявити такі тенденції: поступове скорочення обсягів експорту та імпорту до 2009 року, повільне зростання до 2012 року, стрімке падіння з 2013 року до сьогодні.

Для дослідження зовнішньої торгівлі висвітлюється такий показник, як індекс покриття, який демонструє вартісну частку імпорту, яка охоплена нетарифними обмеженнями.

Значення індексу покриття імпорту експортом для України менше одиниці станом на 2016 рік та в період 2008–2013 років (на відміну від 2014–2015 років, де значення більше одиниці), свідчить про переважання імпорту (обсягів купівлі товарів та послуг) над експортом (тобто обсягами продажу товарів та послуг на міжнародному

ринку). Така тенденція обумовлена більш швидкими темпами падіння експорту, ніж імпорту.

Аналізуючи дані табл. 1, можемо сказати, що протягом аналізованого періоду лише в період 2014–2015 років сальдо зовнішньоторговельного балансу набуло позитивного значення (2014 рік – 3,3 млрд. дол. США; 2015 рік – 3,8 млрд. дол. США). Станом на перше півріччя 2017 року сальдо знову повернулося до позначки у 3,3 млрд. дол. США, а це означає, що зовнішня торгівля України чітко характеризується переважанням імпортних операцій над експортними, що відображає таку особливість зовнішньоекономічної політики України, як схильність не до виробництва затребуваних товарів та послуг, а до їх купівлі, тобто імпорту.

Варто відзначити, що відбувається скорочення обсягів експорту та імпорту як товарів (на 30%), так і послугами (на 15%). Експорт товарів у 2016 році становив 36,3 млрд. дол. США, зменшився на 4,6% проти обсягу 2015 року та на 32,5% проти обсягу 2014 року, імпорт товарів – 39,2 млрд. дол., збільшився на 4,6% і зменшився на 27,9% відповідно. Негативне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 2,9 млрд. дол. (негативне у 2014 році – 0,5 млрд. дол.).

Динаміка зовнішньоторговельного обігу свідчить про значне скорочення зовнішньоторговельних операцій України нині, це скорочення перевищує навіть кризовий період у 2009 році. За аналізом географічної структури прослідковується найбільше скорочення експортних поставок до країн СНД, тоді як поставки у ЄС є відносно стабільними за останні два роки, і це добрий знак, тому що саме Європейський Союз є найбільшим імпортером української продукції (частка країн ЄС порівняно з 2015 роком збільшилась і становила в експорті 37,1%, в імпорті – 43,7% (у 2014 році – 31,5% та 38,7%)). Щодо імпорту, то найбільші надходження серед країн ЄС у 2016 році здійснювались з Німеччини – 11,0% від загального обсягу імпорту,

Таблиця 1

Показники зовнішньої торгівлі України за період 2008–2016 років

Рік	Індекс покриття імпорту експортом	Експортна квота	Імпортна квота	Зовнішньоторговельна квота
2008	0,857	0,438	0,511	0,474
2009	0,974	0,421	0,432	0,426
2010	0,944	0,455	0,482	0,469
2011	0,928	0,496	0,534	0,515
2012	0,901	0,460	0,511	0,485
2013	0,898	0,408	0,454	0,431
2014	1,054	0,468	0,461	0,474
2015	1,088	0,517	0,475	0,496
2016	0,926	0,390	0,421	0,406

Джерело: розраховано та складено автором за даними Державної служби статистики України [1]

Показники обсягу зовнішньої торгівлі України по країнах світу за період 2014–2016 років

Країни, показники	Експорт			Імпорт			Сальдо		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
	млн. дол. США								
Усього	64 106,8	46 804,2	45 112,7	60 750,6	42 976,0	44 571,1	3 356,2	3 828,2	541,6
Країни СНД	18 890,8	11 335,9	9 752,4	18 441,2	11 267,8	9 237,1	449,6	68,1	515,3
Країни ЄС	20 383,0	15 339,5	15 827,5	24 207,6	18 075,9	19 558,7	-3 824,6	-2 736,4	-3 731,2
Інші країни світу	24 833	20 128,8	19 532,8	18 101,8	13 632,3	15 775,3	6 731,2	6 496,5	3 757,5
Товари	53 901,7	38 127,1	36 361,7	54 428,7	37 516,4	39 249,8	-527,0	610,7	-2 888,1
Країни СНД	14 882,3	7 806,1	6 031,5	17 276,9	10 485,5	8 565,4	-2 394,6	-2 679,4	-2 533,9
Країни ЄС	17 002,9	13 015,2	13 496,3	21 069,1	15 330,2	17 140,8	-4 066,2	-2 315	-3 644,5
Інші країни світу	22 016,5	17 305,8	16 833,9	16 082,7	11 700,7	13 543,6	5 933,8	5 605,1	3 290,3
Послуги	11 520,8	9 736,6	9 868,0	6 373,1	5 523,0	5 326,5	5 147,7	4 213,6	4 541,5
Країни СНД	4 034,3	3 544,8	3 727,9	1 204,0	839,6	672,6	2 830,3	2 705,2	3 055,3
Країни ЄС	3 991,6	2 927,9	3 004,9	3 148,8	2 750,1	2 421,6	842,8	177,8	583,3
Інші країни світу	3 494,9	3 263,9	3 135,2	2 020,3	1 933,3	2 232,3	1 474,6	1 330,6	902,9

Польщі – 6,9%, Франції – 3,9%, Італії – 3,5%; серед інших країн – з Російської Федерації – 13,1%, Китаю – 11,9%, Білорусі – 7,1%, США – 4,3%.

Експорт послуг у 2016 році становив 9,9 млрд. дол. США, збільшився на 1,3% проти обсягу 2015 року та зменшився на 14,3% проти обсягу 2014 року, імпорт послуг – 5,3 млрд. дол., зменшився на 3,6% та на 16,4% відповідно. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами становило 4,6 млрд. дол. (у 2014 році також позитивне – 5,1 млрд. дол.).

Коефіцієнт покриття експортом імпорту у 2016 році склав 1,85 (у 2014 році – 1,81). Максимальний рівень зовнішньоторговельної квоти зазначається у 2011 році, а саме 0,515. На 2016 рік цей показник дорівнює 0,406.

Основними торговельними партнерами України в експорті серед країн ЄС можна назвати Німеччину – 4,9%, Велику Британію – 4,7%, Кіпр – 2,4% та Польщу – 2,2%. Серед інших країн значна частка українського експорту послуг припадає на Російську Федерацію – 31,2%, США – 7,3, Швейцарію – 6,9% та Туркменістан – 3,5% (послуги з будівництва).

Підсумовуючи дослідження стану зовнішньої торгівлі України за 2008–2016 роки щодо показників зовнішньоторговельної діяльності України, можемо побачити, що чітко визначається негативна тенденція до переважаючого імпорту над експортом та досить високого рівня зовнішньоторговельної квоти, у складі якої імпортна квота майже кожного аналізованого року вище експортної. В розрізі регіональних аспектів зовнішньої торгівлі виявлено зміни питомої ваги партнерів відповідно до геополітичних інтересів держави. Завдяки більш ефективній структурі зовнішньої

торгівлі послугами стають можливими стабільне надходження валюти в країну, реструктуризація галузей національного господарства, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробника послуг, що може позитивно вплинути на інтеграцію України до світового економічного простору, прискоривши її. Основним пріоритетом розвитку експорту України є підвищення конкурентоспроможності української продукції.

Також основними проблемами зовнішньоекономічного сектору економіки України є повільний розвиток науково-технічного прогресу, вичерпання екологічної бази, велика частка тіньової економіки та корупція.

Звичайно, найбільш загрозливою з них є корупція. За період існування України як незалежної держави показник корумпованості в усіх сферах національного господарства зростає. У 2007 році в Індексі сприйняття корупції міжнародної організації "Transparency International" Україна посідала 118 місце (із 179 країн), а вже у 2016 році – 131 місце зі 176 країн, що досліджувалися (поряд з Росією і Казахстаном). У квітні 2017 року міжнародна аудиторська компанія "EY" поставила Україну на перше місце в світі за рівнем корупції (серед 41 досліджуваної країни). Головним чином експорт товарів і послуг забезпечують підприємства різного рівня. Саме вони стикаються з корупцією в бізнес-ліцензуванні, в оподаткуванні та на митниці. Організація економічного співробітництва та розвитку висловила, що корупція є «суттєвою перешкодою» для ведення бізнесу в Україні [5].

Фахівці зауважують, що однією з найбільш тінізованих сфер діяльності є зовнішньоекономічна. Навіть фрагментарні та непослідовні спроби наведення ладу в ній одразу дають відчутний пози-

тивний ефект, а саме збільшення надходжень до державного бюджету. Контрабанда стала загальнонаціональною проблемою, безпосередньо загрожуючи національній безпеці України.

Можна навести чимало прикладів кримінальних джерел доходів окремих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з низки причин, таких як, зокрема, суперечності в законодавстві, невідпрацьованість механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності, бюрократія митного апарату, низька кваліфікація працівників митниці. Представники тіньової економіки сповна користуються неефективним контролем за якістю експортованої продукції, що дає можливість вивозити високоякісні вітчизняні товари під виглядом низькосортних. Таким чином, слід створити єдину систему оцінювання кількості та якості експортованих товарів або покласти цей обов'язок на контролерів наявних структур [6].

Для того щоб розкрити основні шляхи розвитку зовнішньоекономічної діяльності України, розглянемо особливості зовнішньоторговельної політики таких високорозвинених країн, як Великобританія, Німеччина та Франція.

Великобританія – країна із сильно інтернаціоналізованою економікою, з великими міжнародними зв'язками в усьому світі. Її експорт товарів і послуг складає понад 32% ВВП, імпорт дещо перевищує 33%. На неї припадає близько 5% всієї світової торгівлі. Великобританія є великим експортером готових товарів і послуг, але також питомо вагу у структурі займає експорт сировини – нафти Північного моря. Однією з найбільш розвинутих форм зовнішньоекономічних зв'язків Великобританії є діяльність на ринку капіталу. Якщо раніше капіталовкладення спрямовувались до колоніальних країн, то нині вони спрямовуються і до країн ЄС та інших економічно розвинутих держав світу. Головними експортерами капіталу є потужні монополії і транснаціональні компанії, отримувачами – підприємства і галузі, що забезпечують Великобританію сировиною і продовольством. Водночас господарство Великобританії багато в чому залежить від іноземних інвестицій, серед яких переважають інвестиції США (2/3) та західноєвропейських країн. Зовнішня торгівля, незважаючи на зниження частки у світовому торговельному обігу, залишається важливою складовою господарської діяльності країни. Для неї характерним є дефіцит торгового балансу. Близько третини продукції імпортується. Основними статтями експорту є продукція точного та транспортного машинобудування, електрообладнання, енергоносії, продукти харчування, продукція хімічної промисловості. Основними партнерами по експорту виступають США, Німеччина, Франція та Нідерланди. У структурі імпорту наявні фосфорити, майже усі кольорові та рідкісні метали, частково

залізна руда, машини та обладнання, продукти харчування та напівфабрикати, паливо та електротехнічні вироби. Основними партнерами-експортерами є Німеччина, США, Китай, Нідерланди та Франція [7].

Для Німеччини зовнішньоекономічні зв'язки мають винятково велике значення. Експорт для цієї країни є одним з найважливіших факторів економічного зростання. Через це Німеччина дуже сильно реагує на зміни у світовій кон'юктурі. Розглянемо політику ФРН, оскільки територія колишньої НДР тривалий час була інтегрована із соціалістичними країнами, тому тут тільки формуються зовнішньоекономічні зв'язки, орієнтовані на світовий ринок. Частка ФРН у світовому імпорті становить 9%, в експорті – 11%. Близько 3/4 зовнішньоторговельних операцій припадає на економічно розвинуті країни, особливо країни ЄС (половина всіх торговельних обмінів) та США. Останніми роками розширюються зв'язки з постсоціалістичними країнами Центральної Європи. У країни, що розвиваються, Німеччина постачає машини та обладнання, а одержує звідти сировину та напівфабрикати. Товари, що експортуються, такі: верстати, автомобілі, хімікати, метал і сталепрокат, продукти харчування, текстиль. Товари, що імпортуються, такі: верстати, автомобілі, хімікати, продукти, метали, текстиль. Країна значною мірою залежить від імпорту сировини, напівфабрикатів та деяких видів промислових товарів. Імпорт здійснюється з країнами ЄС, США та Японією. Значне місце у зовнішніх зв'язках Німеччини посідає діяльність на ринку капіталу, причому серед інвестицій переважають капіталовкладення в економічно розвинуті західноєвропейські країни і США. До самої Німеччини традиційно інвестують капітал США (до 30% всіх іноземних інвестицій). Оскільки Німеччина сильно залежить від відкритих закордонних ринків, від міжнародної ринкової кон'юкттури та попиту на експорт, її торгова політика традиційно виходить з необхідності забезпечити свободу міжнародної торгівлі, країна виступає проти всіх форм протекціонізму [8].

Франція є великим експортером як промислової, так і сільськогосподарської продукції. За обсягом експорту та імпорту Франція посідає четверте місце у світі після США, Німеччини і Японії. Процвітає туристичний бізнес. Однією з найважливіших форм економічних зв'язків Франції із зарубіжними країнами є вивіз капіталу у формі інвестицій, обсяг яких на 20% перевищує обсяг зарубіжних інвестувань у французьку економіку. Основними іноземними інвесторами в економіку Франції виступають США та країни ЄС. Загалом у зовнішньоекономічних стосунках головними партнерами Франції завжди були країни Західної Європи. Зараз 3/5 її торгового обігу припадає на країни ЄС. Серед інших значну частку мають Швейцарія, США, Японія та Алжир.

Найбільшим торговим партнером Франції є Німеччина. У структурі експорту домінують продукція хімічної промисловості (27%), устаткування (25%), автомобілі (15%), сільськогосподарські товари і продовольство (до 20%), інші споживчі товари (15%). В імпорті переважають промислова сировина (до 30%), промислове устаткування (25%), споживчі товари (біля 17%), продукція транспортного машинобудування, зокрема автомобілі (10%), паливно-енергетичні ресурси (біля 10%) [9].

Висновки з проведеного дослідження.

Для України є характерними є неповноцінна та нерациональна за структурою модель участі в міжнародній торгівлі, політика споживання, а не виробництва, не конкурентоспроможність вироблених товарів і послуг, сильна залежність від імпорту, що посилює загрози економічній безпеці та знижує можливості реалізації національних економічних інтересів.

Підсумовуючи аналіз зовнішньої політики України, основні проблеми цієї сфери та розкриті вище особливості зовнішньоекономічної політики Великобританії, Німеччини та Франції, можемо виділити основні проблемні зони України, що стримують просування та утвердження країни на міжнародному ринку товарів і послуг.

Зазначимо, що найбільшою та найвагомішою проблемою, що стосується всіх сфер національної економіки і зовнішньоторговельної особливо є корупція. Майже безкарне застосування тінювих схем можливе через недоліки в діяльності податкової системи, митної служби та судових органів.

Задля боротьби з цією проблемою можуть бути запропоновані такі кроки:

- вдосконалення механізму реалізації фіскальної складової діяльності Державної фіскальної служби України з метою безумовного виконання показників надходжень до державного бюджету;
- вжиття дієвих заходів сприяння зовнішньоекономічній діяльності, які б забезпечували спрощення митних процедур;
- посилення ефективності митного контролю з використанням новітніх інформаційних технологій;
- забезпечення системного підходу до розв'язання проблем у сфері боротьби з контрабандою та порушенням митних правил;
- підвищення професійного рівня персоналу митниць;
- створення системи ефективної протидії проявам корупції, хабарництва, іншим службовим зловживанням;
- облаштування митного кордону та його технічне оснащення відповідно до міжнародних стандартів, приведення інфраструктури пунктів пропуску у відповідність європейським нормам.

Як свідчить міжнародний досвід, одним із важливих кроків, котрий слід реалізувати найближчим часом, є організація процесу кадрового очищення вітчизняної митниці від співробітників, що брали

участь у корупційних схемах. Варто мінімізувати контакт митників та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності під час оформлення митних платежів, провести ретельну перевірку та переатестацію працівників Державної фіскальної служби України з обов'язковим уведенням майнового звітування працівниками за всіма своїми витратами, посилити персональну відповідальність кожної посадової особи за недотримання вимог законодавства, стимулюючи митників, котрі не причетні до корупційних схем, зокрема фінансово або підвищенням по службі [10].

У зв'язку з останніми суспільно-політичними подіями варто говорити про появу реального громадянського суспільства в Україні, яке може стати справжнім рушієм на шляху усунення тінювого сектору в економіці загалом та зовнішньоекономічній сфері зокрема.

Загалом подальший розвиток зовнішньої політики України повинен бути спрямований на такі напрями:

- 1) підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції за рахунок введення у процес виробництва новітніх технологій; розвиток інновацій;
- 2) державне стимулювання експортно-орієнтованих галузей національної економіки (наприклад, літакобудування, вітчизняне автомобільне виробництво, виробництво харчових продуктів);
- 3) створення привабливого економічного середовища для іноземних інвестицій;
- 4) боротьба з корупцією в зовнішньоекономічній сфері та сферах, що прямо або опосередковано впливають на міжнародну торгівлю;

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Зовнішня торгівля України за 2016 рік: статистичний збірник. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Внешняя торговля Германии. URL: <https://knoema.ru/atlas/Германия/topics/Внешняя-торговля>.
4. Statistisches Bundesamt. URL: <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>.
5. Bribes and bureaucrats: Doing business in Ukraine. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/direct/ukraine/9406824.stm>.
6. Тінюва економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації / за ред. З.С. Варналія. Київ: НІСД, 2006. 576 с.
7. Зовнішньоекономічна діяльність Великої Британії. URL: <http://www.geograf.com.ua/great-britain/556-great-britain-zed>.
8. Зовнішньоекономічна діяльність Німеччини. URL: <http://www.geograf.com.ua/germany/573-germany-zed>.
9. Зовнішньоекономічна діяльність Франції. URL: <http://www.geograf.com.ua/france/584-france-zed>.
10. Іванова І.М. Тінюві схеми з експортом: сутність та шляхи усунення. Фінансова політика та економічне регулювання. 2014. № 4 (69). С. 27–33.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. – Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Zovnishnia torhivlia Ukrainy za 2016 rik: statystychnyi zbirnyk [Foreign Trade of Ukraine for 2016 Yearbook: Statistical Collection]. – Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Vneshniaia torhovlia Hermanyy [Foreign Trade of Germany]. – Available at: <https://knoema.ru/atlas/Германия/topics/Внешняя-торговля>.
4. Statistisches Bundesamt. – Available at: <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>.
5. Bribes and bureaucrats: Doing business in Ukraine. – Available at: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/direct/ukraine/9406824.stm>.
6. Varnalii Z.S. (2006) Tinova ekonomika: sutnist, osoblyvosti ta shliakhy lehalizatsii [Shadow economy: the essence, features and ways of legalization]. – K.: NISD., p. 576.
7. Zovnishnoekonomichna diialnist Velykoi Brytanii [Foreign trade activities of Great Britain]. – Available at: <http://www.geograf.com.ua/great-britain/556-great-britain-zed>.
8. Zovnishnoekonomichna diialnist Nimechchyny [Foreign economic activity of Germany]. – Available at: <http://www.geograf.com.ua/germany/573-germany-zed>.
9. Zovnishnoekonomichna diialnist Frantsii [Foreign economic activity of France]. – Available at: <http://www.geograf.com.ua/france/584-france-zed>.
10. Ivanova I.M. (2014) Tinovi skhemy z eksportom: sutnist ta shliakhy usunenennia [Shady schemes for Export: the nature and ways of elimination] // Financial policy and economic regulation, vol. 4, no. 69, pp. 27–33.

Malyshevs'ka O.O.

Student

Institute of Business Technologies "UABS"

Sumy State University

MAIN PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN UKRAINE

International trade is the inalienable element of international relations, and it allows to every country to be specialized on the production of that product that she produces more effectively.

The national economy of every country has benefits from foreign economic activity. Small open economy of Ukraine has insignificant part in world trade, that's why it doesn't influence on a world economy, but it feels influence of world standards of prices and interest rates, and also cyclic vibrations on an own economy.

The aim of the article is an exposure of tendencies of dynamics of volumes and structural changes in Ukrainian foreign trade commodities, exposure of features of external economic politics of Ukraine and three highly developed countries of European Union – Great Britain, Germany and France.

Investigating the state of the external shipping of Ukraine for 2008–2016 in relation to foreign trade performance of Ukraine indicators, it is possible to define a negative tendency in relation to predominance of import above an export and enough high level of foreign trade quota (in composition that, imported quota almost every analyzable year higher export).

In the context of regional aspects of foreign trade, the changes of specific gravity of partners are educed in accordance with geopolitical interests of the state.

Summarizing the analysis of foreign policy of Ukraine – the biggest problem that concerns all spheres of national economy, and foreign trade especially, – there is a corruption. To solve this problem can be the offered list of steps that concerns fiscal service, custom, normative and legislative base.

As the international experience shows, one of important steps, which need to be implement in the near future, there are organization of process of the personnel clearance of custom from employees who participated in corruption.

Generally further development of foreign policy of Ukraine must be sent to such areas, as an increase of competitiveness of domestic products, by introducing new technologies into the production process; development of innovations; state stimulation of the export oriented industries of national economy; creation of profitable economic environment for foreign investments.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE YOUTH LABOR MARKET IN UKRAINE AND EU COUNTRIES

УДК 331.5

Пономаренко І.В.

к. е. н., доцент,
доцент кафедри економічної
кібернетики та маркетингу
Київський національний університет
технологій та дизайну

У статті розглянуто особливості функціонування молодіжного ринку праці в Україні та країнах ЄС. Досліджено основні механізми сприяння зайнятості молоді в країнах-членах ЄС, виокремлено передовий досвід у цьому аспекті. Доведено необхідність адаптації окремих напрямів програм розвитку молодіжного ринку праці країн ЄС в Україні.

Ключові слова: молодіжний ринок праці, програми зайнятості, безробіття, рівень освіти, гідна праця.

В статье рассмотрены особенности функционирования молодежного рынка труда в Украине и странах ЕС. Исследованы основные механизмы содействия занятости молодежи в странах-членах ЕС, выделен передовой опыт в данном аспекте. Дока-

зана необхідність адаптації окремих напрямів програм розвитку молодіжного ринку праці країн ЄС в Україні.

Ключевые слова: молодежный рынок труда, программы занятости, безработица, уровень образования, достойный труд.

The article deals with the peculiarities of the youth labor market functioning in Ukraine and the EU countries. The mechanisms of promoting youth employment in the EU member states are explored and the best practices in this area are outlined. The necessity of certain directions adaptation of EU countries youth labour market development programs in Ukraine is proved.

Key words: youth labour market, employment programs, unemployment, education level, decent work.

Постановка проблеми. Сучасний ринок праці в Україні характеризується постарінням економічно активного населення, наявністю проблем безробіття окремих категорій громадян, дисбалансом між попитом і пропозицією робочої сили у розрізі регіонів та видів економічної діяльності, низьким рівнем заробітної плати, незадовільними умовами праці у значній кількості працівників тощо. Серед окреслених проблем важливе місце посідають питання молодіжного ринку праці, оскільки зазначена категорія населення є основою для розвитку національної економічної системи у майбутні періоди часу. Існує потреба вирішення питань щодо працевлаштування молоді після закінчення освітніх закладів, оскільки здебільшого спостерігається невідповідність між попитом та пропозицією робочої сили за окремими спеціальностями, а також незадовільний рівень практичних вмій та навичок у молодих працівників, що призводить до високого рівня безробіття у зазначеній категорії населення, незадовільних умов праці та низької оплати праці. Наведені фактори сприяють неофіційній зайнятості молоді, працевлаштуванню за професіями, що не відповідають отриманим спеціальностям, активній міграції в інші країни тощо. В умовах інтеграції до інституцій ЄС необхідно провести комплексний аналіз молодіжного ринку праці в країнах Європи та визначити специфіку його регулювання з метою встановлення можливостей щодо адаптації чинних директив до нормативно-правової бази України у сфері сприяння зайнятості молоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню питань зайнятості молоді присвячено праці таких вчених як, зокрема, З. Бараник, Д. Богиня, Е. Лібанова, Л. Лісогор, К. Мюарт, Т. Назіо, Дж. О'Рейлі, М. Сміт. Проте існує необхідність дослі-

дження особливостей функціонування молодіжного ринку праці в країнах ЄС, комплексного аналізу особливостей його регулювання європейськими наднаціональними та державними інституціями та проведення порівняльного аналізу з Україною.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні молодіжного ринку праці в Україні та країнах ЄС, визначенні основних тенденцій та виявленні передових підходів до сприяння зайнятості молоді. Водночас важливо приділити увагу вивченню питань підвищення рівня освіти молодих громадян із запровадженням інноваційних технологій, розглядаючи цю категорію трудових ресурсів як основу сталого економічного зростання в умовах формування цифрової економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасна економічна система будь-якої країни передбачає розвиток завдяки запровадженню передових технологій та підвищенню професійних навичок робочої сили, що передбачає отримання молодими громадянами інноваційних знань. Нові покоління робочої сили є потенційним ресурсом розвитку країни у майбутні періоди часу, тому існує потреба запровадження державних програм, які передбачають розширене відтворення населення, приведення у відповідність з наявними реаліями рівня загальних та професійних знань, створення умов для сприяння зайнятості молоді. Передумовами для формування дієвої державної політики у сфері розвитку молодіжного ринку праці є його комплексний аналіз та використання передового досвіду розвинених країн щодо його регулювання та розвитку. З урахуванням запровадження в Україні європейських цінностей доцільно провести порівняльний аналіз молодіжного ринку праці в Україні та країнах-членах ЄС. Необхідно

зауважити, що, згідно із Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», до молоді належать громадяни у віці від 14 до 35 років [1]. Водночас законодавство країн ЄС до цієї категорії відносить населення у віці від 15 до 29 років. В цьому разі для проведення дослідження молодіжного ринку праці в Україні та ЄС доцільно скористатись даними про населення у віці від 15 до 29 років.

До ключових показників залучення молоді в економічні процеси відноситься рівень безробіття за МОП. На рис. 1 представлено динаміку рівня безробіття за МОП для молоді у віці від 15 до 29 років в Україні та окремих країнах ЄС за 2016 р. Впродовж досліджуваного періоду рівень молодіжного безробіття за методологією МОП в Україні був нижче лише порівняно з Ірландією, Іспанією, Італією та Хорватією.

ЄС приділяє значну увагу вирішенню питань мінімізації ризиків та розвитку молодіжного ринку праці. Високий рівень молодіжного безробіття негативно впливає на психологічний стан та можливості соціально-економічного забезпечення цієї категорії населення, що в майбутні періоди може призвести до низької мотивації до праці, відсутності стимулів до підвищення професійного рівня та високої ймовірності переходу до маргінальної групи населення. В умовах старіння населення органи державного управління ЄС орієнтуються на підвищення рівня ефективності використання молодіжних трудових ресурсів, які в майбутньому складуть основу економічної системи країн співдружності. У 2015 р. загалом в ЄС на освіту витрачались 4,9% ВВП (рис. 2).

Впродовж досліджуваного періоду часу найменша питома вага затрат на освіту у ВВП відзначалась в Румунії (3,1%), Ірландії (3,7%), Болгарії (4,0%) та Італії (4,0%), а найбільша – у Фінляндії (6,2%), Бельгії (6,4%), Швеції (6,5%) та Данії (7,0%). В Україні у 2015 р. частка витрат на освіту склала 5,4% ВВП. Отримані дані свідчать про дотримання норм ЄС у відносному рівні, хоча абсолютне значення в Україні значно нижче порівняно з більшістю країн Європи, що пояснюється нижчим рівнем розвитку української економіки.

Більшість країн ЄС застосовує активні програми на ринку праці (ALMP), які передбачають вжиття заходів щодо згладжування психологічних наслідків під час переходу від навчання до праці, професійного становлення молодих громадян, формування в них цінностей кар'єрного зростання

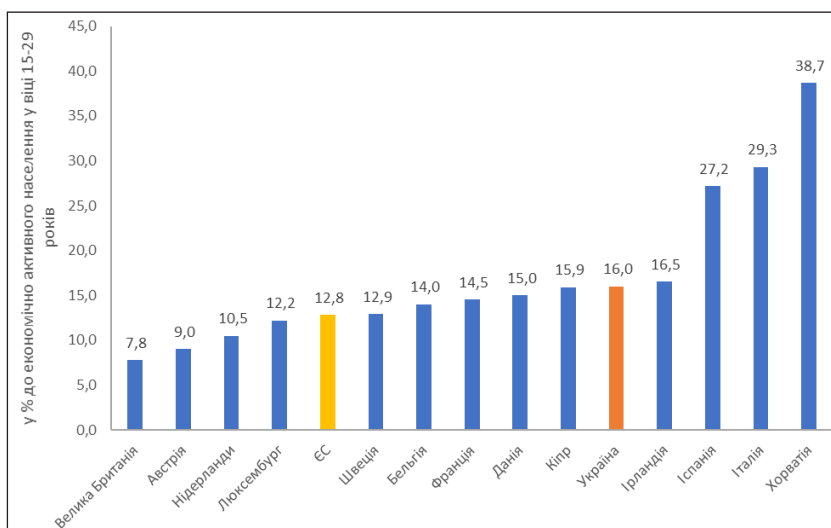


Рис. 1. Рівень безробіття молоді за МОП в Україні та країнах ЄС за 2016 р. [2; 3]

тощо. У 2013 р. в ЄС було прийнято програму «Молодіжна гарантія», яка орієнтована на вирішення питань щодо забезпечення якісних параметрів продовження освіти, стажування та зайнятості. Зазначена програма передбачає реалізацію ключових принципів сприяння розвитку молодіжного ринку праці на рівні окремих країн-членів ЄС. Серед найбільш успішних програм необхідно виокремити «Новий курс для молодих людей» (Велика Британія та Німеччина), «Молодіжну програму з безробіття» (Данія) [4].

У бюджеті співдружності на 2018 р. до пріоритетних напрямів відноситься створення нових робочих місць, перш за все робочих місць для молоді. В рамках зазначеного підходу здійснюється науково обґрунтоване фінансування «Ініціативи молодіжної зайнятості» та збільшення витрат на програму «Erasmus+», яка передбачає підвищення професійних вмінь та навичок студентами через механізми обміну молоді між вищими навчальними закладами в різних країнах ЄС.

Поряд з активними заходами щодо розвитку молодіжного ринку праці в країнах-учасницях ЄС активно співпрацює з іншими державами світу у сфері підвищення освітньо-професійного рівня та сприяння зайнятості населення молодших вікових груп. Європейський Союз в рамках програми «EU NEIGHBOURS EAST» («СХІДНЕ СУСІДСТВО ЄС») запровадив ініціативу «EU4Youth», яка орієнтована на сприяння зайнятості молоді, розвиток освітнього та лідерського потенціалу зазначеної категорії населення. Передбачаються грантова підтримка для організацій-учасниць від країн-учасниць проекту, стипендіальні програми тощо. «EU4Youth» передбачає залучення молоді через проекти «Erasmus+». Зазначена ініціатива реалізується у Вірменії, Азербайджані, Білорусі, Грузії, Молдові та Україні.

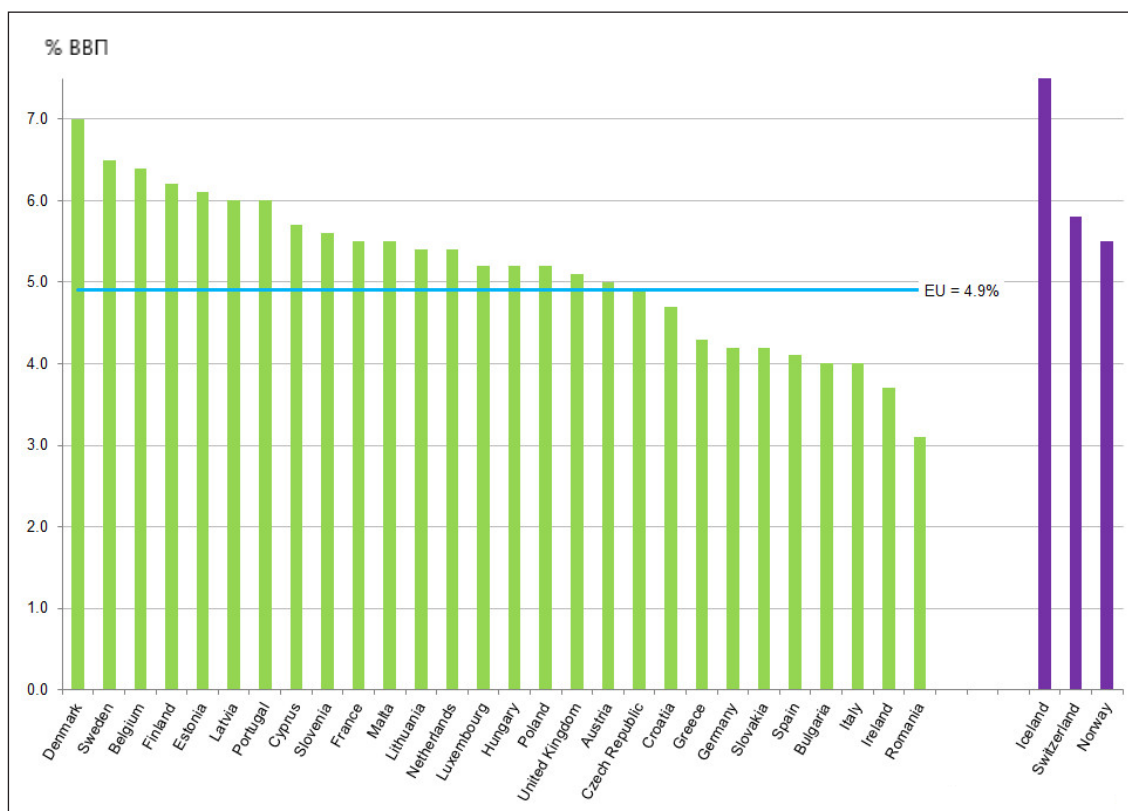


Рис. 2. Витрати на освіту в країнах ЄС у 2015 р. [3]

До головних цілей програми “EU4Youth” відносяться:

- створення можливостей для працевлаштування молоді в усіх видах економічної діяльності та регіонах країни, підвищення мобільності та активізація участі цієї категорії населення у соціально-економічних процесах в країні;
- підвищення рівня підприємницької активності молодих громадян, сприяння їх освітньо-професійному розвитку;
- розвиток молодіжних організацій, активізація їх співпраці з державними інституціями та приватними структурами;
- підтримка найбільш соціально незахищених категорій економічно активного населення, серед яких значну увагу приділяють молоді [5].

В Україні органами державного управління також розробляються та запроваджуються комплексні програми щодо сприяння зайнятості молоді. Перш за все доцільно звернути увагу на Державну цільову соціальну програму «Молодь України» на 2016–2020 рр. Головною метою створення Програми стала розробка заходів стосовно поліпшення соціально-економічних умов для осіб молодших вікових груп в Україні, що передбачає надання конкурентної та якісної освіти, гарантування зазначеній категорії населення гідних умов праці та економічно обґрунтованого рівня оплати праці, яка дасть змогу забезпечити відповідний рівень життя. В рамках цього нормативного акта передбачається під-

писання не менше 100 партнерських проектів між навчальними закладами та приватними компаніями, а також забезпечення 10 тисяч місць для стажування та першого робочого місця молоді. Серед компаній, які долучились до Програми, слід виділити «Байєр», «Нестле», «Київстар», «Кока-Кола Беверіджиз Україна», «ЕУ в Україні» тощо [6].

Поточна ситуація на молодіжному ринку праці України свідчить про необхідність вжиття більш рішучих заходів з метою приведення поточної ситуації із зайнятістю населення у відповідність до міжнародних стандартів.

Органи державного управління України у сучасних умовах повинні забезпечити дієвість та ефективність ключових механізмів, які дадуть змогу залучити молодь в економічні процеси та забезпечать гідні умови праці. Згідно із зазначеним підходом важливу роль у реалізації програм розвитку молодіжного ринку праці відіграє активізація участі цієї категорії громадян у найважливіших процесах. Досягнення ключових цілей у сфері сприяння зайнятості молоді можливе за умови вжиття таких заходів:

- трансформація національної системи освіти шляхом розроблення програм, що відповідають потребам ринку, а також активізація співпраці з приватними компаніями;
- забезпечення сприятливого інвестиційного клімату та стимулювання щодо реалізації інвестиційних проектів зі створенням робочих місць для молоді;

– створення органами державного управління програм активізації підприємницької діяльності серед молоді;

– дотримання принципів рівноправності молоді з іншими категоріями працівників на ринку праці під час прийняття на роботу за умовами праці, заробітною платою та соціальним забезпеченням [7; 8].

Висновки з проведеного дослідження.

Сучасні проблеми молодіжного ринку праці країнами світу вирішуються залежно від рівня економічного розвитку, демографічної ситуації, особливостей розвитку правових інститутів та інших факторів. В умовах інтеграції до інституцій ЄС Україні доцільно скористатись передовим досвідом та активно долучатись до ключових ініціатив співдружності. В цих умовах органи державного управління повинні звернути увагу на те, як в країнах ЄС реалізуються питання щодо забезпечення відповідного рівня освіти, працевлаштування зазначеної категорії населення, забезпечення гідних умов та оплати праці, професійного зростання тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 5 лютого 1993 р. // Сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Євростату. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
4. O'Reilly J., Moyart C., Nazio T., Smith M. Youth employment. STYLE Handbook. 2017. P. 258.
5. EU NEIGHBOURS: EAST. URL: <http://www.euneighbours.eu/ru/east/eu-in-action/projects/eu4youth>.
6. Підписання Українського Пакту заради молоді – 2020 у рамках Державної цільової соціаль-

ної програми «Молодь України» на 2016–2020 роки. URL: <http://www.msp.gov.ua/news/8121.html>.

7. Ślusarczyk B., Barwińska-Małajowicz A., Czop T. Rynek pracy młodzieży w regionie podkarpackim. Możliwości i bariery, Wyd. AMELIA, Rzeszów 2016. S. 125.

8. Чубукова О., Ралле Н. Структурні інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. Науковий вісник Полісся. 2016. № 3 (7). С. 130–133.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy "Pro spryannya sotsial'nomu stanovlennyu ta rozvytku molodi v Ukraini" vid 5.02.1993 r. [Law of Ukraine "On Promotion of Social Development and Development of Youth in Ukraine" of February 5, 1993]. Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.
2. Official site of State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Official site of Eurostat. Available at: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
4. O'Reilly J., Moyart C., Nazio T., Smith M. Youth employment. STYLE Handbook. 2017. P. 258.
5. EU NEIGHBOURS: EAST. Available at: <http://www.euneighbours.eu/ru/east/eu-in-action/projects/eu4youth>.
6. Pidpysannya Ukrainy's'koho Paktu zarady molodi – 2020 u ramkakh Derzhavnoyi tsil'ovoyi sotsial'noyi prohramy "Molod' Ukrainy" na 2016–2020 roky [Signing of the Ukrainian Covenant for Youth – 2020 within the framework of the State Target Social Program "Youth of Ukraine" for 2016-2020]. Available at: <http://www.msp.gov.ua/news/8121.html>.
7. Ślusarczyk B., Barwińska-Małajowicz A., Czop T. (2016) Rynek pracy młodzieży w regionie podkarpackim. Możliwości i bariery, Wyd. AMELIA, Rzeszów. P. 125.
8. Chubukova O., Rallye N. (2016) Skladovi innovatsiynoi ekonomiky – osvita, tekhnolohichni układy, kognityvni tekhnolohiyi [Components of innovative economy – education, technological way, cognitive technologies]. Naukovyy visnyk Polissya, vol. 3, no. 7, pp. 130–133.

Ponomarenko I.V.
PhD, Associate Professor,
Associate professor of Economic
Cybernetics and Marketing Department,
Kyiv National University of Technologies and Design

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE YOUTH LABOR MARKET IN UKRAINE AND EU COUNTRIES

The article deals with the peculiarities of the youth labour market functioning in Ukraine and the EU countries. The importance of solving the issues of the youth labour market has been proved, since this category of people is the basis for the development of the national economic system in the future. The prerequisites for the formation of an effective state policy in the field of the development of the youth labour market are its comprehensive analysis. In this case, in order to conduct a research on the youth labour market in Ukraine and the EU it is advisable to use data on the population aged 15–29 years. The EU pays considerable attention to addressing the issues of risk minimization and the development of the youth labour market. Most EU countries use active labour market programs. In 2013 the «Youth Guarantee» program was adopted in the EU, which is focused on solving the issues of providing qualitative parameters for the continuation of education, training and employment. This program provides for the implementation of key principles promoting the development of the youth labour market at the level of individual EU member states. Along with active measures for the development of the youth labour market in the participating countries, the EU actively cooperates with other countries of the world in raising the educational and professional level and promoting youth employment.

Ukraine's state administrations also develop and implement comprehensive programs to promote youth employment. The main document is the State Target Social Program “Youth of Ukraine” for 2016–2020. The main objective of the Program was to develop measures to improve the socio-economic conditions for young people in Ukraine. An important role in the implementation of programs for the development of the youth labour market is given to increasing the participation of young people in the most important processes.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ТРАНСПОРТНИЙ РИНОК ЯК ФУНКЦІОНАЛ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ TRANSPORT MARKET AS THE FUNCTIONAL STATE OF THE ECONOMY OF THE STATE

У статті розглянуто транспортний ринок як функціонал економіки держави і прикладні аспекти системної оцінки транспортних послуг, їх складність і різноманітність. Наведено порівняльну класифікацію транспортного ринку. Окреслено основні параметри, що визначають попит на транспортні перевезення.

Ключові слова: транспортний ринок, економіка, інновації, стандарти якості, структура, моніторинг.

В статье рассмотрены транспортный рынок как функционал экономики государства и прикладные аспекты системной оценки транспортных услуг, их сложность и разнообразие. Приведена сравни-

тельная классификация транспортного рынка. Очерчены основные параметры, определяющие спрос на транспортные перевозки.

Ключевые слова: транспортный рынок, экономика, инновации, стандарты качества, структура, мониторинг.

The article deals with the transport market as a functional state economy and applied aspects of system evaluation transport services, their complexity and diversity. The comparative classification of the transport market is given. The main parameters defining the demand for transportation are outlined.

Key words: transport market, economy, innovations, quality standards, structure, monitoring.

УДК 339.9:629

Пішенін І.К.

к. е. н., заступник начальника
Інспекція з питань підготовки
та дипломування моряків

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку економіки визначаються постійним розвитком глобалізаційних процесів. Глобалізація поширюється на транскордонні перевезення, які є основою товарообігу. Сьогодні транспортна галузь має виключно велике значення для розвитку економіки держави. Транспорт – це ключовий інфраструктурний компонент зовнішньої торгівлі та велика і зростаюча стаття торгівлі послугами, яка забезпечує 27% всього українського зовнішньоторговельного обігу у сфері послуг. У дослідженнях українських спеціалістів з'ясовуються сутність, закономірності та рушійні сили провідних галузей економіки, що перш за все стосується транспортної галузі. Дослідження транспорту як синергічного виду економічної діяльності робить необхідним розгляд цього питання з практичної точки зору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням транспортних перевезень приділяють увагу багато вчених-економістів, зокрема Р.О. Заблоцька, О.О. Донченко, К.І. Плужников, Г.О. Анцелевич, В.О. Голубєва, Т.В. Злуніцина.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження транспортного ринку як функціоналу економіки держави, а також прикладних аспектів системної оцінки транспортних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний стан вітчизняної економіки характеризується активним переходом в постіндустріальну епоху, в якій подальший розвиток визначається науково-технічним прогресом, інноваціями, інформатизацією. Виробництво товарів доповнюється

системою їх просування на ринку, стимулювання збуту і доведення до кінцевого споживача. Діяльність господарюючих суб'єктів орієнтується переважно на галузь комерції (торгівлі та сервісу), обсяги виробництва якої останніми роками помітно зросли.

У сучасній літературі, присвяченій практиці організації економічної діяльності, поняття «постіндустріальна економіка» втрачає своє значення. Сьогодні на зміну цього терміна приходять більш конкретні категорії, що відображають сутність змін, що відбуваються [1, с. 111]:

– «економіка знань», оскільки знання визнаються економічним ресурсом, порівнянним за значимістю з класичними факторами виробництва, такими як праця, земля, капітал;

– «сервісна економіка», оскільки результатом праці в постіндустріальному суспільстві є здебільшого нематеріальні продукти, тобто послуги;

– «інноваційна економіка», оскільки саме інноваційна економіка забезпечує світові економічні переваги;

– «інформаційна економіка», оскільки інформація є субститутутом багатьох товарів, не пов'язаних з кінцевим споживанням.

Це свідчить про те, що у сучасних постіндустріальних суспільствах сформувався саморегулюючий механізм, що дає змогу здійснювати господарський розвиток за допомогою максимізації особистого споживання. Транспортне обслуговування виступає в ролі одного з економічних індикаторів, адже обсяги перевезень змінюються пропорційно темпам зростання виробництва.

Транспорт постає каталізатором розвитку економіки загалом, оскільки освоєння нових територій та ринків із сучасною транспортно-логістичною інфраструктурою дає змогу ефективно обслуговувати всі зростаючі потреби виробництва в перевезеннях. Транспортний сектор, який мав раніше яскраво виражену галузеву відособленість, нині постає як комплексний функціонал сервісної економіки, виступаючи одним з найважливіших чинників забезпечення ефективності руху товару. В умовах глобалізації світової економіки на перше місце виходить проблема побудови інтегрованої транспортної системи доставки продукції від виробника до споживача. Транспортування в сучасних умовах служить тому, щоб компенсувати просторово-часовий розрив між процесами генерації і споживання товарно-матеріальних цінностей в ланцюгах поставок, а транспорт є сполучною ланкою між базисними операційними процесами, такими як постачання, виробництво, збут. У цьому полягає ключова функція транспорту. Транспортування пов'язує між собою сфери виробництва, обігу та споживання.

Транспортування є структурною складовою економічної діяльності, яку укрупнено можна описати у вигляді лінійно-замкнутої послідовності (з елементами циклічності) основних операційних активностей, що визначають логіку руху товару від джерела первинної генерації матеріальних ресурсів до місця кінцевого споживання [2, с. 213].

Економічні складові цієї моделі можна представити таким чином:

- видобуток – сукупність підприємств, що виробляють сировину і матеріали, що мають природне або хімічне походження;

- первинна обробка – сукупність підприємств, що забезпечують обробку сировини з метою отримання матеріальних ресурсів виробничого призначення;

- виробництво – сукупність підприємств, що випускають готову продукцію проміжного та кінцевого споживання;

- торгівля – сукупність підприємств оптової та роздрібно торгівлі (бази, торгові мережі, посередники тощо), які доводять готову продукцію до проміжного та кінцевого споживача.

Досліджуючи структуру попиту та пропозиції на вітчизняному транспортному ринку, можемо зробити висновок про те, що нині найбільша питома вага транспортного обслуговування припадає на виробництво, оптову та роздрібну торгівлю. Транспортна інфраструктура забезпечує потреби всіх сфер виробництва, обігу та споживання.

Необхідно визначити, що транспортно-розподільна система функціонує на основі:

- сучасних транспортних технологій, що організують рух товарів;

- взаємодії різних видів транспорту;

- безперервності та єдності транспортно-технологічних процесів;

- збільшення швидкості перевезення та виконання вимог щодо збереження вантажів;

- застосування оперативної технології «точно у визначений термін» (доставка відповідно до вимог) та «від дверей до дверей» (контроль доставки вантажів по всьому ланцюгу поставок від відправника до одержувача);

- використання термінальної технології здійснення транспортно-розподільчих процесів; в цьому випадку транспортування і доставка вантажів споживачам реалізуються в рамках мережі вантажорозподільчих терміналів, в яких виконуються накопичення вантажів, їх переробка, а також сервісне обслуговування матеріальних потоків і доставка товарів кінцевим споживачам.

Транспортування (перевезення) є одним з найважливіших процесів в ланцюгах поставок, і входить у структуру сервісного обслуговування поряд з передпродажною підготовкою, установкою, настроюванням, технічним обслуговуванням та можливим гарантійним ремонтом. Суттєве значення транспорту в економіці обумовлюється ще й тим, що нині 35% витрат складають витрати на транспортування та обробку вантажних потоків в ланцюгах поставок [3, с. 331].

Тобто транспортні послуги є вагомою частиною доданої вартості кінцевого продукту. Це означає, що транспортна діяльність не тільки реалізує необхідний, технологічно обумовлений аспект у системі логістичного обслуговування, але й стає дуже привабливою з комерційної точки зору для суб'єктів економічної діяльності. Монополізація транспортного ринку під час обслуговування будь-якого сегменту економіки (промисловості, торгівлі, сільського господарства) робить його надприбутковим. В умовах постійного зростання вітчизняного та світового товарообміну роль транспорту виявляється все більш очевидною, адже зростає дальність перевезень, збільшуються пропускні спроможності терміналів, підвищуються вимоги до якості та оперативності транспортного сервісу.

У цьому сенсі досить інформативним є досвід організації діяльності великих транспортних вузлів. Системна інтеграція транспортних активностей (дій господарюючих транспортних суб'єктів) у формі транспортних послуг надається в інтересах оптимізації вантажопотоків. Під час реалізації принципів системи транспортного забезпечення повинні дотримуватись правила (доставка певного вантажу у вказане місце й означений час в необхідній кількості та належної якості конкретному вантажоодержувачу з оптимальними транспортними витратами). Змістовні особливості транспортного забезпечення виявляються спочатку в характері керованого транспортного

потіку, конкретно – його матеріальної складової. На вантажному транспорті матеріальний потік формується двома різновидами об'єктів, одним з яких є вантажна одиниця, а іншим – транспортний засіб, а розділяється, відповідно, на вантажний потік (потік товарно-матеріальних цінностей) і транспортний потік (потік транспортних засобів). Зазначена диференціація висуває вимогу системної організації транспортних перевезень. Заснована на реалізації принципів оптимальності, надійності, ефективності роботи транспорту системна організація транспортних перевезень повинна орієнтуватись на скорочення транспортних запасів в економіці, або запасів в дорозі; сутність запасів товарно-матеріальних цінностей, що знаходяться в процесі транспортування від постачальників до споживачів; скорочення не завантажених транспортних потоків. Цим в дослідженні доводиться, що диференціація матеріального потоку на вантажний і транспортний потоки обумовлює поділ транспортних перевезень на сервісну та матеріальну складові.

Такий розподіл транспортних перевезень має глибокі економічні підстави, оскільки пов'язаний з вирішенням проблеми завантаження транспортних засобів (діагностуванням, моніторингом стану, регулюванням напруженості), зокрема в її граничному стані (проблеми «порожнього пробігу» на транспорті).

Суб'єкти галузевих ринків виступають як споживачі транспортних послуг, а суб'єкти транспортного ринку – як постачальники. Слід зазначити, що у зв'язку з розвитком транспортних перевезень значно розширився асортимент транспортних послуг, складність і різноманітність яких дають змогу внести доповнення у класифікацію послуг транспортного ринку.

1) Технологічні послуги складають базис традиційного транспортного обслуговування та формують матеріальні потоки транспортних систем. До них відносяться транспортування, вантажно-розвантажувальні роботи, термінально-складське обслуговування вантажів, приймально-здавальні операції. Надання цього сервісу має масовий характер (його надають понад 80% компаній), оскільки він є найбільш затребуваним споживачами на транспортному ринку.

2) Інформаційно-довідкові послуги утворюють поле супроводу матеріальних потоків і представлені транспортним документообігом в паперовому та електронному вигляді, системами зв'язку, відстеження знаходження вантажів і транспортних засобів, обміну даними, консалтинговим сервісом по адміністративно-правовим, юридичним, економічним питанням.

3) Комерційні послуги забезпечують формування фінансових потоків під час розрахунків між суб'єктами транспортного ринку у зв'язку

з рекламною діяльністю, страхуванням, лізингом, орендою, продажем транспортного устаткування, виконанням торгово-посередницьких операцій.

4) Сервісні послуги забезпечують технічне обслуговування, ремонт і охорону рухомого складу, організацію харчування і відпочинку персоналу транспортних компаній, візову підтримку під час міжнародних перевезень, надання медичної допомоги, постачання транспортних засобів паливом, витратними матеріалами та запасними частинами.

5) Організаційні послуги формують нині основу транспортного обслуговування, оскільки дають змогу мінімізувати транспортну складову логістичних витрат за рахунок вибору оптимальних параметрів завантаження рухомого складу, маршрутизації транспортних потоків, визначення найбільш раціональних способів доставки вантажу одержувачу.

Відповідно до цієї класифікації аналіз процесу надання послуг транспортного ринку доцільно проводити в двох основних площинах:

- за обсягом, тобто кількістю виконаної транспортної роботи; як правило, в цьому разі слід розглядати показники обсягу перевезених вантажів і вантажообіг в розрізі видів вантажів і транспортних засобів, напрямків, маршрутів, регіонів перевезень;

- за структурою попиту, тобто особливостями потреб вантажовласників на ринку.

При цьому доцільно враховувати:

- факт надання послуг (сталість або обмеженість, а також наявність потенційних можливостей забезпечення транспортних перевезень);

- стабільність попиту (стабільно чи епізодично надаються транспортні послуги);

- характер попиту (розмежування всіх послуг, що надаються за принципом масовості з виділенням сектору індивідуальних потреб).

До параметрів, що визначають попит на послуги транспортного ринку будь-якого регіону, відносяться:

- інфраструктурна розвиненість регіону дослідження;

- галузева спеціалізація підприємств регіону;

- комплексна узгоджена технологія вантажоперевезень.

Сукупність послуг транспортного ринку утворює платформу сервісного обслуговування вантажовласників.

Таким чином, можна зробити висновок, що пріоритетними напрямками розвитку локального та глобального транспортного ринку слід вважати розширення спектру транспортних послуг за дотримання високих стандартів їх якості.

Нині остаточно сформувалась глобальна транспортна система. Транспортний ринок України тісно взаємопов'язаний з глобальним транспорт-

ним ринком і є його невід'ємною складовою частиною. Розвиток транспортного ринку останніми роками набуває яскраво вираженого динамічного характеру, про що свідчить збільшення частки управлінського менеджменту в системі доставки вантажів. Тому для чистоти аналітичних порівнянь і розмежування функціоналу транспортного ринку та ринку транспортних послуг має сенс провести таке угруповання:

- традиційні транспортні послуги (вантажоперевезення, експедирування, технологічні та сервісні послуги);

- управлінська логістика (управління ланцюгами поставок, комерційні, інформаційно-довідкові, організаційні послуги).

Висновки з проведеного дослідження.

Створення транспортного ринку та регулювання ним є складним багатостороннім процесом. Розвиток економіки держави забезпечують провідні галузі, такі як транспортна сфера. Ефективна організація транспортних перевезень відіграє визначальну роль, сприяючи розвитку транспортних послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг: підручник. Київ: Знання України, 2003. 279 с.
2. Плужников К.И., Чунтомова Ю.А. Транспортное экспедирувание. Москва: Транслит, 2006. 528 с.
3. Мартянова О.І., Злуніцина Т.В. Євроінтеграція України та єдиний економічний простір: суперечності чи нові можливості. Стратегія розвитку України. 2004. № 4. С. 329–335.

REFERENCES:

1. Zablotska R.O. (2003) Svitovyi rynek posluh: pidruchnyk / R.O. Zablotska. [World market of services: textbook / R.O. Zablotsky]. Kyiv: Znannia Ukrainy. 279 s. (in Ukrainian).
2. Pluzhnikov K.I., Chuntomova Yu.A. (2006) Transportnoe ekspedirovanie. [Transportnoe ekspedirovanie]. M.: Translit. 528 s. (in Russian).
3. Martianov O.I., Zlunitsyna T.V. (2004) Yevrointehratsiia Ukrainy ta yedynyi ekonomichniy prostir: superechnosti chy novi mozhlyvosti // Stratehiia rozvytku Ukrainy. [European integration of Ukraine and a single economic space: contradictions or new opportunities // Strategy of development of Ukraine]. – № 4. – S. 329–335 (in Ukrainian).

Pishenin I.K.

PhD in Economics

Deputy Chief of Inspection

on Training and Certification of Seafarers

TRANSPORT MARKET AS THE FUNCTIONAL STATE OF THE ECONOMY OF THE STATE

Modern trends in the development of the economy are determined by the constant development of globalization processes. Globalization extends to cross-border transportation, which is the basis of trade turnover.

The purpose of this article is to study the transport market as a functional state economy, as well as applied aspects of the system assessment of transport services.

The current state of the national economy is characterized by an active transition to the post-industrial era, in which further development is determined by scientific and technological progress, innovation, and information. The production of goods is supplemented by a system of their promotion on the market, promotion of sales and bringing to the end user. Activity of economic entities is oriented mainly on the area of commerce (trade and service), the volume of production of which in recent years has increased significantly.

In the conditions of globalization of the world economy the first place is the problem of building an integrated transport system for delivering products from manufacturer to consumer. Transportation in modern conditions serves to compensate for the spatial and temporal gap between the processes of generation and consumption of inventories in supply chains, and transport is a connecting link between the basic operational processes – supply, production, and sales. This is the key function of transport. Transportation links the spheres of production, circulation and consumption.

Investigating the structure of demand and supply in the domestic transport market, we can conclude that currently the largest share of transport services falls into production, wholesale and retail trade. The transport infrastructure provides the needs of all areas of production, circulation and consumption.

Transportation (transportation) is one of the most important processes in the supply chain and is part of the service structure along with pre-sale preparation, installation, configuration, maintenance and possible warranty repair. That is, transport services are a significant part of the added value of the final product. This means that transport activity implements not only the necessary technological aspect in the logistics service but also becomes very attractive, from a commercial point of view, for economic entities. Thus, we can conclude that the priority directions of development of the local and global transport market should be considered expansion of the spectrum of transport services, while adhering to high standards to their quality.

КІНОІНДУСТРІЯ ЯК СФЕРА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ FILM INDUSTRY AS A SPHERE OF ECONOMIC ACTIVITY

УДК 338.012

Проскуріна М.О.

к. е. н., доцент кафедри мистецтв
Київський університет культури

Серед усіх культурних та креативних індустрій сьогодні в Україні визнання на державному рівні та широку підтримку як стратегічно важлива сфера отримала кіноіндустрія. Цей сектор визнано інвестиційно привабливим в багатьох країнах світу. Окрім цього, кіноіндустрія є не лише комерційно привабливою сферою, але й стратегічно важливим інструментом збереження та поширення культурних цінностей регіону, а також покращення міжнародного іміджу країни. Як економічний сектор кіноіндустрія має досить складну структуру та економічний механізм реалізації вартості.

Ключові слова: культурні індустрії, кіноіндустрія, дистрибуція, бізнес-структура, екранна індустрія.

Среди всех культурных и креативных индустрий сегодня в Украине признание на государственном уровне и широкую поддержку как стратегически важная сфера получила киноиндустрия. Этот сектор признан инвестиционно привлекательным во многих странах мира. Кроме того, киноиндустрия является не только коммерчески привле-

кательной сферой, но и стратегически важным инструментом сохранения и распространения культурных ценностей региона, а также улучшения международного имиджа страны. Как экономический сектор киноиндустрия имеет достаточно сложную структуру и экономический механизм реализации стоимости.

Ключевые слова: культурные индустрии, киноиндустрия, дистрибуция, бизнес-структура, экранная индустрия.

Today in Ukraine the film industry, as single field among all cultural industries, was recognized at the state level as a strategically important area and obtained wide support. This sector is considered an investment attractive in many countries in the world. The film industry is not only a commercially attractive but strategically important tool for preserving and disseminating the cultural values of the region, as well as improving the international image of the country. As an economic sector, the film industry has a rather complicated structure and an economic mechanism for the realization of value.

Key words: cultural industry, film industry, distribution, business structure, screens industry.

Постановка проблеми. Кіноіндустрія є складним та системним явищем, якому притаманні специфічні механізми створення доданої вартості, розподілу та споживання специфічного культурного продукту. Завдяки своїй ролі у формуванні національної чи регіональної ідентичності кіноіндустрія має велике політичне та соціальне значення. Якщо ця індустрія не визначається на державному рівні як пріоритетна, то її цілі будуть спрямовані на реалізацію розважальної функції комерційного кіно.

Протягом останніх 30 років поняття національного кінематографа у світі перетворилось на базовий елемент державної політики у сфері кіно. Кіно сьогодні розглядається як вираження географічно сконцентрованої національної культури. Проте така «національна» система становила проблему для внутрішніх територій та регіонів, які не контролювали просторову організацію національної культурної економіки [7; 10; 11]. Протягом 80-х років національне кіно почало аналізуватися як інструмент збереження та поширення національної гегемонії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанню аналізу кіноіндустрії як сфери економічної діяльності присвячені роботи С. Вард, М. Гашера [7; 10; 11]. Вчені аналізують регіональне значення цього сектору. В роботі С. Дермоді та Л. Які [6] розглянуто тему національного кінематографу як способу боротьби між локальним символічним значенням культурних особливостей місцевості та діями, зумовленими національним та міжнародним ринковим середовищем. Е. Хігсон [9] визначив національний кінематограф як продукт національної культури

або суміші культур, які можна прив'язати до певного географічного місця. Проте сама індустрія вимагає осмислення її структури, а аналіз її як сфери національного господарства потребує адаптації до специфічних реалій національної економіки.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз структури кіноіндустрій та визначення її місця і перспектив у вітчизняній економічній системі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід зазначити, що система отримання прибутку включно в результаті реалізації культурного продукту з 50-х років ХХ ст. поступово почала змінюватися. Якщо на потачку становлення індустрії основну роль в отриманні прибутку відігравали кіностудії, то після впровадження антимонопольного законодавства у США, яке зобов'язало кінокомпанії продати свої кінотеатри, саме канали реалізації стають основною рушійною силою в зазначеному секторі.

Розглянемо структуру кіноіндустрії більш докладно з метою розуміння (рис. 1).

В схемі зазначена не кіноіндустрія, а екранна індустрія. Це говорить про те, що аналізується культурний продукт кіноіндустрії, призначений для поширення перш за все через мережі кінотеатрів. Власне, в ідеалі фільми, які знімаються, перш за все зорієнтовані на публічне представлення та спільне споживання в кінотеатрах, а вже потім вони поширюються через різні дистрибуторські мережі для індивідуального споживання. Зазвичай процес поширення (дистрибуції) кінопродукту підпорядкований стратегічним цілям виробника та зорієнтований на окремі цільові аудиторії.

Проте класичним є такий порядок дій:

- 1) вихід на широкий екран (кінотеатри та мережі кінотеатрів, публічний перегляд);
- 2) DVD та відеореліз (індивідуальний перегляд);
- 3) вихід на телебачення та в мережу Інтернет (масове представлення);

Сектори на рис. 1 відображають такий ланцюг створення вартості в зазначеній індустрії: створення аудіовізуального продукту (фільму), поширення по каналах збуту, представлення або показ продукту кінцевому споживачу. Процес створення вартості базується на передачі прав на представлення та тиражування.

Процес виробництва та оброблення відео є високотехнологічним та капіталомістким, оскільки мається на увазі створення аудіовізуального продукту за допомогою сучасного обладнання. Використання сучасного обладнання необхідне й на етапах поширення та споживання фільму. Від виробництва споживчої електроніки до виробництва знімального обладнання, облад-

нання для звукозапису, приладів для освітлення, програмного забезпечення для обробки відео, проєкторів та установок для демонстрації фільмів у кінотеатрах тощо – все це уособлює сутність культурних індустрій, які базуються на сучасних технологіях, культурі, науці та економіці.

Під субсекторами розуміється частина кіноіндустрії, в межах якої здійснюється повністю тотожний виробничий процес культурного продукту, проте сам продукт не є фільмом як повнометражним художнім твором. До основних технічних особливостей кінематографу, що відрізняють його від інших видів запису та відтворення рухомих зображень, відносять:

- фіксацію фаз руху об'єкта на кіноплівці у вигляді ряду послідовних фотознімків (кадрів зображення), на відміну, наприклад, від магнітного відеозапису;

- проєкцію рухомого зображення на великий екран, що припускає, як правило, спеціальне приміщення, тим самим обумовлюється можливість спіль-

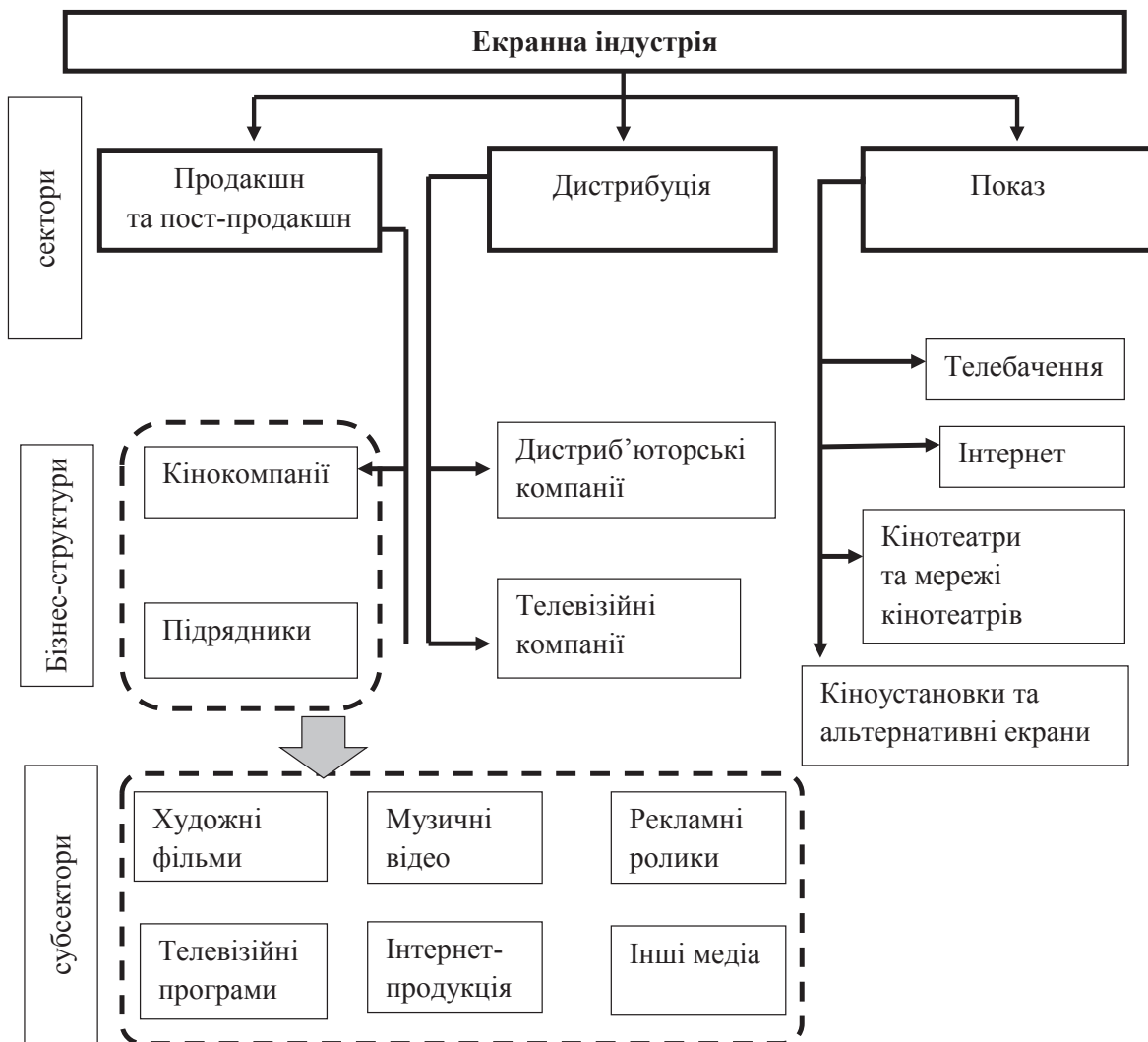


Рис. 1. Структура екранної (кіно) індустрії

ного сприйняття фільму багатьма людьми одночасно; реалізація цієї можливості є специфічним комунікативним принципом кінематографа [5, с. 179].

Досліджуючи структуру кіноіндустрії як сектору підприємницької діяльності, вважаємо доцільним проаналізувати основні грошові потоки. Цей сектор включає в себе виручку від послуг кінотеатрів (включаючи надходження від продажу квитків, від кінореклами) і від продажів домашнього відео (відео на фізичних і цифрових носіях, зокрема продаж з використанням таких каналів, як роздрібні продажі, оренда і підписка). Суми такої виручки відображають надходження від використання як цифрових, так і нецифрових ресурсів, а також формуються за рахунок витрат споживачів та рекламодавців.

Домашнє відео включає в себе фільми на фізичних носіях або в електронному форматі, а також телевізійні програми та інший відеоконтент. Виручка генерується за рахунок роздрібних продажів та оренди відеофільмів на фізичних носіях, а також від послуг відео за запитом і від підписки на домашнє відео в електронному форматі.

Виручка від надання домашнього відео на фізичних носіях підрозділяється на надходження від прокату і від продажу відеоносіїв. Вона формується за рахунок споживчих витрат на фільми, телевізійні програми та інший відеоконтент на DVD-дисках і носіях Blu-ray. Виручка формується на основі всіх витрат споживачів на придбання продукції в роздрібних торгових точках та онлайн. Споживачі оплачують витрати на прокат відео в пунктах прокату та інших роздрібних торгових точках, а також послуги служб, що доставляють DVD-диски і диски Blu-ray експрес-поштою.

Сектор домашнього відео в електронному форматі включає в себе виручку від надання за запитом відеоконтенту (зокрема, фільми, телевізійні програми та інший відеоконтент) через оператора платного телебачення або за допомогою послуги OTT (over-the-top) / послуги відтворення «потокowego» відеозапису (наприклад, сайт "Netflix"). Домашнє відео в електронному форматі на основі платного телебачення генерує виручку, яка формується від плати за послуги відео за запитом і відео на умовах оплати за перегляд, що надаються провайдером послуг на телевізійну підписку як частини пакета таких послуг або додаткових функціональних можливостей основного пакета.

Підсектори домашнього відео в електронному форматі включають витрати на послуги формату OT (over-the-top) / послуги відтворення «потокowego» відео (наприклад, "Netflix"), в рамках яких відеоконтент поширюється по каналах широкому-

гового або бездротового підключення до Інтернету, виводиться на екран персонального комп'ютера, телевізора, планшета, смартфона або будь-якого іншого пристрою та надходить до споживача, минаючи канали, використовувані провайдерами послуг на телевізійну підписку. Ці послуги розділені на послуги відео за запитом, тобто плата за перегляд кожного окремого контенту (модель TVOD), а також відео на умовах оплати за перегляд за ТВ-підпискою (модель SVOD).

Виручка кінотеатрів формується за рахунок витрат споживачів на придбання квитків на фільми в кінотеатрах, а також витрат на кінорекламу, яку він демонстрував перед початком показу фільму. В склад виручки не включаються доходи від торгівлі в кінотеатрах або здачі в оренду частини їхніх приміщень. Суми такої виручки формуються за рахунок витрат споживачів і рекламодавців і включають надходження від послуг, що надаються в нецифровому форматі.

Кіноіндустрія давно вийшла за межі суто представлення кінопродукту. На рис. 2 продемонстровано основні потоки доходів в цьому секторі.

Кінотеатр служить найкращим прикладом того, як перерозподіляють доходи від наявних каналів до нових. У великих студіях спостерігається різке зниження доходів від домашньої реклами. Загальний дохід від оренди та продажу фізичного домашнього відео, який вже різко падав, ще знизиться з 8,8% до 2021 року. Відповідно до таких змін багато великих студій розглядають нові способи скоротити традиційну затримку між кінематичним випуском фільмів та їх наявністю для перегляду вдома. Власники кіномереж шукають нові способи надання послуг. Зокрема, у 2016 році співзасновник "Napster" С. Паркер та інші оголосили про свої інвестиції в запуск, що дасть змогу людям, які готові платити премію, переглядати нові фільми вдома в день прем'єри. Власники кінотеатрів можуть розширити своє меню кон-

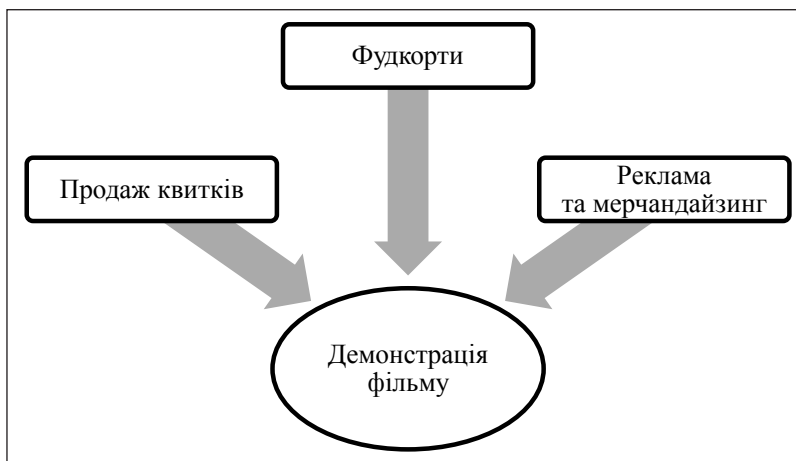


Рис. 2. Потоки доходів

тенту, включивши досвід дистанційного перегляду для любителів опери, симфонії, спортивних подій та естрадних фестивалів [8].

Згідно з оцінками консалтингової компанії "PwC" сьогодні світовий ринок екранного виробництва, включаючи кіно, телебачення, відеоігри та рекламні ролики, становить \$88,3 млрд., а до 2019 року він зросте до \$104,6 млрд. [3]. І національні економіки борються за ці гроші. Світовий кінематограф розглядається як стабільне джерело інвестицій. Закон України «Про державну підтримку кінематографії в Україні» має створити сприятливі передумови для розвитку кінобізнесу в країні.

Досить часто кінематографісти проводять зйомки на території іншої країни. Це зумовлене не лише відповідними краєвидами, але й ціновою політикою, оскільки кіновиробництво є однією з найбільш дорогих культурних індустрій. Завдяки своїй складній структурі індустрія кіно має потенціал до створення цілої інфраструктури, спрямованої на обслуговування одного проекту, а також використання локації як туристичного об'єкта після завершення проекту. Уряди різних країн з метою заохочення пропонують різні схеми взаємодії для представників кіно- та телеіндустрій. Останнім часом все частіше застосовується модель грошового повернення "cash rebate", коли продюсеру повертається 20–40% кваліфікованих витрат в країні, де були здійснені зйомки. Такий метод дає змогу покращити імідж держави через промоцію її території, що сприяє посиленню туристичних потоків, а також відбувається залучення іноземних масштабних проектів зі значними бюджетами. Основна перевага моделі "rebate" як економічної заохочувальної схеми полягає в тому, що вона винагороджує тільки компанії, які вже реально «проінвестували» в країну, оскільки повернення продюсеру отримує за поданими рахунками і чеками вже після скоєних витрат, зокрема сплачених податків.

Відповідно до ст. 11 Закону України «Про державну підтримку кінематографії в Україні» від 23 березня 2017 року № 1977-19 відшкодування частини фактично здійснених суб'єктом кінематографії кваліфікованих витрат становить 16,6% загального обсягу [1]. Зумовлене це тим, що «іноземний суб'єкт кінематографії» використовуватиме розташовані в Україні сценічно-постановочні засоби виробництва, павільйони, місцевості (локації), послуги українських суб'єктів кінематографії, готельні послуги тощо [1].

Проте, як зауважив Е. Ернандес, професор менеджменту бізнес-школи "Wharton", «пропонувати тільки фінансове заохочення не результативно в довгостроковій перспективі. Території, що конкурують виключно за рахунок грошових пільг, отримують нестійку перевагу <...> Але якщо, крім цього, є інфраструктура, сервіс, фахівці і робоча сила, то пропозиція стає набагато цінніше і стабільніше» [2].

В Україні кіноіндустрія сьогодні є чи не єдиною з-поміж культурних індустрій визнаною на державному рівні. Є чітке розуміння стратегічного значення цього сектору в умовах інформаційної війни та гострої необхідності збереження і популяризації національних культурних цінностей.

В Державному бюджеті на 2018 рік винесено такі статті видатків на кінематограф в підгрупі «Державне агентство України з питань кіно»: керівництво та управління у сфері кінематографії, державна підтримка кінематографії та гранти Президента України молодим діячам мистецтва для створення і реалізації творчих проектів у сфері кінематографії, премії за видатні досягнення в галузі кінематографії. Окремо винесені видатки на виробництво (створення) та поширення фільмів патріотичного спрямування. Таким чином, у 2018 році на кіноіндустрію буде виділено 1,02 млрд. грн. На рис. 3 показано динаміку видатків на кіноіндустрію України з держбюджету за 2013–2018 роки.

Слід звернути увагу на те, що видатки у 2018 році у вітчизняній валюті майже вдвічі перевищують аналогічний показник 2017 року. Більше того, з 2014 року спостерігається щорічне колосальне зростання. Проте після перерахунку в доларовому еквіваленті бачимо, що динаміка зазначеного показника є незначною, а цифри – не вражаючими. З урахуванням специфіки індустрії зазначимо, що ці витрати є недостатніми через те, що на міжнародному ринку віддається перевага розрахунку в іноземній валюті.

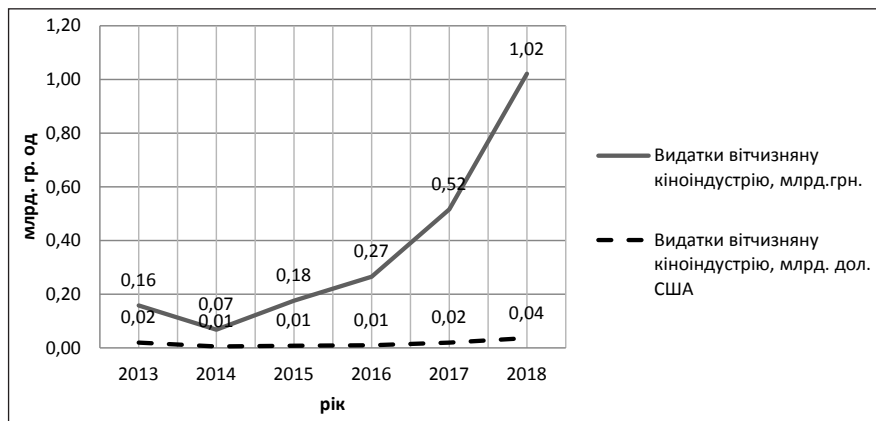


Рис. 3. Видатки державного бюджету України на кіноіндустрію

Джерело: власна розробка

Проаналізуємо динаміку вітчизняної кіноіндустрії, спираючись на статистичні дані, наведені Державним агентством з питань кіно.

З наведених даних можна побачити, що фактична вартість фільмів у 2012 році була набагато вища, ніж у 2017 році. Серед основних причин можна назвати значний економічний спад та військові дії на сході країни. На основі табл. 1 обрахуємо частку державних підприємств, які знімали фільми, та частку приватних підприємств (табл. 2).

З отриманих даних ми бачимо, що участь у зйомках фільмів підприємств державної та комунальної форм власності з 2012 року суттєво скоротилась, а саме з 69% до 8%, водночас частка приватних підприємств збільшилась до 92%. На фоні такої динаміки досить цікавим є 2015 рік. Після трагічних подій 2014 року, коли ми спостерігаємо глибокий спад в кіноіндустрії за досліджуваний період, третину всіх вітчизняних фільмів було знято на державних підприємствах. Це цілком логічно, оскільки кіноіндустрія вимагає значних капіталовкладень та інвестицій, а зазначений рік

характеризується як дуже несприятливий з точки зору інвестиційної привабливості, тим більше вкладень у сферу культури.

Цікавою нам представляється динаміка участі у фінансуванні Держкіно та продюсерів.

Незважаючи на динаміку скорочення участі державних підприємств у зйомках вітчизняної кінопродукції, частка Держкіно залишається досить

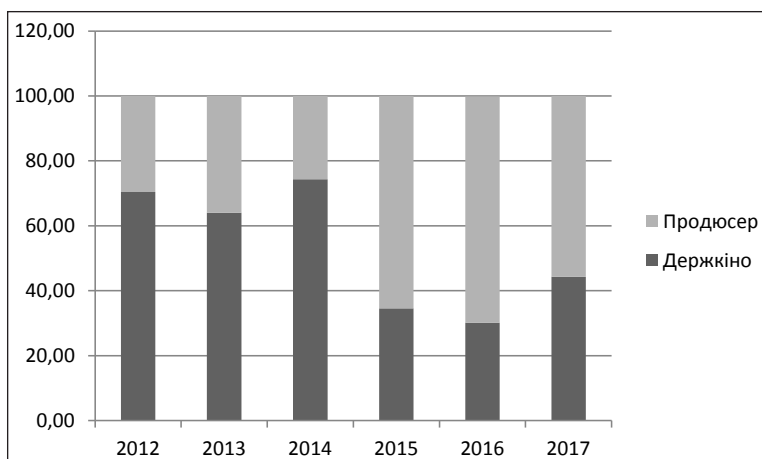


Рис. 4. Динаміка участі у фінансуванні фільмів Держкіно та продюсерів

Таблиця 1

Фільми, створені за підтримки Державного агентства України з питань кіно за період 2012–2017 років

Рік	Кількість фільмів	Студії		Доля фінансової участі				
		ДП	Інші	Фактична вартість	Держкіно	Держкіно	Продюсер	Продюсер
				тис. грн.	тис. грн.	%	тис. грн.	%
2012	49	34	15	63 661 785,96	44 801 383,46	70,37	18 860 402,5	29,63
2013	59	30	29	220 857,39	141 257,59	63,96	79 604,27	36,04
2014	27	10	17	73 112,38	54 327,25	74,31	18 785,13	25,69
2015	15	5	10	98 647,92	34 141,53	34,61	64 506,39	65,39
2016	35	6	29	230 326,47	69 450,15	30,15	160 261,08	69,58
2017	51	4	47	539 065,93	238 818,49	44,30	300 250,34	55,70

Джерело: побудовано за даними Державного агентства з питань кіно [4]

Таблиця 2

Співвідношення державних підприємств та інших підприємств, на яких було створено вітчизняний кінопродукт за період 2012–2017 років

Рік	ДП, КП	Інші
	%	%
2012	69,39	30,61
2013	50,85	49,15
2014	37,04	62,96
2015	33,33	66,67
2016	17,14	82,86
2017	7,84	92,16

суттєвою, не падаючи нижче 30%. Слід звернути увагу на 2016 рік, коли на державних кіностудіях ДП «Українська студія хронікально-документальних фільмів» та ДП «Українська студія анімаційних фільмів» було знято 6 з 35 стрічок («Батя. Дзвони долі», «Первісний авангард», «Viva Prima (І я знов лечу до сонця)», «У відриві», «Лахмітко (Ветошник)», «Кобзар 2015»), проте частка державного фінансування становила 30%. У 2017 році ми можемо прослідкувати продовження цієї тенденції: 4 фільми з 51 було знято на ДП «Національна кіностудія художніх фільмів імені О. Довженка», ДП «Українська студія хронікально-документальних фільмів», ДП «Українська студія анімаційних фільмів», проте частка державного фінансування становила 44,3%.

Висновки з проведеного дослідження.

Кіноіндустрія розвивається в Україні досить жваво за підтримки держави. Закриття кордонів для іншомовного продукту, введення мовних квот та прийняття Закону України «Про державну підтримку кінематографії в Україні» позитивно вплинули на розвиток зазначеного сектору. Водночас, проаналізувавши статистичні дані, можемо дійти до досить суперечливих висновків.

Основна проблема кіноіндустрії України полягає в існуванні наслідків дотримання принципу держзамовлення. Його надмірність позбавляє сектор життєздатності та унеможлиблює становлення вільних ринкових відносин. Як наслідок, розуміння того, що кіно – це бізнес, почало формуватися відносно нещодавно.

Державні підприємства вітчизняної кіноіндустрії недовантажені. В умовах багаторічного домінування на світовому ринку кінопродукту міжнародних корпорацій такі тенденції є досить загрозливими для вітчизняного інформаційно-культурного простору. Швидкі темпи розвитку самої індустрії є позитивним явищем та говорять про перспективність та інвестиційну привабливість цього сектору. Водночас недовантаженість державних підприємств говорить про недофінансування структур, які працюватимуть на державну культурну стратегію. Створюються передумови для скорого їх банкрутства та повної відсутності можливостей для переоснащення виробничих потужностей відповідно до вимог сучасності. Як наслідок, в найближчій перспективі простежуються загрозливі тенденції для інформаційної безпеки країни, яка може виступати як фактор послаблення економічної безпеки, що в умовах інформаційної війни може мати катастрофічні наслідки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про державну підтримку кінематографії в Україні: Закон України від 23 березня 2017 року № 1977-19. Відомості Верховної Ради (ВВР). 2017. № 20. Ст. 240.

2. Ваганова О. Кино как новый инвестор в Украину. Что будет, если государство научится по-настоящему поддерживать киноиндустрию. Forbes Україна. 2015. URL: <http://forbes.net.ua/opinions/1407202-kino-kak-novyj-investor-v-ukrainu>.

3. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2015–2019 гг. Ключевые тенденции мирового и российского рынков. URL: www.pwc.ru/outlook.

4. Інформація про фільми, вироблені за державні кошти. Офіційний сайт Державного агентства з питань кіно. URL: http://dergkino.gov.ua/ua/text/info_movies_public_funds.html.

5. Кино: энциклопедический словарь / гл. ред. С. Юткевич. Москва: Сов. энциклопедия, 1987. 640 с.

6. Dermody S., Jacka L. Screening of Australia: Anatomy of a National Cinema. 1988. Vol. 1, 2. Currency Press, Sydney.

7. Gasher M. Hollywood North: The Feature Film Industry in British Columbia, UBC Press, Vancouver, 2002.

8. Global entertainment and media outlook 2017–2021. URL: www.pwc.com/outlook.

9. Higson A. The Concept of National Cinema, Screen, 1989. Vol. 30, no. 4. P. 36–46.

10. Ward S. Peripheral Vision: Understanding Australian Cinema from a Queensland Perspective, unpublished PhD Thesis, Griffith University, Brisbane, 2000.

11. Ward S. National Cinema or Creative Industries? Film Policy in Transition. Media International Australia incorporating Culture and Policy. 2004. No. 112, P. 115–130.

REFERENCES:

1. ZU "Pro derzhavnu pidtrimku kinematografii v Ukraini" (№ 1977-19, vid 23.03.2017. Vidomosti Verhovnoyi Radi (VVR), 2017, № 20, st. 240).

2. Vaganova O. Kino kak novyy investor v Ukrainu. Chto budet, esli gosudarstvo nauchitsya po-nastoyaschemu podderzhivat kinoindustriyu. Forbes Ukrayina. 09.12.2015. Tochka dostupu: <http://forbes.net.ua/opinions/1407202-kino-kak-novyj-investor-v-ukrainu>.

3. Vsemirnyy obzor industrii razvlecheniy i SMI: prognoz na 2015-2019 gg. Klyuchevyye tendentsii mirovogo i rossiyskogo ryinkov. www.pwc.ru/outlook.

4. Informatsiya pro filmi, virobleni za derzhavni koshti. Derzhavne agentstvo z pitan kino. Ofitslyniy sayt: http://dergkino.gov.ua/ua/text/info_movies_public_funds.html.

5. Kino: entsiklopedicheskiy slovar / gl. red. S. Yutkevich. M.: Sov. entsiklopediya, 1987. 640 s.

6. Dermody S., Jacka L. 1988, Screening of Australia: Anatomy of a National Cinema, vols 1 and 2, Currency Press, Sydney.

7. Gasher M. 2002, Hollywood North: The Feature Film Industry in British Columbia, UBC Press, Vancouver.

8. Global entertainment and media outlook 2017–2021. www.pwc.com/outlook.

9. Higson A. 1989, 'The Concept of National Cinema', Screen, vol. 30, no. 4, pp. 36–46.

10. Ward S. 2000, Peripheral Vision: Understanding Australian Cinema from a Queensland Perspective, unpublished PhD Thesis, Griffith University, Brisbane.

11. Ward S. 2004, National Cinema or Creative Industries? Film Policy in Transition. Media International Australia incorporating Culture and Policy. No. 112, pp. 115–130.

Proskurina M.O.

PhD in Economics,
Associate Professor on Departments of Arts
Kyiv University of Culture

FILM INDUSTRY AS A SPHERE OF ECONOMIC ACTIVITY

Today in Ukraine the film industry, as single field among all cultural industries, was recognized at the state level as a strategically important area and obtained wide support. This sector is considered an investment attractive in many countries in the world. The film industry is not only a commercially attractive but strategically important tool for preserving and disseminating the cultural values of the region, as well as improving the international image of the country. As an economic sector, the film industry has a rather complicated structure and an economic mechanism for the realization of value.

The film industry is a complex and systemic phenomenon characterized by specific mechanisms for creating added value, distribution and consumption of a specific cultural product. Due to its role in shaping national or regional identity, the film industry can play an important role in political and social fields. If this industry would not be defined by the government as a priority, its goals will be aimed at implementing the entertainment function of commercial cinema.

The value chain in the industry cover the creation of an audiovisual product - a film, distribution through channels and presentation or display of the product to the target audience. The cost creation process is based on the transfer of rights to representation and replication.

In the article analyzes the structure of the film industry and the specifics of its financing by the government. The main problem of the Ukrainian film industry is the consequences of compliance with the principle of public procurement. The rapid development of the industry itself is a positive phenomenon, and it testifies about the prospects and investment attractiveness of this sector. At the same time, the scarcity of funding of state-owned enterprises structures that will work on a state cultural strategy as a source of risk for their bankruptcy and the lack of opportunities for re-equipment of production facilities in accordance with the requirements of the present. As a result, in the near future threatening trends for information security of the country can be traced, which in turn can act as a factor of weakening of economic security, which in the conditions of information war can have catastrophic consequences.

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

TOURIST-RECREATIONAL POTENTIAL AS THE BASIS OF TOURISM DEVELOPMENT: THE SCIENTIFIC-THEORETICAL ASPECT

У статті досліджено науково-теоретичні аспекти туристично-рекреаційного потенціалу території. Здійснено науковий аналіз базових понять і категорій «потенціал», «туристичний потенціал», «туристичні ресурси». Зазначено, що серед науковців немає однозначної точки зору щодо трактування цих категорій. Уточнено поняття «туристично-рекреаційний потенціал». Розглянуто складові компоненти туристично-рекреаційного потенціалу території.

Ключові слова: туристично-рекреаційний потенціал, потенціал, ресурси, визначення поняття, туристичний потенціал.

В статье исследованы научно-теоретические аспекты туристско-рекреационного потенциала территории. Осуществлен научный анализ базовых понятий и категорий «потенциал», «туристический потенциал», «туристические ресурсы». Отмечено, что среди ученых нет однозначного мнения относительно трактовки этих

категорий. Уточнено понятие «туристско-рекреационный потенциал». Рассмотрены компоненты туристско-рекреационного потенциала территории.

Ключевые слова: туристско-рекреационный потенциал, потенциал, ресурсы, определение понятия, туристический потенциал.

The article deals with the scientific and theoretical aspects of the tourist-recreational potential of the territory. A scientific analysis of the basic concepts and categories "potential", "tourist potential", "tourist resources" was carried out. It is noted that among scientists there is no unequivocal opinion regarding the interpretation of these categories. The concept of "tourist-recreational potential" is specified. The components of the tourist-recreational potential of the territory are considered.

Key words: tourist-recreational potential, potential, resources, definition of concept, tourist potential.

УДК 338.48.001.76

Шелеметьєва Т.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародного туризму
Запорізький національний технічний університет

Постановка проблеми. За своїм туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості стати туристичною державою світового рівня. Розширення міжнародних зв'язків відкриває нові шляхи для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, залучення до світового інформаційного простору, передового досвіду організації туристичної діяльності. Серед науковців немає однозначної точки зору щодо трактування ключових категорій «туристичний ресурс», «туристичний потенціал», які широко використовуються під час оцінювання перспектив розвитку туризму, як вони співвідносяться; які компоненти охоплюють, хто і для яких цілей повинен здійснювати оцінювання туристичних ресурсів; які методи доцільно використовувати під час проведення оцінювання як туристичних ресурсів, так і туристичного потенціалу. Все це актуалізує необхідність уточнення понятійного апарату для його застосування в науково-практичній діяльності для дослідження проблем та перспектив розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню туристично-рекреаційного потенціалу країни та окремого регіону присвячено праці вітчизняних та зарубіжних авторів: Н.О. Алешуґіної, Г.П. Андрєєва, Д.І. Барсюка, В.Г. Герасименко, І.В. Давиденко, С.В. Дутчак, П.Ф. Коваль, Н.В. Коржа, О.О. Любіцевої, Г.І. Михайліченко, Б.В. Робінсона, Н.В. Святохо, Д.М. Стеченко, А.А. Терехух та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження науково-теоретичних аспектів туристично-рекреаційного потенціалу території.

Вклад основного матеріалу дослідження. Питання комплексного розвитку й оптимального використання туристичних ресурсів є важливими для ефективного управління розвитком туризму в Україні. Кожен регіон повинен використовувати свій туристичний потенціал для задоволення потреб місцевого населення в якісних туристичних послугах, а також для прийому й обслуговування іноземних туристів. Можливість ефективного розвитку будь-якого виду ресурсів ґрунтується на кваліфікованому аналізі потенціалу, досить точному визначенні місця даного ресурсу на ринку, обґрунтованому підборі найбільш відповідних даному ресурсу шляхів і форм його розвитку і на забезпеченні скоординованих дій усіх учасників процесу освоєння і розвитку даного ресурсу. Це повною мірою відноситься до ресурсів розвитку туризму. Туристично-рекреаційна діяльність відіграє важливу роль в економіці країн і регіонів, забезпечуючи раціональне використання і збереження природно-екологічних, культурно-історичних та інформаційно-пізнавальних ресурсів території. У зв'язку з інтенсивним розвитком туристичної діяльності відбувається формування, уточнення та вдосконалення понятійного апарату, який стосується туристично-рекреаційної сфери.

Дослідженню категорії «туристичний потенціал» приділялася значна увага багатьох дослідників, які використовували при цьому різні модифікації визначення зазначеної категорії: «туристичний потенціал території», «туристично-рекреаційний потенціал», «рекреаційно-туристичний потенціал».

Перш ніж перейти до розгляду визначення поняття «туристично-рекреаційний потенціал», доцільно проаналізувати концептуальні підходи до дефініції «потенціал».

Трактування економічного змісту терміну «потенціал», яке випливає з визначення, наведеного у Великій російській енциклопедії, охоплює широке коло сфер економічних знань. Основою поняття «потенціал» вважається латинське слово *potentia*, яке означає засоби, запаси, джерела, які є в наявності та можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану; вирішення будь-якого завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній галузі [1, с. 105]. За цим визначенням, потенціал – це і «кошти, запаси, джерела», що зовсім не одне й те саме, і можливості, які зовсім не є внутрішньою властивістю об'єкту, а скоріше її зовнішнім обмеженням. У сучасному трактуванні часто використовуються терміни «ресурс», «резерв», при цьому сукупність усіх ресурсів характеризується як потенціал: «Потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних ресурсів, головним чином, економічних, безпосередньо пов'язаних із функціонуванням виробництва й прискоренням науково-технічного прогресу» [2].

У роботах, присвячених дослідженню теорії потенціалів, завжди застосовувався широкий спектр визначень, у тому числі розглядалися: народно-господарський потенціал; економічний потенціал; інтелектуальний потенціал; природно-ресурсний потенціал; науково-технічний потенціал; кадровий потенціал; виробничий потенціал; потенціал інфраструктури; інформаційний потенціал; організаційний потенціал; потенціал соціального розвитку; потенціал продуктивних чинностей і виробничих відносин [2].

Так, наприклад, досліджуючи діяльність людини, виділяють: людський потенціал – як потенційні таланти окремого індивіду, що можуть розвиватися далі; трудовий потенціал – як сукупність якостей людини, що визначають можливість та межі її участі в трудовій діяльності; творчий потенціал артиста – як генетичні та фізіологічні вокальні дані, сценічні навички, внутрішня творча енергія виконавця, які можна поліпшити за допомогою духовного і фізичного саморозвитку та інших методів різних фахівців.

У фізичному значенні потенціал – це величина, яка характеризує запас енергії тіла, що знаходиться у певній точці поля. У біології потенціал визначається як частка використовуваної людиною енергії спожитих ним продуктів харчування. Разом із тим розрізняють магнітний потенціал – величина, що характеризує магнітне поле; електричний потенціал – скалярна величина, що характеризує енергетичні умови в електростатичному полі; хімічний

потенціал – термодинамічна функція, що характеризує стан будь-якого компонента у фазі даного складу за певних зовнішніх умов.

Філософський сенс потенціалу – це здатність речі бути не тим, що вона є, в категорії субстанції, якості, кількості, місця, тобто здатність здійснювати відповідно рух чи процес. У суспільствознавстві потенціал виступає джерелом, можливостями, засобами, запасами, які можуть бути використані для вирішення будь-якого завдання, досягнення певної мети, можливості окремої особи, суспільства держави в будь-якій сфері [3, с. 9].

У тлумачному словнику С.І. Ожегова і Н.Ю. Шведової дається таке визначення потенціалу: «...ступінь потужності в будь-якому відношенні, сукупність будь-яких засобів, можливостей...» [4, с. 571]. В інтерпретації Т.Г. Храмцової потенціал – це не тільки і не просто кількість ресурсів, а й закладена в них можливість розвитку системи в заданому напрямі. Можливості повинні бути реалізовані. Як у механіці потенційна енергія переходить у кінетичну, так і в економіці потенціал реалізується в результатах діяльності [5].

Питання визначення сутності потенціалу тісно пов'язане не тільки з визначенням об'єкту та суб'єкту оцінки, а й з питанням співвідношення понять «ресурс», «резерв», «можливість», «результат діяльності», «властивість», «здатність», з якими пов'язують потенціал. Найчастіше потенціал отожднюється з ресурсами або їхньою сукупністю.

Так, наприклад, академік Л.І. Абалкін зазначає, що потенціал (економічний, підприємницький, виробничий) – це узагальнена, збірна характеристика ресурсів, прив'язана до місця та часу [6, с. 24]. В.М. Архангельський під потенціалом розуміє засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певної проблеми, тобто сукупність реальних нагромаджених ресурсів [7, с. 6].

Принциповою відмінністю між поняттями «ресурси» і «потенціал» є те, що ресурси існують незалежно від суб'єктів економічної діяльності, а потенціал окремого підприємства, суспільства у цілому невіддільний від суб'єктів діяльності. Тобто «потенціал», окрім матеріальних і нематеріальних засобів, включає здібності працівника, колективу, підприємства, суспільства у цілому до ефективного використання наявних коштів або ресурсів [3, с. 10].

Розгляд цього питання довів, що існує безліч визначень поняття «потенціал», які вживаються залежно від галузі знань та різноманітності об'єктів, до яких воно застосовується. Головне, що об'єднує різні потенціали, полягає у тому, що практично всі вони містять певну сукупність можливостей чи здібностей у тій сфері, де застосовується те чи інше визначення. Варто зазначити: у більшості визначень указується, що вся сукупність наявних можливостей спрямована на досягнення певних цілей.

Таким чином, визначення «потенціал» означає наявність прихованих можливостей або спроможність діяти та розвиватися у певних сферах. Відповідно до тлумачення поняття «туристичний потенціал», його визначають як сукупність наявних природних та створених людиною явищ, умов, можливостей та засобів, придатних до формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій та програм [8]. Як зазначає Н.В. Корж та Д.І. Барсюк, «туристичний потенціал території – це наявність у неї можливостей до розвитку туристичної індустрії та отримання від її функціонування позитивного соціально-економічного ефекту і підвищення рівня туристичної привабливості цієї території» [9, с. 55]. Б.В. Робінсон під туристичним потенціалом території розуміє всю сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов організації туристської діяльності на певній території. При цьому під потенціалом розвитку туризму регіону розуміє ресурси й умови, призначені для більш ефективного використання ресурсів регіону в туристській діяльності, що сприяють розвитку економіки регіону в цілому [10]. П.Ф. Коваль, Н.О. Алешугіна, Г.П. Андрєєва визначають туристичний потенціал території як ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму [11].

Тобто туристичний потенціал підкреслює приналежність потенціалу до сфери туризму, а рекреаційний потенціал сприяє відновленню сил людини в процесі відпочинку. Під рекреаційним потенціалом слід розуміти сукупність рекреаційних ресурсів конкретної території на визначену дату, які використовуються або можуть використовуватися для рекреації [3, с. 11].

На сучасному етапі розвитку наукової думки між поняттями «туризм» і «рекреація» відмінностей майже не прослідковується. Ще більшою мірою це стосується понять «рекреаційні ресурси» та «туристичні ресурси» [11]. Погоджуємося з О.О. Любіцевою, що поняття «туристичні ресурси» і «рекреаційні ресурси» є синонімами.

На думку В.Г. Герасименка, словосполучення «туристично-рекреаційний» є найбільш довершеним, тому що дає змогу об'єднати і рекреаційну діяльність, метою якої є задоволення потреб у відпочинку, і туризм, який включає в себе, крім задоволення потреб у відпочинку, ще й професійно-ділові цілі. Ресурси, їх розмір, структура, динаміка і баланс джерел формування є важливими чинниками туристично-рекреаційного розвитку регіону [3, с. 12].

На основі цього доцільно розглянути висловлювання різних авторів щодо термінів «туристично-рекреаційний потенціал» та «рекреаційно-туристичний потенціал». Як зазначає С.В. Дутчак,

туристично-рекреаційний потенціал території формують ті ресурси, які сьогодні використовуються, а також ті, які через низку об'єктивних соціально-економічних причин недоступні, але можуть бути використані за певних умов. Туристично-рекреаційний потенціал включає два поняття, які нерозривні та взаємодоповнюють одне одного: рекреаційний потенціал як природний складник, тобто ступінь здатності території позитивно впливати на фізичний, психічний та соціально-психологічний стан людини під час відпочинку, та туристичний потенціал – культурно-історичну спадщину – як антропогенний складник, а також певні ландшафтні комплекси, де відбувається туристична діяльність, знаходяться окремі природні або антропогенні туристичні об'єкти, які відвідуються туристами, зокрема музеї, пам'ятки культури, архітектури, археології, традиції населення, народні промисли тощо [12, с. 53].

У дослідженнях І.В. Давиденка [13, с. 72] рекреаційно-туристичний потенціал визначається як потенціал усіх ресурсів, що не тільки задовольняють біологічні (психофізіологічні) і соціальні (духовно-інтелектуальні) потреби людей, а й становлять ресурсний потенціал відповідної економічної діяльності регіону. Це свідчить про те, що автор є прихильником ресурсного підходу до дослідження потенціалу туристичної та рекреаційної галузей.

В.Г. Герасименко визначає туристично-рекреаційний потенціал як наявність певних можливостей та ресурсів, які можуть бути використані для розвитку туристичної та рекреаційної діяльності [3, с. 14].

О.О. Любіцева пропонує таке визначення: «Рекреаційно-туристичний потенціал є сукупною продуктивністю розвіданих природних ресурсів та культурних цінностей території, які можуть бути мобілізовані, використані з рекреаційною метою: для лікування, відпочинку, туризму» [14].

Отже, багато авторів наукових праць вважають туристично-рекреаційний потенціал сукупністю взаємопов'язаних ресурсів, необхідних для досягнення певних цілей.

Туристично-рекреаційний потенціал дійсно досить ємне поняття, яке містить численні умови, що визначають туристично-рекреаційну привабливість країни (регіону). До основних таких умов належать: культурно-історичні, морально-психологічні, соціально-демографічні, природно-екологічні, політичні, фінансово-економічні, інженерно-технічні та ін. [3, с. 13].

Принциповим моментом у дослідженні складу сукупного туристично-рекреаційного потенціалу території є аналіз його як системи. Найбільш повним та ємним є підхід Н.В. Святохо, за яким туристично-рекреаційний потенціал території розглядається як сукупність чотирьох основних компонент: природно-ресурсної, історико-культурної, економічної та соціальної, які взаємопов'язані та взаємодіють між собою [15, с. 32].

Природно-ресурсна компонента – це здатність природних систем без шкоди для себе виробляти необхідну для людини продукцію, тобто використовуватися в туристично-рекреаційній діяльності. Історико-культурна компонента характеризує можливості для розвитку туристично-рекреаційної діяльності шляхом використання історико-культурного надбання певної території. Економічна компонента – це складова частина економічного (господарського) потенціалу території, яка характеризує здатність території продукувати та відтворювати туристично-рекреаційний продукт. До складу економічної компоненти входять:

– інфраструктурні елементи – збалансовані з вимогами виробництва туристично-рекреаційного продукту можливості засобів розміщення, підприємств харчування, дозвілля, транспорту забезпечувати необхідні умови для здійснення туристично-рекреаційної діяльності й задоволення потреб рекреантів та туристів;

– фінансові елементи – характеризують обсяг грошових коштів, які є в розпорядженні території для здійснення туристично-рекреаційної діяльності;

– інформаційні елементи – сукупність організаційно-технічних й інформаційних можливостей, що забезпечують прийняття та реалізацію управлінських рішень і впливають на характер (специфіку) виробництва й реалізації туристично-рекреаційного продукту шляхом збору, збереження, обробки та розповсюдження інформації про наявний туристично-рекреаційний потенціал;

– інвестиційні елементи – сукупні можливості території з інвестування сфери туризму й рекреації;

– управлінські елементи – це навички і компетенції керівництва всіх рівнів управління щодо формування, організації, створення належних умов для функціонування та розвитку туристично-рекреаційної сфери.

Соціальна компонента характеризує можливості території з відтворення необхідної для розвитку туристично-рекреаційної діяльності робочої сили. Ця компонента включає в себе необхідним чином кваліфіковані кадри, здатні здійснювати туристично-рекреаційну діяльність [3, с. 17].

Висновки з проведеного дослідження.

Підсумовуючи викладене, можемо стверджувати, що туристично-рекреаційний потенціал є сукупністю органічно взаємопов'язаних природних і матеріальних засобів, які в процесі взаємодії здатні виробляти продукцію або продукт. Зростання туристично-рекреаційного потенціалу країни залежить від збільшення кожного окремого ресурсу. Використання туристично-рекреаційних ресурсів, тобто природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних, розважальних об'єктів, які можуть бути використані для організації туристично-рекреаційної діяльності, здатне підвищити потенціал країни та окремого регіону за рахунок припливу коштів від туристичних,

оздоровчих та рекреаційних послуг для зовнішніх і внутрішніх споживачів, відновлення і забезпечення умов для ефективного функціонування капіталу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Российский энциклопедический словарь: в 2-х кн. Кн. 2: Н-Я./ Под ред. А.М. Прохорова. М.: Большая российская энциклопедия, 2000. 1023 с.
2. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посібник / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблодська, О.О. Решетняк. К.: Центр учбової літератури, 2009. 400 с.
3. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / За заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.
4. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений; Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова; изд. 4-е, доп. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
5. Храмова Т.Г. Методология исследования социально-экономического потенциала потребительской кооперации: дис. ... д-ра экон. наук. Новосибирск: Центросоюз РФ; СибУПК, 2002. 374 с.
6. Абалкин Л.И. Диалектика социалистической экономики. М.: Мысль, 1981. 111 с.
7. Архангельский В.Н., Зиновьев Л.Е. Управление научно-техническим прогрессом в машиностроении. М., 1983. С. 248.
8. Стеченко Д.М. Теоретичні аспекти дослідження природно-рекреаційного потенціалу регіону. Національний вісник ЧДЕУ. 2009. № 2. С. 65–76.
9. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: Едельвейс і К, 2017. 322 с.
10. Робинсон Б.В., Ушакова Е.О. Особенности оценки потенциала ресурсов развития туризма. URL: <http://nf-innovate.com/content/files/sn/cn1-13/cn%205-13/%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%98%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%9D.pdf>.
11. В'їзний туризм: навчальний посібник / П.Ф. Коваль, Н.О. Алешугіна, Г.П. Андрєєва та ін. Ніжин: Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.
12. Дутчак С.В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. 128 с.
13. Давиденко І.В. Організаційно-економічний механізм регулювання розвитку рекреаційної системи регіону: дис. ... канд. экон. наук: 08.02.03; Одес. держ. экон. ун-т. О., 2006.
14. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. К.: Київський університет, 2008. 335 с.
15. Святохо Н.В. Концептуальные основы исследования туристского потенциала региона. Экономика и управление. 2007. № 2. С. 30–36.
16. Теребух А.А., Мороз О.І. Оцінювання туристичного потенціалу дестинацій. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 7(181). С. 335–343.
17. Михайліченко Г.І. Туристичний потенціал: методи оцінювання та інноваційний розвиток. Проблеми економіки. 2013. № 1. С. 115–123.

REFERENCES:

1. Rossiyskiy entsiklopedicheskiy slovar (2000): V 2 kn. Kn. 2: N-YA. [pod red. A.M. Prokhorova] – M.: Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya. pp. 1023 (in Russian).
2. Bachevs'kyi B.E. (2009) Potentsial i rozvytok pidpryyemstva : navch. posibnyk / B.Ye. Bachevs'kyi, I.V. Zablods'ka, O.O. Reshetnyak. – K. : Tsentri uchbovoyi literatur. pp. 400 (in Ukrainian).
3. Otsinka turystychno-rekreatsiynoho potentsialu rehionu (2016) : monohrafiya / za zah. red. V.H. Herasymenko. – Odesa : ONEU. pp. 262 (in Ukrainian).
4. Ozhegov S.I. (1999) Tolkovy slovar' russkogo yazyka: 80000 slov i frazeologicheskikh vyrazheniy / S.I. Ozhegov, N.Yu. Shvedova / Rossiyskaya akademiya nauk. Institut russkogo yazyka im. V.V. Vinogradova / Izd. 4-ye, dop. – M.: Azbukovnik. pp. 944 (in Russian).
5. Khrantsova T.G. (2002) Metodologiya issledovaniya sotsial'no-ekonomicheskogo potentsiala potrebitel'skoy kooperatsii: dis... d-ra ekon. nauk / T.G. Khrantsova. – Novosibirsk : Tsentrosoyuz RF; SibUPK. pp. 374 (in Russian).
6. Abalkin L.I. (1981) Dialektika sotsialisticheskoy ekonomiki / L.I. Abalkin. – M.: Mysl'. – pp. 111 (in Russian).
7. Arkhangel'skiy V.N. (1983) Upravleniye nauchno-tekhnicheskimi progressom v mashinostroyenii / V.N. Arkhangel'skiy, L.Ye. Zinov'yev. – M. pp. 248 (in Russian).
8. Stechenko D.M. (2009) Teoretychni aspekty doslidzhennya pryrodno-rekreatsiynoho potentsialu rehionu / D.M. Stechenko // Natsional'nyy visnyk CHDEU. pp. 65–76 (in Ukrainian).
9. Korzh N.V., Basyuk D.I. (2017) Upravlinnya turystychnymy destynatsiyamy : pidruchnyk / N.V. Korzh, D.I. Basyuk. – Vinnytsya: «PP»TD Edel'veys i K». pp. 322 (in Ukrainian).
10. Robinson B.V., Ushakova Ye.O. Osobennosti otsenki potentsiala resursov razvitiya turizma [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : <http://nf-innovate.com/content/files/sn/cn1-13/cn%205-13/%D0%A0%D0%9E%D0%91%D0%98%D0%9D%D0%A1%D0%9E%D0%9D.pdf>.
11. V'yiznyy turizm: navchal'nyy posibnyk (2010) / Avtors'kyi kolektyv: Koval' P.F., Alyeshuhina N.O., Andryeyeva H.P. ta inshi. – Nizhyn, Vydavnytstvo Luk'yanenko V.V. pp. 304 (in Ukrainian).
12. Dutchak S.V. (2011) Upravlinnya rehional'nym rozvytkom turizmu : navchal'nyy posibnyk dlya studentiv vshchyykh navchal'nykh zakladiv / S.V. Dutchak. – Chernivtsi : Chernivets'kyi nats. un-t. pp. 128 (in Ukrainian).
13. Davydenko I.V. (2006) Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm rehulyuvannya rozvytku rekreatsinyoi systemy rehionu [Tekst] : dys. kand. ekon. nauk: 08.02.03 / I.V. Davydenko ; Odes. derzh. ekon. un-t. – O. (in Ukrainian).
14. Lyubitseva O.O., Babaryts'ka V.K. (2008) Turyzmoznavstvo: vstup do fakhu: pidruchnyk. – K.: Vydavnycho-polihrafichnyy tsentr «Kyyivs'kyi universytet». pp. 335 (in Ukrainian).
15. Svyatokho N.V. (2007) Kontseptual'nyye osnovy issledovaniya turistskogo potentsiala regiona / N.V. Svyatokho // Ekonomika i upravleniye. pp. 30–36 (in Russian).
16. Terebukh A.A. (2016) Otsinyuvannya turystychnoho potentsialu destynatsiy / A.A. Terebukh, O.I. Moroz // Aktual'ni problemy ekonomiky. – № 7(181). pp. 335–343 (in Ukrainian).
17. Mykhaylichenko H.I. (2013) Turystychnyy potentsial: metody otsinyuvannya ta innovatsiynyy rozvytok / H.I. Mykhaylichenko // Problemy ekonomiky. – № 1. pp.115–123 (in Ukrainian).

Shelemetieva T.V.

Candidate of Economic Sciences (Ph.D.), Associate Professor,
Associate Professor at the Department of International Tourism
Zaporizhzhia National Technical University

TOURIST-RECREATIONAL POTENTIAL AS THE BASIS OF TOURISM DEVELOPMENT: THE SCIENTIFIC-THEORETICAL ASPECT

With its tourist and recreational potential, Ukraine has every opportunity to become a world-class tourist country. Among scholars there is no single point of view regarding the interpretation of the key categories "tourist resource", "tourist potential", which are widely used in assessing the prospects of tourism development, how they relate.

The issues of integrated development and optimal use of tourism resources are important for effective management of tourism development in Ukraine. Each region should use its tourism potential to meet the needs of the local population in high-quality tourist services, as well as for the reception and maintenance of foreign tourists.

Tourism and recreation activity plays an important role in the economy of countries and regions, ensuring the rational use and preservation of natural, ecological, cultural-historical and informational and cognitive resources of the territory.

The conceptual approaches of the definition – "potential" are analyzed. The basis of the term "potential" is the Latin word "potentia", which means "means, supplies, sources that are available and can be mobilized, put into action, used to achieve certain goals, implementation of the plan; solving any problem; the opportunities of an individual, society, state in a particular field. " The question of the definition of the essence of the potential is closely connected not only with the definition of the object and the subject of evaluation, but also with the question of the ratio of concepts of "resource", "reserve", "opportunity", "result of activity", "property", "ability ", With which the potential is linked. Often, potential is identified with resources or their aggregate.

The tourist potential emphasizes the attachment of the potential to the tourism sector, and the recreational potential contributes to the restoration of human forces in the process of recreation.

The principal point in the study of the composition of the total tourist and recreational potential of the territory is to analyze it as a system.

The tourist-recreational potential of the territory is considered as a set of four main components – natural resource, historical-cultural, economic and social, which are interconnected and interact with each other.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ FORMATION OF THE ENTERPRISE STRATEGIC MANAGEMENT PROGRAM

УДК 65.014.1

Балковська В.В.
асистент кафедри
менеджменту і туризму
Житомирський державний
технологічний університет
Гринів Д.В.
студент
Житомирський державний
технологічний університет

У статті розглянуто основні теоретичні аспекти стратегічного управління на підприємстві. Проаналізовано основні підходи до визначення стратегії, а також запропоновано власне бачення. Визначено основні особливості діяльності скляної галузі промисловості України. Проведено SWOT-аналіз галузі, а також визначено основні проблеми у розвитку. Запропоновано програму стратегічного управління на прикладі підприємства скляної галузі промисловості.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, стратегічний аналіз, скляна галузь промисловості, SWOT-аналіз.

В статье рассмотрены основные теоретические аспекты стратегического управления на предприятии. Проанализированы основные подходы к определению стратегии, а также предложено собственное видение. Определены основные особенности деятельности стеклянной отрасли промышленности Украины. Проведен SWOT-

анализ отрасли, а также определены основные проблемы в развитии. Предложена программа стратегического управления на примере предприятия стеклянной промышленности.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, стратегический анализ, стеклянная отрасль промышленности, SWOT-анализ.

The article deals with the main theoretical aspects of strategic management in the enterprise. The main approaches to strategy definition are analyzed, and their own vision is proposed. The main features of the glass industry in Ukraine are determined. The SWOT-analysis of the industry was carried out and the main problems in development were identified. The program of strategic management is offered on the example of the glass industry enterprise.

Key words: strategy, strategic management, strategic analysis, glass industry, SWOT-analysis.

Постановка проблеми. Більшість сучасних підприємств на ринку працює без чітко визначених довгострокових цілей. В сучасному динамічному середовищі правильна розробка стратегії дасть змогу посилити конкурентні позиції та досягти успіху підприємству в майбутньому. Саме тому на перший план виходить проблематика ефективного стратегічного управління підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні положення та науково-практичні аспекти стратегічного управління на підприємстві висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема в роботах Р. Акоффа, І. Ансоффа, Дж. Армстронга, О. Гончар, П. Друкера, В. Зінченка, М. Кизима, У. Кінга, Г. Кіндрацької, Д. Кліланда, І. Кузнецової, О. Кузьміна, В. Ляско, Т. Любанової, Г. Мінцберга, А. Міщенко, Т. Мостенської, В. Пастухової, А. Пилипенка, М. Портера, І. Смолина, А. Томпсона, Г. Тарасюк, Р. Фатхутдинова, А. Чандлера, З. Шершньової.

Постановка завдання. Метою дослідження є основні аспекти формування ефективної програми стратегічного управління підприємствами на прикладі скляної галузі промисловості України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою стратегічного управління на підприємстві є процес формування стратегії підприємства. Саме слово «стратегія» походить від грецького «strategia», тобто «воєначальник» [1]. Визначення стратегії підприємства є й досі актуальною темою для вчених-економістів. Так, М. Портер ствер-

джував, що стратегія – це створення унікальної та вигідної позиції, що передбачає певний набір видів діяльності. Якщо би була тільки одна ідеальна позиція, не було б ніякої потреби у стратегії [5, с. 27].

Ще один відомий вчений І. Ансофф визначав стратегію як набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується у своїй діяльності. Відповідно до його бачення існують чотири таких правила:

- правила, що використовуються під час оцінювання результатів діяльності підприємства в сьогоденні й у перспективі;
- правила, за якими складаються відносини підприємства з його зовнішнім середовищем, що визначають, які види продукції та технології воно буде розробляти, куди та кому збувати свої вироби, яким чином домагатися переваги над конкурентами;
- правила, за якими підприємство веде свою повсякденну діяльність, називають основними оперативними прийомами [2, с. 41].

Відповідно до Г. Мінцберга, виділено п'ять визначень стратегії:

- 1) стратегія як план, тобто система послідовних дій;
- 2) стратегія як позиція, тобто визначення положення підприємства в зовнішньому середовищі щодо своїх головних конкурентів;
- 3) стратегія як «спритний прийом»;
- 4) стратегія як принцип поведінки;
- 5) стратегія як перспектива [4, с. 17].

Отже, відповідно до проаналізованих попередньо визначень можемо зробити висновок, що стратегія – це сукупність правил та засобів, що орієнтовані на визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, затвердження курсу майбутніх дій.

Стратегічне управління є похідним процесом від поняття стратегії та передбачає довгострокове керівництво підприємством, визначає специфічні цілі діяльності, передбачає розроблення плану дій на довгострокову перспективу [3].

Основною складовою стратегічного управління є стратегічний аналіз підприємства. Його проводять з метою визначення позицій підприємства на ринку, впливу на нього зовнішніх факторів та його адаптивності [6].

Скляна промисловість є однією з основних галузей промисловості України і відіграє важливу роль в економічному розвитку країни. Скляна промисловість працює на базі кварцових пісків, відходів содової промисловості та крейди. Однією з найбільш важливих складових скляної промисловості є виробництво медичного скла.

Одним з дієвих методів проведення стратегічного аналізу є SWOT-аналіз [7]. Ця методика є зручним інструментом детального структурного опису базових характеристик ринку скляної промисловості. SWOT-аналіз передбачає визначення ринкових можливостей та загроз, що продиктовані зовнішнім середовищем діяльності, а також сильних та слабких сторін (що формуються у внутрішньому середовищі діяльності). SWOT-аналіз скляної галузі промисловості наведено в табл. 1.

Відповідно до проведеного в табл. 1 аналізу очевидним є скрутний стан досліджуваної галузі.

Очевидною є значна кількість вузьких місць та зовнішніх загроз в діяльності галузі.

Отже, за результатами проведеного аналізу можемо визначити такі основні проблеми, типові для підприємств скляної галузі, на вирішенні яких необхідно зосередити особливу увагу:

- застаріле обладнання;
- проблеми з добуванням та постачанням сировини;
- низька інвестиційна привабливість;
- відсутність маркетингової складової в діяльності більшості підприємств.

Після аналізу основних вузьких місць діяльності важливо визначити основні рівні управління та центри відповідальності, які є спільними для більшості підприємств галузі та будуть залучені до розроблення заходів щодо усунення зазначених проблем.

1) Верховна Рада України забезпечує законодавче регулювання промисловості, здійснює нормативно-правове забезпечення.

2) Кабінет Міністрів України визначає галузеву політику, розробляє та вживає заходів щодо покращення умов роботи склоробних підприємств.

3) Загальні збори акціонерів є основним керівним органом на підприємстві, приймають рішення про формування основних стратегічних напрямів діяльності підприємства.

4) Комерційний директор підприємства є безпосереднім керівником підприємства, який представляє інтереси Загальних зборів акціонерів, приймає управлінські рішення та здійснює основну управлінську діяльність на підприємстві.

5) Виробничий відділ включає в себе основні цехи підприємства та технічний підрозділ, які

Таблиця 1

SWOT-аналіз скляної галузі промисловості України

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Присутність на ринку підприємств, які виготовляють унікальну продукцію (наприклад, сонцезахисне медичне скло). 2. Наявність науково-дослідних інститутів у галузі, які сприяють розвитку підприємств, а також мають у своєму складі кваліфікованих фахівців. 3. Значний досвід вітчизняних виробників скляної продукції, адже розвиток цієї галузі промисловості почався в нашій країні ще в XI–XII століттях.	1. Низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції на іноземних ринках. 2. Нестача оборотних коштів на більшості підприємств. 3. Відсутність стратегічної складової в роботі підприємств галузі. 4. Низький рівень маркетингу через специфічне виробництво. 5. Високий рівень зношеності основних засобів більшості підприємств галузі. 6. Низька інвестиційна привабливість. 7. Відсутність корпоративної культури на більшості вітчизняних підприємств галузі. 8. Низький рівень охоплення іноземних ринків. 9. Низька інноваційна активність.
Можливості	Загрози
1. Можливість поживлення торгівлі на внутрішньому ринку України. 2. Перспективи щодо виходу на європейські ринки.	1. Зростання конкуренції на світовому ринку. 2. Негативні наслідки від кризових явищ в країні. 3. Інфляція. 4. Проведення АТО на сході України. 5. Підвищення цін на сировину. 6. Коливання курсу валют. 7. Відсутність державної підтримки галузі.

разом забезпечують основну виробничу діяльність підприємства. Мають у своєму складі головного технолога та головного інженера, які консультують керівництво з виробничих питань.

6) Фінансовий відділ відповідальний за реалізацію фінансової діяльності підприємства. Готує та надає інформацію про поточний фінансовий стан підприємства, його платоспроможність та ділову активність на ринку. Також здійснює поточний облік діяльності.

7) Відділ збуту займається реалізацією готової продукції та аналізом останніх тенденцій ринку. Доводить інформацію про кон'юнктуру ринку до відома керівництва.

8) Відділ кадрів веде облік кадрів підприємства, забезпечує організацію процесів праці та управління на підприємстві згідно з його цілями і стратегією, спрямованими на виробництво високоякісної продукції, на основі раціонального потенціалу кожного робітника, застосування ефективних форм і методів мотивації праці.

9) Планово-економічний відділ відповідальний за розробку короткострокових та довгострокових планів підприємства. Також здійснює економічний аналіз діяльності підприємства.

10) Юридичний відділ відповідальний за ведення поточної документації, складання договорів та угод, представлення підприємства в судових процесах тощо.

На основі визначених рівнів управління та проаналізованих слабких сторін діяльності підприємства було сформовано матрицю управління на прикладі ПАТ «Мар'янівський склзавод» (рис. 1). Досліджуване підприємство є найстарішим з діючих в Україні підприємств, зайнятих виробництвом скловиробів. Нині ПАТ «Мар'янівський склзавод» – це виробництво, яке відповідає високим вимогам міжнародних стандартів з ефективності підготовки виробництва, рівня охорони праці, якості продукції, підготовки кадрів; підприємство, спроможне задовольнити найвибагливіших споживачів в аптекарському посуді зі світлозахисного медичного скла.

Відповідно до запропонованої програми стратегічного управління на підприємстві основними заходами є:

1) забезпечення ефективного нормативно-правового регулювання як основи для прозорого та ефективного функціонування як ринку загалом, так і його учасників зокрема;

2) прийняття рішень на зборах акціонерів про впровадження в роботу підприємства комплексної стратегії управління;

3) відповідно до рекомендацій та звітності виробничого відділу (та постійних консультацій з ними) пошук виробників необхідного обладнання та налагодження контактів з ними;

4) звітування керівництву про сучасний стан та технічні характеристики виробничого облад-

нання, визначення ступеня його зношеності та приблизного графіку необхідного його оновлення; а також подання інформації щодо необхідних технічних характеристик стосовно роботи нового обладнання, щоб забезпечити високу якість продукції та зберегти її унікальність;

5) підписання договорів щодо придбання та встановлення нового обладнання;

6) здійснення пошуку резервів фінансових ресурсів для закупівлі обладнання (або пошуку інвесторів), взяття кредиту;

7) здійснення розрахунку ефективності запропонованого проекту;

8) забезпечення юридичним відділом складання та перевірки всіх необхідних договорів за запропонованими заходом;

9) забезпечення спрощення бюрократичної процедури щодо отримання дозволів на розробку родовищ та добування білого піску, постійний контроль за станом навколишнього середовища;

10) оформлення дозволів на розробку нового кар'єру; першочерговою умовою підготовки отримання спеціального дозволу на користування надрами за безаукціонною процедурою є формування основного пакета документів, який залежить від виду корисної копалини, виду користування надрами; процедура погодження отримання спеціального дозволу на користування надрами розпочинається з погодження з місцевими органами влади (обласна рада, для корисних копалин місцевого значення – районна); після отримання всіх необхідних погоджень формується пакет документів до Державної служби геології та надр України відповідно до додатку 1 Порядку надання спеціальних дозволів на користування надрами, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 18 грудня 2017 року № 615-2011-п;

11) визначення необхідних технічних характеристик сировини (піску) для забезпечення якісного виробництва надання рекомендації у процесі розроблення нового кар'єру;

12) підписання усіх необхідних внутрішніх розпоряджень та доведення до відома працівників підприємства інформації про проведення навчань;

13) необхідність для роботи на території кар'єру та добування піску працівникам спеціальних дозволів та навичок; головне завдання відділу кадрів полягає у забезпеченні навчання персоналу та видачі необхідних дозволів;

14) забезпечення оформлення всіх необхідних документів;

15) розробка заходів щодо підтримки підприємства як єдиного виробника сонцезахисного медичного скла в Україні, розробка галузевих програм підтримки, забезпечення пільгового оподаткування для іноземних інвесторів підприємства;

16) ведення переговорів з потенційними інвесторами та залучення їх до співпраці;

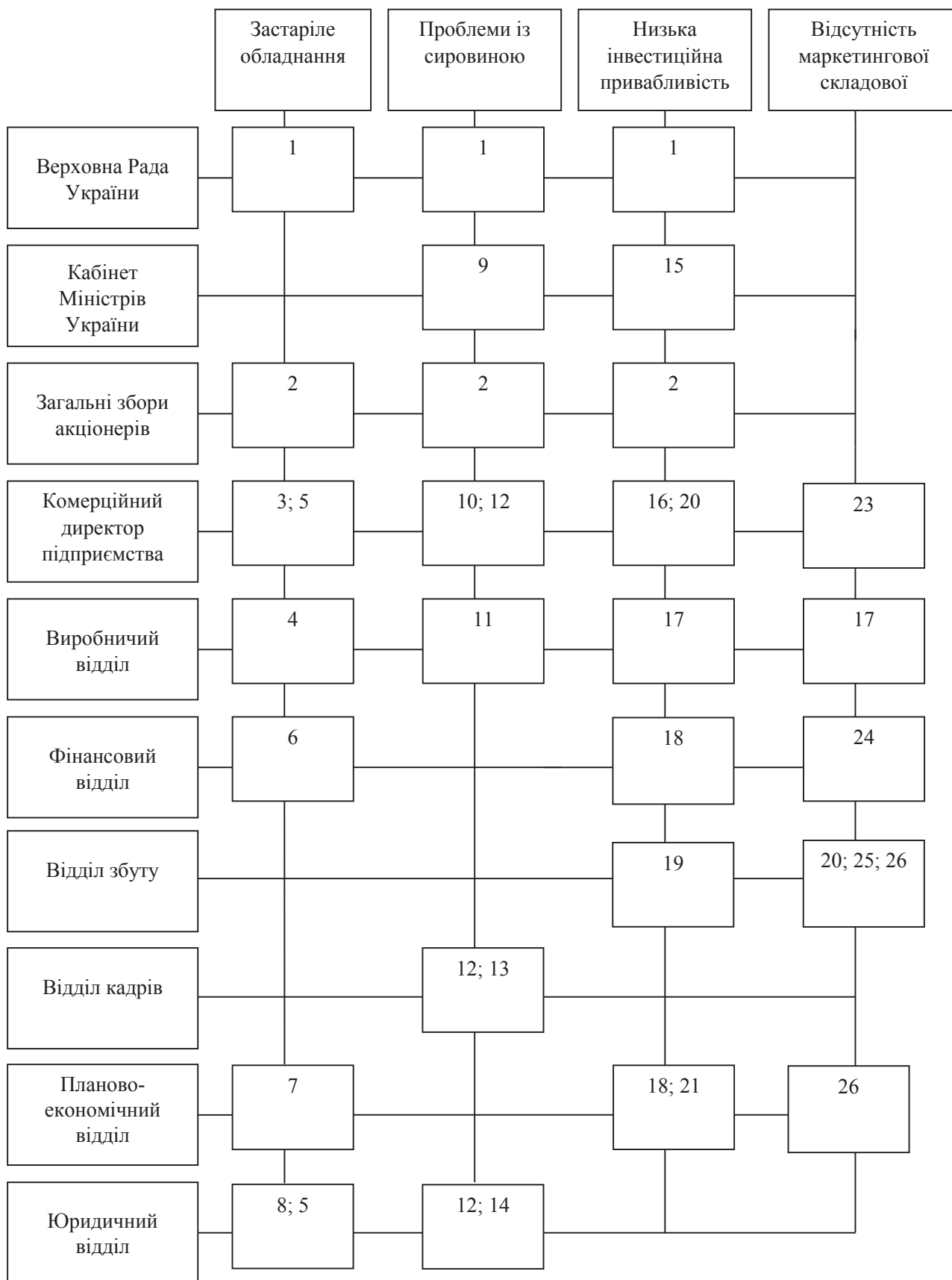


Рис. 1. Програма стратегічного управління підприємством на прикладі ПАТ «Мар'янівський склозавод»

17) підготовка відеоролику про завод і виробничий процес українською та англійською мовами, проведення екскурсій на виробництво;

18) підготовка інформації для інвесторів про поточний фінансово-економічний стан підприємства;

19) удосконалення офіційного сайту підприємства, розробка сайту англійською, польською та російською мовами, акцентування уваги на унікальності виробництва, поширення реклами сайту в Інтернеті за кордоном;

20) підписання угод з інвестором;

21) розрахунок ефективності запропонованого інвестиційного проекту, визначення його ефективності та окупності;

22) оформлення усіх необхідних договорів, контроль за документообігом інвестиційного проекту;

23) пошук нових посередників як в Україні, так і за кордоном, а також налагодження зав'язків безпосередньо з підприємствами-споживачами (фармацевтичними компаніями);

24) пошук фінансових резервів для забезпечення маркетингової складової, відповідно до проведеного аналізу підприємство останніми роками працює досить ефективно, є рентабельним та отримує значні прибутки, отже, воно має фінансові ресурси для забезпечення маркетингової діяльності; важливо також врахувати, що ефективний маркетинг дасть змогу підвищити рівень доходів в майбутньому;

25) створення клієнтської бази, ведення діалогу з партнерами, здійснення аналізу ринку, регулярне проведення опитування та анкетування фармацевтичних компаній та аптек;

26) розробка маркетингового плану на майбутні періоди.

Висновки з проведеного дослідження. Усвідомлення підприємством важливості формування довгострокових цілей підприємства та формування ефективної стратегії дасть змогу значною мірою вплинути на розвиток скляної галузі промисловості України загалом. Вжиття запропонованих заходів у програмі стратегічного управління забезпечить підвищення ефективності функціонування підприємства, покращення результатів діяльності та вихід його на світові ринки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. The Origin of Strategy: Rich Horwath. Strategic Thinking Institute, 2006. URL: <http://www.strategyskills.com>.

2. Ансофф И. Стратегическое управление / сокр. пер. с англ.; под ред. Л. Евенко. Москва: Экономика, 1989. 519 с.

3. Дончак Л., Ціхановська О. Сутність та удосконалення стратегічного управління підприємством. Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. 2016. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_2_8.

4. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. Санкт-Петербург: Питер, 2000. С. 16–20.

5. Портер М. Конкуренция. Москва: Вильямс, 2001. 495 с.

6. Селіверстова Л., Єрмакова О. Особливості сучасного стратегічного управління підприємством. Формування ринкових відносин в Україні. 2016. № 4. С. 47–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_4_14.

7. Сторчова Т., Зайнчковський А. Сутність та зміст стратегічного управління підприємством. Формування ринкових відносин в Україні. 2016. № 6. С. 47–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_6_13.

REFERENCES:

1. The Origin of Strategy: Rich Horwath. Strategic Thinking Institute. (2006). [strategyskills.com](http://www.strategyskills.com). URL: <http://www.strategyskills.com>.

2. Ansoff I. (1989). Strategicheskoe upravlenie [Strategic Management]. M.: Jekonomika [in Russian].

3. Donchak L. (2016). Sutnist ta udoskonalennia stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom [The Essence and Improvement of Strategic Management of Enterprise]. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Seria: Ekonomichni nauky. – Economy. Management. Innovations Series: Economic Sciences, 2 (17). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_2_8 [in Ukrainian].

4. Minzberg G., Al'strjend B., Ljempel Dzh. (2000). Shkoly strategij [School Strategy]. SPb.: Piter [in Russian].

5. Porter M. (2001). Konkurencija [Competition]. M.: Vil'jams [in Russian].

6. Seliverstova L., Yermakova O. (2016). Osoblyvosti suchasnoho stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom [Features of Modern Strategic Management]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of Market Relations in Ukraine, (4), 47–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_4_14 [in Ukrainian].

7. Storchova T., Zainchkovskyi A. (2016). Sutnist ta zmist stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvom [The Essence and Meaning of Strategic Management]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of Market Relations in Ukraine, (6), 47–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2016_6_13 [in Ukrainian].

Balkovskaya V.V.

Assistant Professor of Management and Tourism
Zhytomyr State Technological University

Griniv D.V.

Student
Zhytomyr State Technological University

FORMATION OF THE ENTERPRISE STRATEGIC MANAGEMENT PROGRAM

The study of the formation of the strategic management process in the company today is relevant, because in modern economic conditions, most domestic enterprises do not build strategies and do not set long-term goals. The main objective of the research is the formation of an effective program of strategic management of enterprises by the example of the glass industry of Ukraine.

In the article the authors consider the main approaches of scientists-economists to the definition of "strategy". After analyzing the most popular approaches, the actual vision of this concept is proposed.

The basics of strategic management in the article are proposed by the authors to consider on the example of the glass industry of Ukraine. The SWOT-analysis of the glass industry of Ukraine was conducted, on the basis of which the main problems of activity were determined. For further development of the program of strategic management of the enterprise, the authors identify the main levels of management that make decisions, are responsible for shaping the strategic vision of the enterprise.

On the basis of certain levels of management and analyzed weaknesses of the enterprise activity, a management matrix was formed, for example, PJSC "Marianivsky Glass Factory". The measures proposed by the authors are aimed at increasing the efficiency of strategic management of glass-making enterprises and strengthening their positions on the domestic and foreign markets.

АЛГОРИТМ ПОБУДОВИ КОГНІТИВНОЇ КАРТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

THE ALGORITHM FOR CONSTRUCTING COGNITIVE MAPS OF FORMATION OF INNOVATION POTENTIAL OF THE POWER-GENERATING ENTERPRISES

Стаття присвячена дослідженню алгоритму побудови нечіткої когнітивної моделі формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства. Виявлено стійкі класи концептів, які значно впливають на всю систему управління інноваціями на підприємстві. Сформовано множини альтернатив, що описують можливі стратегії управління інноваційними процесами енергогенеруючого підприємства.

Ключові слова: інноваційний потенціал, когнітивна карта, нечітка логіка, енергогенеруюче підприємство, класи концептів.

Статья посвящена исследованию алгоритма построения нечеткой когнитивной модели формирования инновационного потенциала энергогенерирующего предприятия. Выявлены стойкие классы концептов, которые значительно влияют на всю систему управления инновациями на предприятии. Сформированы

множества альтернатив, которые описывают возможные стратегии управления инновационными процессами энергогенерирующего предприятия.

Ключевые слова: инновационный потенциал, когнитивная карта, нечеткая логика, энергогенерирующее предприятие, классы концептов.

The article is about research of innovative potential forming at power generating enterprise by fuzzy cognitive model construction algorithm. A stable concept classes with considerably influence on all control system innovations at enterprise are revealed. A bunch of alternatives numbers which describe possible strategies of the innovative processes management at power generating enterprise is formed.

Key words: innovative potential, cognitive map, fuzzy logic, power generating enterprise, concept classes.

УДК 330.341.1

Віхляєва Н.В.

асистент кафедри менеджменту та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Постановка проблеми. Інноваційна енергетика – вироблення тепла та електроенергії на енергетичних установках, що функціонують на основі ВДЕ (відновлюваних джерел енергії). Альтернативна енергетика, фотоелектрика – напівпровідникові перетворювачі сонячної енергії, біотехнології – енергоносії з відновлюваної сировини, а саме біопалива, нанотехнології – все це питання інноваційної енергетики, які економічно і соціально затребувані. Сутність проблеми, яка склалася в останнє десятиліття, полягає в тому, що людство змушене шукати альтернативні джерела енергії, наприклад вуглеводні (нафта, газ, вугілля), що створювали і створюють основу існування суспільства. Ми заправляємо приблизно 600 млн. автомобілів, робимо полімери, добрива (на 80% складаються з газу), ліки, пестициди тощо. Все це хімічні похідні вихідних речовин, а саме природного газу, нафти, і ось зараз якоюсь мірою рослинної сировини. Вся система забезпечення енергетикою живих істот – сільське господарство, виробництво харчових продуктів – це один з розділів сучасної енергетики. На кожну калорію, яку ми споживаємо як їжу, ми витрачаємо близько 10–12 калорій вугілля, нафти і газу. Тому проблема пошуку альтернативних поновлюваних джерел енергії пронизує всі сфери сучасного суспільства.

У сучасних економічних умовах функціонування та подальший розвиток промислових підприємств безпосередньо залежать від їх інноваційної активності. Однак, як свідчать статистичні дані останніх років, промислові підприємства відчують серйозну кризу в інноваційній сфері. Важливим є вжиття активних заходів з її подолання і стимулювання інноваційної діяльності. У таких

умовах особливого значення набувають оцінка інноваційної спроможності енергогенеруючого підприємства та розробка шляхів її формування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні дослідження, спрямовані на вивчення сутності інновацій та інноваційної діяльності, знайшли своє відображення в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема в працях Л. Абалкіна, А. Анчишкіна, Ю. Берлінера, Л. Бляхмана, С. Глазьева, А. Градова, А. Дагаєва, В. Долгова, П. Друкера, А. Клайнкнехта, Ю. Куренкова, А. Круглікова, А. Кулагіна, Б. Ланіна, В. Логінова, М. Османкіна, Н. Новицького, К. Опенлендера, А. Пригожина, В. Рудзицького, Б. Санто, А. Семенової, В. Сенчагова, Б. Татарських, Р. Фатхутдінова, Й. Шумпетера, Ю. Яковця. Останнім часом з'явилися роботи О. Ігольнікової та Б. Санжапова [8], Д. Лагерєва [13], у яких розглядається питання моделювання динаміки інноваційних процесів за допомогою нечітких когнітивних карт.

Постановка завдання. Незважаючи на суттєві напрацювання в означеній сфері та численні дослідження в галузі інновацій, необхідно відзначити недостатню розробленість методики оцінки та формування інноваційного потенціалу енергогенеруючих підприємств. Наявні в інформаційних джерелах підходи є рекомендаціями щодо вирішення окремих питань цієї проблеми, які потребують подальшого розвитку, поглиблення та систематизації. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в удосконаленні методологічного підходу до оцінки та формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства на підставі застосування методу нечітких когнітивних карт.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розвиток підприємств на основі застосування інноваційних енергозберігаючих технологій не лише забезпечує тривалий економічний ефект, але й дає можливість підвищити рівень екологічної безпеки виробництва, що в сучасних умовах є не менш важливою проблемою економіки будь-якої країни.

Україна відноситься до енергодефіцитних країн, яка задовольняє свої потреби в паливно-енергетичних ресурсах (ПЕР) за рахунок власного їх видобутку менше ніж на 50%.

Слід відзначити, що ефективність використання ПЕР в економіці України та соціальній сфері дуже низька, а видобуток власних ПЕР проводиться в таких умовах, які роблять їх не конкурентоздатними порівняно з імпортованими. Енергоємність валового внутрішнього продукту в Україні більш ніж вдвічі вища за енергоємність промислово розвинутих країн і продовжує зростати.

Для енергозбереження характерна висока економічна ефективність. Витрати на тону умовного палива, отриманого за рахунок енергозбереження, в декілька разів менші за витрати на його видобуток чи купівлю. Тому для України підвищення енергоефективності та енергозбереження стає стратегічною лінією розвитку економіки та соціальної сфери на найближчу та подальшу перспективу.

Одними з основних проблем підприємств є висока вартість енергетичних ресурсів, низька ефективність їх використання та низький рівень екологічної безпеки. Тому саме інноваційні технології в енергозбереженні можуть змінити цю ситуацію. Однак вони повинні відповідати таким вимогам [2, с. 303]: енергетичні установки мають споживати альтернативні види палива; енергетична ефективність установок має бути високою та відповідати світовим стандартам; установки мають бути екологічно безпечними.

Сьогодні одними з основних напрямів інноваційних досліджень є пошук та ефективне використання альтернативних видів палива.

1) Енергія водню. Єврокомісія вважає, що широкомасштабне виробництво водню розпочнеться у 2030 р. і буде стимулюватися зниженням вартості водневих технологій та зростанням споживання водню у транспортному секторі, а до 2050 р. водень буде забезпечувати 13% кінцевого споживання енергії.

2) Тверді побутові відходи. Сміття можна утилізувати та переробити, і високотехнічні країни вже давно на цьому заробляють, а приватні структури будують непоганий бізнес. У США та Євросоюзі позбуваються шляхом вторинної переробки 95–97% відходів. Лише 2% йдуть на утилізацію, а саме надходять на екологічно безпечні полігони з поховання відходів або сміттєспалювальні заводи. На Заході давно зрозуміли, що правильна утилізація сміття може приносити чималу користь: зберігати первинні ресурсні джерела, заощаджу-

вати енергію за рахунок переробки вторинної сировини та поліпшувати стан довкілля.

3) Промислові відходи. Актуальним завданням у сфері очищення стічних вод від масло- та нафтопродуктів є пошук дешевого сорбенту та можливість його утилізації після використання. Особливої уваги тут заслуговують дослідження щодо застосування рослинних матеріалів, які є вторинною сировиною, вивчення їх властивостей як сорбентів.

4) Біопаливо. Біодизельне паливо, яке виробляється на основі рослинних олій, зокрема сої, ріпаку, має перевагу перед нафтовим паливом, оскільки виробляється з постійно відновлюваних ресурсів.

5) Сонячна та вітрова енергетика. Відповідно до даних Національного агентства з питань ефективного використання енергоресурсів потенційна потужність сонячної енергетики в Україні складає 6,57 млн. т умовного палива, а вітрової – 16,37 млн. т умовного палива; установки з виробництва синтез-газу. Перспективним напрямом збільшення частки альтернативних видів палива є виробництво синтетичного газу з бурого вугілля, торфу, тирси та іншої вуглецевмісної сировини; когенераційні установки. Енергетична стратегія до 2030 р. передбачає головним напрямом збільшення використання позабалансових джерел енергії шахтний метан, ресурси якого в Україні є значними. Одним зі шляхів утилізації шахтного метану та інших нетрадиційних видів палива є когенераційні установки. Принцип когенерації полягає у подвійному використанні енергії згоряння, а саме як джерела електричної та теплової енергії.

Собівартість і конкурентоспроможність продукції будь-якого підприємства перш за все залежать від ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів. Показник енергоємності валового внутрішнього продукту в Україні у кілька разів вищий, ніж у промислово розвинених країнах. Тобто існує реальна можливість скорочення енерговитрат і зменшення споживання первинних енергетичних ресурсів. У зв'язку з цим енергозбереження має стратегічне значення, оскільки сприяє зниженню собівартості продукції, підвищенню рівня економічної ефективності у довгостроковій перспективі та покращенню екологічного стану навколишнього середовища.

В рамках поставленого завдання особливе значення має проблема формування інноваційного потенціалу енергогенеруючих підприємств та визначення його структурних складових, вплив на які дасть змогу підприємству ефективно досягати поставлених цілей інноваційного розвитку. Наявність різних методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств, що ґрунтуються на найпростіших математичних методах, не дає змогу враховувати невизначеності під час оцінювання. Отже, слід вважати необхідним подальше поглиблення теоретично-методичних питань оцінки та формування інноваційного потенціалу підприємств.

За останні роки з'явилася низка вітчизняних і зарубіжних публікацій, присвячених правовим, методологічним і методичним аспектам інноваційного розвитку. Водночас у них розглядаються лише окремі сторони моніторингу інноваційного потенціалу промислового підприємства. Наприклад, у роботі [1] проводиться дослідження тільки ресурсних показників інноваційного розвитку. Автор джерела [1, с. 16] вважає, що «найбільше значення під час оцінювання ефективності інноваційного розвитку має ресурсний потенціал». Але, на наш погляд, сама наявність ресурсів за недостатнього інформаційного забезпечення та неефективного менеджменту не принесе бажаного результату. Не заслуговує підтримки й надмірна акцентуація ролі інформаційної складової інноваційної діяльності, яка декларується в деяких роботах [2; 3; 4].

Не применшуючи значення інформаційного забезпечення, все ж відзначимо, що й ресурсні можливості підприємства відіграють далеко не останню роль.

В результаті під інноваційним потенціалом у контексті цього дослідження розуміємо сукупність його окремих умовно-автономних складових, таких як виробнича, фінансова, кадрова, маркетингова, інформаційна, наукова та організаційно-управлінська [5; 6]. Ця сукупність характеризує можливість господарюючого суб'єкта повною мірою забезпечувати усі стадії конкретного інноваційного процесу.

Як відомо, енергогенеруючі підприємства як суб'єкти управління є складними, динамічними, виробничими, соціально-економічними, технічними та організаційними багатоелементними утвореннями, які відкриті для впливу зовнішнього середовища. Тому основна складність, яка виникає під час побудови моделей функціонування таких складних об'єктів, пов'язана з тим, що аналітичний опис або статистичне спостереження залежностей між вхідними і вихідними параметрами ускладнено, а найчастіше неможливо. Рішенням при цьому може бути застосування суб'єктивних моделей, заснованих на експертній інформації, яка оброблюється із залученням логіки та інтуїції.

Для підтримки процесу прийняття управлінських рішень необхідне застосування моделей, в яких враховуються когнітивні можливості людини (сприйняття, уявлення, розуміння, пояснення) під час вирішення управлінських завдань. Найбільший інтерес серед них представляють нечіткі когнітивні моделі, в основі яких лежить поняття нечіткої когнітивної карти [7; 8; 9].

Нами запропонована методика застосування нечітких когнітивних карт для розв'язання завдання оцінки інноваційного потенціалу енергогенеруючих підприємств та динамічного моделювання альтернатив зміни як потенціалу, так і його складових.

Метод нечітких когнітивних карт належить до експертних методів. Експертні методи використовуються переважно тоді, коли статистична інфор-

мація на підприємстві має місце, але під час її використання для потреб моніторингу інноваційної діяльності можуть виникати труднощі, які, на наш погляд, можна поділити на декілька груп:

- вихідна статистична інформація не завжди може бути надійною базою для прийняття відповідних прогнозних рішень;

- частина інформації, яку залучають до оцінки інноваційного потенціалу, має якісний характер і не підлягає кількісному вимірюванню;

- на момент прийняття рішення необхідна статистична інформація може бути відсутня, а її отримання потребує часу та витрат;

- ймовірнісний характер стану інноваційної діяльності;

- багатофакторність моделі, що є предметом дослідження.

Нечітка когнітивна модель заснована на формалізації причинно-наслідкових зв'язків між факторами (концептами), що характеризують досліджувану систему. Результатом формалізації є подання системи у вигляді причинно-наслідкової мережі, що називається нечіткою когнітивною картою (НKK).

Для отримання прогнозу розвитку ситуації під час реалізації різних альтернатив використовується математичний апарат імпульсних процесів, який дає змогу прогнозувати значення концептів у дискретні моменти часу.

Модель імпульсного процесу для знакових когнітивних карт була запропонована у джерелі [8]. Для НKK пропонується така її модифікація:

$$v_i(t+1) = S(v_i(t), q_i(t+1) + o_i(t+1) + \sum_{j=1}^k T(w_{ij} \cdot p_j(t)), \quad (1)$$

де $v_i(t)$ – значення концепту e_i в момент часу t ;
 $v_i(t+1)$ – значення концепту e_i в момент часу $(t+1)$;

$q_i(t+1)$ – зовнішній вплив на e_i в момент часу $(t+1)$;

$o_i(t+1)$ – керуючий вплив на e_i в момент $(t+1)$;

$w_{ij} = w(e_i, e_j)$ – інтенсивність впливу між концептами e_i і e_j ;

$p_j(t)$ – зміна значення e_j в момент часу t ;

T – операція T-норми (використовується добуток);

S – операція S-норми (використовується S-норма Лукасевича).

У моделі (1) параметр t відображає перебіг імпульсного процесу в НKK (такти моделювання) і досить слабо співвідноситься з реальним часом в системі, що моделюється. Крім того, в моделі нехтуються тимчасові затримки під час передачі впливу між концептами, а також вважається, що кожний вплив відбувається за одиничний час. Для отримання нового стійкого стану модельованої системи доцільно виконувати динамічне моделювання до значення $t = 1,5N$, де N – кількість концептів у когнітивній карті. Оскільки N – це максимальна довжина шляху в НKK, то при $t = 1,5N$ керуючі та зовнішні впливи поширюються по всій карті.

Динамічне моделювання виконується для кожної альтернативи $y_i \in Y$, і його результатом є набір кінцевих значень концептів V_R .

В нашому дослідженні метод когнітивних карт апробований в умовах функціонування електростанцій «ДТЕК Східенерго», що є провідним підприємством України.

Для оцінювання можливих шляхів підвищення рівня інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства здійснено аналіз роботи підприємства, який проводили спільно з аналітичним відділом підприємства, а з урахуванням робіт [10; 11] для структурного аналізу процесу розробки моделі формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства ми вибрали метод нечітких когнітивних карт, адже аналітичний опис та статистичне спостереження залежностей між вхідними і вихідними параметрами ускладнено.

Загалом побудову нечіткої когнітивної карти формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства можна представити у вигляді такої послідовності кроків [11], що визначають список концептів, значущих для даної предметної області; відносини причинності (впливу) між кожною парою концептів; знак впливу (позитивний чи негативний) між кожною парою концептів, пов'язаних ставленням причинності; силу впливу між кожною парою концептів, пов'язаних ставленням причинності; початковий стан концептів; зовнішні впливи на концепти.

Зазвичай безліч базисних факторів, причинно-наслідкові відносини між ними і відповідні змінні визначаються за результатами інтерв'ювання, експертного опитування або аналізу текстів, що мають відношення до досліджуваної ситуації (інформаційно-аналітичної бази). Основу інформаційно-аналітичної бази цього дослідження склали публікації провідних вітчизняних та зарубіжних агентств і фахівців в галузі економіки.

На першому етапі дослідження створено експертну комісію. Під час її формування ми керувалися таким. Оскільки моніторинг інноваційного потенціалу охоплює інформацію про діяльність більшості підрозділів і служб підприємства, до складу експертної комісії повинні входити представники вищої та середньої управлінської ланок підприємства, керівники підрозділів, задіяних у проведенні інноваційної діяльності. Щодо кількісного складу експертної групи, то ми схильні довіряти математично обґрунтованим ознакам. З теорії прогнозування відомо, що здебільшого оптимальна кількість експертної групи становить 17 осіб, а мінімально достатня кількість експертної групи $N_{\min}^{експ}$ визначається за формулою [12]:

$$N_{\min}^{експ} = \frac{Z_{над}^e}{\sigma_{\max}^e}, \quad (2)$$

де $Z_{над}^e$ – величина, яка визначає ступінь надійності та достовірності експертної оцінки;

σ_{\max}^e – максимально дозволена відносна похибка, яка визначається в частках середньоквадратичного відхилення. Мінімальна кількість експертів повинна складати не менше 4 осіб. Таким чином, необхідна оптимальна кількість експертів перебуває в діапазоні від 4 до 17 осіб.

Нечітка когнітивна карта, що описує інноваційний потенціал енергогенеруючого підприємства, будувалася нами на підставі опитування експертів в галузі управління інноваціями (10 експертів). Спочатку кожному експерту пропонувалося виявити низку факторів, що впливають на інноваційну діяльність підприємства. Отримана інформація була оброблена щодо усунення двозначностей та повторів, а також узгодження термінології, що використовуються експертами. Окрім результатів опитування, ми залучали для дослідження фінансову та статистичну звітність досліджуваного підприємства, зокрема форму № 1 (Баланс) та форму № 2 (Звіт про фінансові результати), а також результати статистичного обстеження інноваційної діяльності підприємства (форма № 1 – інновація). Ми також врахували матеріали досліджень Д. Лагерєва [13], О. Ігольнікової та Б. Санжапова [8], О. Ларичевої [14].

На підставі аналізу ситуації відібрано 7 факторів (концептів), найбільш значимих у процесі розроблення авторської розрахункової моделі впливу складових інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства. При цьому виділено внутрішні та зовнішні фактори, що характеризують різні сторони досліджуваної предметної галузі (табл. 1).

Для опису факторів використані поняття нечіткої і лінгвістичної змінних. Важливим моментом є те, що всі чинники і, відповідно, їх зміни мають кількісне вираження. Це кількісне вираження може або бути об'єктивно вимірюваним, або мати лінгвістичне значення, що має числову інтерпретацію.

Розглянемо лінгвістичні змінні.

Оцінка виробничої складової інноваційного потенціалу (X_1) включає оцінку рівня розвитку основної технології виробництва; якості організації основних технологічних процесів; відповідності обслуговуючих та допоміжних виробництв потребам технології; рівня організації праці виробничих робітників.

Оцінка фінансової складової (X_2) включає оцінку забезпеченості фінансовими ресурсами за джерелами фінансування та оцінку ефективності їх інвестування в інноваційну діяльність підприємства.

Система показників щодо оцінки кадрової складової інноваційного потенціалу (X_3) включає оцінку структури та якості трудових ресурсів підприємства; результативності та ефективності використання трудових ресурсів; рівня стимуляції і мотивації персоналу. Як правило, вимоги до кваліфікації тим вище, чим вище технологічний рівень виробництва, адже на більш складному виробництві для ефективної роботи потрібний більш кваліфікований та освічений персонал.

Ключові показники, що впливають на розробку розрахункової моделі формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства

№	Складові інноваційного потенціалу	Найбільш значущі показники відповідної складової інноваційного потенціалу	Оцінка показника
1	Виробнича (X_1)	Наявність прогресивних технологічних процесів.	$K_{\text{оновл}} = \text{ВОЗ}_{\text{введ}} / \text{ВОЗ}_{\text{перв}}$, де $\text{ВОЗ}_{\text{перв}}$ – початкова вартість основних засобів, грн./; $\text{ВОЗ}_{\text{введ}}$ – вартість введених основних засобів.
2	Фінансова (X_2)	Фінансові показники ефективності реалізації інноваційних проектів.	Комплексний показник, що включає NPV, IRR, РВР.
3	Кадрова (X_3)	Питома вага робітників, зайнятих дослідженнями і розробками у загальній кількості працівників.	$U_{\text{досл}} = \frac{C_{\text{досл}}}{C_{\text{заг}}}$, де $C_{\text{досл}}$ – кількість робітників, зайнятих дослідженнями і розробленнями, $C_{\text{заг}}$ – загальна кількість робітників.
4	Маркетингова (ринкова) (X_4)	Конкурентоспроможність науково-дослідних розробок.	Оцінюється експертами в балах від 1 (min) до 10 (max).
5	Інформаційна (X_5)	Рівень забезпеченості сучасними інформаційними системами.	Оцінюється експертами в балах від 1 (min) до 10 (max).
6	Наукова (X_6)	Питома вага науково-дослідних робіт у загальному обсязі робіт підприємства.	$U_{\text{i.n.}} = \frac{V_{\text{i.n.}}}{V_{\text{заг}}}$, де $V_{\text{i.n.}}$ – вартість науково-дослідних робіт, грн.; $V_{\text{заг}}$ – вартість всіх робіт підприємства, грн.
7	Організаційно-управлінська (X_7)	Характеристика організаційної структури з точки зору сприяння науково-дослідним роботам на підприємстві.	Оцінюється експертами в балах від 1 (min) до 10 (max).

Джерело: складено автором

Система показників щодо оцінки маркетингової складової інноваційного потенціалу (X_4) включає оцінку конкурентоспроможності підприємства та його продукції, оцінку рівня монополізації ринку. Конкурентоспроможність підприємства переважно визначається конкурентоспроможністю запропонованих ним товарів.

Система показників щодо оцінки інформаційної складової інноваційного потенціалу (X_5) включає оцінку рівня забезпеченості сучасними інформаційними системами управління підприємством.

Система оцінки наукової складової (X_6) включає оцінку наявності та рівня якості науково-дослідницьких проектів, що знаходяться на стадії розроблення, наявності та рівня якості завершених науково-дослідних проектів.

Система оцінки організаційно-управлінської складової (X_7) включає як оцінку експертами організаційної структури управління підприємством загалом, так і оцінку управління (менеджменту) науково-дослідними проектами. Організаційна структура задає взаємозв'язок між підрозділами підприємства. Цей концепт визначає неможливість ефективної розробки та випуску нової продукції без зміни типу організаційної структури підприємства на більш прийнятний. Для встановлення причинно-наслідкових відносин визначено шкалу для оцінки характеру (позитивний чи негативний) і сили зв'язку між базисними чинниками. Значення відповідних змінних задаються лінгвістичною шкалою [8], кожному з них ставиться у відповідність число в інтервалі від мінус до плюс одиниці (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка зв'язку між базисними концептами

Лінгвістичний опис	Числове значення
Не впливає	0
Дуже слабо посилює (послаблює)	0,1; 0,2 (-0,1; -0,2)
Слабо посилює (послаблює)	0,3; 0,4 (-0,3; -0,4)
Помірно посилює (послаблює)	0,5; 0,6 (-0,5; -0,6)
Сильно посилює (послаблює)	0,7; 0,8 (-0,7; -0,8)
Дуже сильно посилює (послаблює)	0,9; 1,0 (-0,9; -1,0)

Джерело: [8]

Після структуризації інформації ми побудували когнітивну карту моделі щодо оцінки та формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства (рис. 1).

Когнітивна карта є зваженим орієнтованим графом $G = (X, A)$, в якому X – множина вершин (базисних факторів), A – множина дуг, що відображають безпосередній вплив факторів на інноваційний потенціал підприємства, а також один на одного. Кожна дуга, що зв'яже фактор x_i з фактором x_j , має вагу a_{ij} , яка відображає характер та силу впливу фактору x_i на фактор x_j . Якщо a_{ij} – позитивна величина, то під час змінювання значення x_i , значення x_j змінюється у тому ж напрямі, якщо a_{ij} – від'ємна, то під час змінювання значення x_i , значення x_j змінюється у протилежному напрямі. Модуль величини a_{ij} характеризує силу впливу.

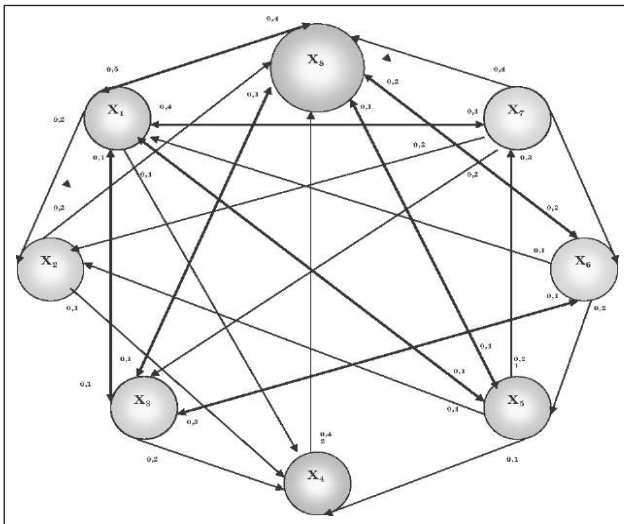


Рис. 1. Нечітка когнітивна карта розробки моделі оцінки та формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства

Джерело: складено автором

У побудованій нечіткій когнітивній карті представлені найбільш важливі, безпосередні зв'язки між концептами (тобто зв'язки, які існують в уявленні експертів у «явному» вигляді). Водночас для повного аналізу причинно-наслідкової структури інноваційного потенціалу необхідна також інформація про неявні (опосередковані) взаємовпливи концептів.

На рис. 1 дугами подвійної товщини позначені дуги, які означають прямий та зворотній вплив факторів один на одного. Цифрами біля кожного концепту (фактору) позначені впливи кожного даного концепту на інші.

З графом G асоціюється матриця суміжності A_g (табл. 3). Елемент a_{ij} матриці A_g , що стоїть на перетині i -го рядка та j -го стовпчика, характеризує вплив фактору x_i на фактор x_j .

На цьому ж етапі із множини базисних факторів ситуації задаються підмножини цільових і керуючих факторів, а також вектор початкових тенденцій базисних факторів. Як керуючі фактори

вибираються фактори, що належать до об'єкта управління або до зовнішнього середовища, на які суб'єкт управління має можливість впливати. Як цільові фактори вибираються чинники, що найбільшою мірою характеризують стан об'єкта управління та його цілі.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити такі висновки.

1) Застосування когнітивних технологій для вирішення проблем, пов'язаних з оцінкою впливу ресурсних складових на інноваційний потенціал енергогенеруючого підприємства, є перспективним, оскільки розробка когнітивних карт і подальше моделювання на їх основі різних сценаріїв зміни ситуації дають змогу не тільки прогнозувати можливість виникнення деякої проблеми з появою нового об'єкта вишукувань (наприклад, ускладнення рівня технології, погіршення матеріального забезпечення), але й промодельовати ймовірність її розвитку, щоб вжити заходів (технічних, кадрових тощо) для ефективного функціонування енергогенеруючого підприємства.

2) На підставі змістовного аналізу предметної галузі, опитування експертів та літературних джерел побудовано нечітку когнітивну модель формування інноваційного потенціалу енергогенеруючого підприємства. В результаті аналізу виявлені стійкі класи концептів, які значно впливають на всю систему управління інноваціями загалом, а також сформовано множини альтернатив, що описують можливі стратегії управління інноваційними процесами. Виконано динамічне моделювання для вибраних альтернатив, а за його результатами відібрано альтернативи, найбільш цікаві для подальшого розгляду.

3) Структуризація знань про процес розроблення розрахункової моделі сприяє докорінному поліпшенню найважливіших показників діяльності енергогенеруючого підприємства, зокрема зниженню витрат, поліпшенню якості продукції, підвищенню швидкості виконання замовлень.

Таблиця 3

Матриця суміжності орграфа

	X ₁ (BC)	X ₂ (Ф)	X ₃ (Вд)	X ₄ (МС)	X ₅ (ГС)	X ₆ (Н)	X ₇ (ОУП)	X ₈ (ІП)
X ₁ (BC)	0	0,2	0,1	0,1	0,2	0	0,4	0,5
X ₂ (ФС)	0	0	0	0,1	0	0	0	0,2
X ₃ (КС)	0,1	0	0	0,2	0	0,3	0	0,1
X ₄ (МС)	0	0	0	0	0	0	0	0,4
X ₅ (ІС)	0,1	0,1	0	0,1	0	0	0,2	0,1
X ₆ (НС)	0,1	0	0,1	0	0,2	0	0	0,3
X ₇ (ОУП)	0,1	0,2	0,2	0	0	0,3	0	0,4
X ₈ (ІП)	0,4	0	0,1	0	0,1	0,2	0	0

Джерело: складено автором

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антохина Ю. Мониторинг реализации инновационной стратегии вуза: автореф. дисс. ... канд. экон. наук; ГУАП. Санкт-Петербург, 2006. – 27 с.
2. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Общий курс: учеб. пособ. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2001. 608 с.
3. Булей Н. Повышение эффективности управления машиностроительным предприятием на основе создания информационной системы мониторинга производственного процесса : автореф. дисс. ... канд. экон. наук; ОГТУ. Орел, 2007. 24 с.
4. Гончаров С. Конспект лекцій по маркетингу. Рівне: НУВГП, 2002. 103 с.
5. Быков В., Круглов М. Измеримая инновационная организация. Промышленная политика в Российской Федерации. 2008. № 10. С. 41–46.
6. Павлова В., Татарінов В., Жукова А. Інноваційний розвиток підприємства: організація, оцінка потенціалу, ефективність: монографія. Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. 203 с.
7. Павлова В., Жукова А., Мясин В. Оценка инновационного потенциала машиностроительного предприятия методом нечётких множеств. Бюлетень міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2013. № 1 (6). С. 243–252.
8. Игольникова О., Санжапов Б. Разработка когнитивной модели формирования инновационного потенциала предприятия и алгоритма его нечетко-множественной оценки. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archives-of-individual-conferences/march-2013>.
9. Авдеева З., Коврига С., Макаренко Д. Когнитивное моделирование для решения задач управления слабоструктурированными системами (ситуациями). Управление большими системами. 2007. Вып. 16. С. 26–39.
10. Structure of Decision. The Cognitive Maps of Political Elites / ed. by R. Axelrod. Princeton: Princeton University Press, 1976. 405 p.
11. Konar A. Artificial intelligence and soft computing: behavior a land cognitive modeling of the human brain. cRcPress LLC, 2000. 788 p.
12. Перерва П., Гладенко І. Моніторинг інноваційної діяльності: інтерпретація результатів. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. № 2. С. 108–115.
13. Лагерева Д. Автоматизация разработки управленческих решений в социально-экономических системах на основе применения нечетких когнитивных моделей: автореф. дисс. ... канд. техн. наук. Брянск, 2007. 20 с.
14. Ларичева Е. Формирование стратегии инновационного развития промышленного предприятия: автореферат дисс. ... канд. экон. наук. Брянск, 2006. 24 с.
2. Armstronh H. (2001) Marketynh. Obshchyi kurs [Marketing. General]. Moscow: Yzdatelskiy dom "Viliams" (in Russian).
3. Bulei N. (2007) Povishenye efektyvnosti upravleniya mashynostroytelnim predpriyatym na osnove sozdaniya ynformatsyonnoi systemi monytorynha proyzvodstvennoho protsessa [Increase of efficiency of management of machine-building enterprise on the basis of creation of information system of monitoring of the production process] (PhD Thesis), Orel: OHTU.
4. Honcharov S. (2002) Konspekt lektzii po marketynhu [Lecture Notes on marketing]. Rivne: NUVHP (in Ukrainian).
5. Bikov V., Kruhlov M. (2008) Yzmerymaia ynno-vatsyonnaia orhanyzatsiia [Measurable and innovative organization]. Promishlennaia polytyka v Rossyiskoi Federatsyy, no 10, pp. 41–46.
6. Pavlova V. (2013) Innovatsiinyi rozvytok pidpri-emstva: orhanizatsiia, otsinka potentsialu, efektyvnist [Rozvytok Novacii pdprimstvo: of, once potential, efek-tivnosti]. Dnipropetrovsk: Dnipropetrovskiy universytet imeni Alfreda Nobelia (in Ukrainian).
7. Pavlova V. (2013) Otsenka ynno-vatsyonnoho potentsyala mashynostroytelnoho predpriyatya meto-dom nechetkykh mnozhestv [Estimation of innovative potential of machine-building enterprises with the method of fuzzy set], Biuleten mizhnarodnoho Nobeliv-skoho ekonomichnoho forumu, no 1 (6), pp. 243–252.
8. Yholnykova O., Sanzhapov B. (2013) Razrabotka kohnytyvnoi modelyformyrovaniya ynno-vatsyonnoho potentsyala predpriyatya y alhorytma eho nechetko-mnozhestvennoi otsenky [Development of cognitive modulefilename innovative potential of the enterprise and algorithm of fuzzy evaluation]. Available at: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archives-of-individual-conferences/march-2013> (accessed 14 December 2017).
9. Avdeeva Z. (2007) Kohnytyvnoe modelyrovanye dlia resheniya zadach upravleniya slabostrukturnyrovannyi systemamy (sytuatsiyami) [Cognitive modeling for solving problems of weak structural control systems (situations)], Upravlenye bolshymy systemamy, vol. 16, pp. 26–39.
10. Axelrod R. (1976) Structure of Decision. The Cognitive Maps of Political, Princeton: Princeton University Press.
11. Konar A. (2000) Artificial intelligence and soft computing: behavior a land cognitive modeling of the humanbrain, cRcPress LLC.
12. Pererva P., Hladenko I. (2010) Montorynh innovacii diialnosti: interpretatsiia rezultativ [Montoring innovacio diialnosti: interpretacija rezultatu], Marketynh i menedzhment innovatsii, no 2, pp. 108–115.
13. Laherev D. (2007) Avtomatyzatsiia razrabotky upravlencheskykh resheniy v sotsyalno-ekonomycheskykh systemakh na osnove prymereniy nechetkykh kohnytyvnykh modelei [automation of development of managerial decisions in the socioeconomic systems based on the use of fuzzy cognitive models] (PhD Thesis), Briansk.
14. Larycheva E. (2006) Formyrovanye stratehy y ynno-vatsyonnoho razvytyia promyshlennogo predpriyatya [Formation of strategy of innovative development of industrial enterprises] (PhD Thesis, Briansk).

REFERENCES:

1. Antokhyna Yu. (2006) Monytorynh realizatsyy ynno-vatsyonnoi stratehy vuza [Monitoring the implementation of the innovation strategy of the University] (PhD Thesis), SPb.: HUAP.

Vikhliaeva N.V.Assistant Professor of Management and Taxation
National Technical University
“Kharkov Polytechnic Institute”**THE ALGORITHM FOR CONSTRUCTING COGNITIVE MAPS OF FORMATION
OF INNOVATION POTENTIAL OF THE POWER-GENERATING ENTERPRISES**

In the current economic conditions, the functioning and further development of industrial enterprises are directly dependent on their innovation activity. However, as evidenced by the statistics of recent years, industrial enterprises face a major crisis in the innovation sphere. Important is the adoption of active measures on its overcoming and stimulating innovation. In these conditions of special importance are the evaluations of the innovative ability of power generating enterprises, and development of ways of its formation.

Despite significant achievements in this field and many research scientists in the field of innovation, it is necessary to note the underdevelopment of methods for the assessment and formation of innovation potential of power generating plants. Existing information sources approaches represent guidelines for dealing with individual issues, the issues that require further development, deepening and systematization. Based on the above, we can formulate the objectives of the study, which is to improve the methodological approach for the evaluation and formation of innovation potential of power generating enterprises based on the use of fuzzy cognitive maps.

Application of cognitive technologies to address problems associated with the assessment of the impact on the resource components of innovative potential of the power-generating enterprises seems to be promising, since the development of cognitive maps and then model them on the basis of different scenarios of changing the situation allow not only to predict the possibility of some problems with the appearance of a new object of research (e.g., complications level of technology, the deterioration of financial security and the like), but also to simulate the likelihood of its development to adopt a set of measures (technical, personnel, etc.) for efficient operation of power generating enterprises.

On the basis of comprehensive analysis of the subject area, a survey of experts and literature of the constructed fuzzy cognitive model of formation of innovation potential of energy company. The analysis identified stands classes of concepts, which greatly affect the whole system of innovation management in General, and formed a set of alternatives describing possible strategies of management of innovation processes. Performed dynamic simulation for selected alternatives and its results of selected alternatives that are most interesting for further consideration.

Structuring of knowledge about the process of developing a computational model contributes to the radical improvement of the major indicators of the activity of power generating enterprises: reduce costs, improve product quality, increase speed of execution of orders and the like.

СУЧАСНИЙ СТАН АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ ТА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ АЕРОПОРТІВ УКРАЇНИ

CURRENT SITUATION ON THE AIR TRANSPORTATION MARKET AND THE FORMATION OF THE STRATEGIC AIMS OF THE DEVELOPMENT OF AIRPORTS IN UKRAINE

У статті розглянуто тенденції розвитку авіаційної галузі України в період світової глобалізації та лібералізації на ринку повітряних перевезень. Представлені основні виробничі показники та проведений аналіз пасажиропотоку дали змогу визначити найбільш ймовірні об'єкти реконструкції та стратегічні цілі розвитку аеропортів України.

Ключові слова: авіакомпанії, аеропорти, пасажиропотік, пасажиро-кілометри, стратегія розвитку, середній коефіцієнт зайнятості пасажирських крісел.

В статье рассмотрены тенденции развития авиационной отрасли Украины в период мировой глобализации и либерализации на рынке воздушных перевозок. Представленные основные производственные показатели и проведенный анализ пассажиропотока позволили определить наиболее

вероятные объекты реконструкции и стратегические цели развития аэропортов Украины.

Ключевые слова: авиакомпании, аэропорты, пассажиропоток, пассажиро-километры, стратегия развития, средний коэффициент занятости пассажирских кресел.

The article discusses trends of the aviation industry development in Ukraine during the period of globalization and liberalization. The main production indicators are presented and passenger traffic is analyzed. These indicators allowed identifying the most important objects of reconstruction and to propose the future development strategy of airports in Ukraine.

Key words: airlines, airports, passenger traffic, passenger-kilometers, development strategy, load factor.

УДК 656.7.072.«712»(045)

Геєць І.О.

к. е. н., доцент,
доцент кафедри економіки
Національний авіаційний університет

Боравльов Д.В.

магістр
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Транспорт є однією з базових галузей національної економіки, ефективно функціонування якої є необхідною умовою для забезпечення обороноздатності, захисту економічних інтересів держави, підвищення рівня життя населення.

Темпи зростання повітряних перевезень випереджають показники інших галузей економіки. Попит на авіаперевезення тісно пов'язаний з рівнем економічного розвитку, водночас повітряні перевезення самі є потужним стимулом до розвитку. Ринок послуг цивільної авіації є динамічним і схильним до великого впливу загальносвітової економічної кон'юнктури. Внесок ринку послуг цивільної авіації в локальну, регіональну і світову економіку складається з прямого ефекту та мультиплікаційного ефекту пов'язаних з ним галузей. Тому особливо актуальним є аналіз діяльності авіаційного транспорту та аеропортів України як стратегічного напрямку розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню розвитку авіаційного транспорту та аеропортів присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них слід назвати таких, як О.В. Ареф'єва, А.С. Борисенко, Д.А. Бугайко, Т.А. Габрієлова, В.М. Загоруйко, Е.В. Костроміна, Ю.Ф. Кулаєв, Н. Ленуар, К.В. Марінцева, І.Г. Михальченко, Н.Є. Полянська, Г.М. Юн.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз розвитку авіаційних підприємств України та надання практичних рекомендацій щодо майбутньої стратегії розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Упродовж 2016 року на ринку пасажирських та вантажних авіаперевезень України працювали 29 вітчизняних авіакомпаній (рис. 1).

Згідно зі статистичними даними за 2016 рік українськими авіакомпаніями виконані 79,5 тис. комерційних рейсів (за 2015 рік – 66,3 тис. рейсів).

Кількість перевезених пасажирів збільшилась порівняно з попереднім роком на 31,3% та склала 8 277,9 тис. осіб (рис. 2).

Обсяги перевезень вантажів та пошти зросли на 5,2% та склали 74,3 тис. тонн, кількість перевезених пасажирів збільшилась на 2,1% та перевищила показник «пікового» 2013 року, що свідчить про відновлення українського ринку пасажир-

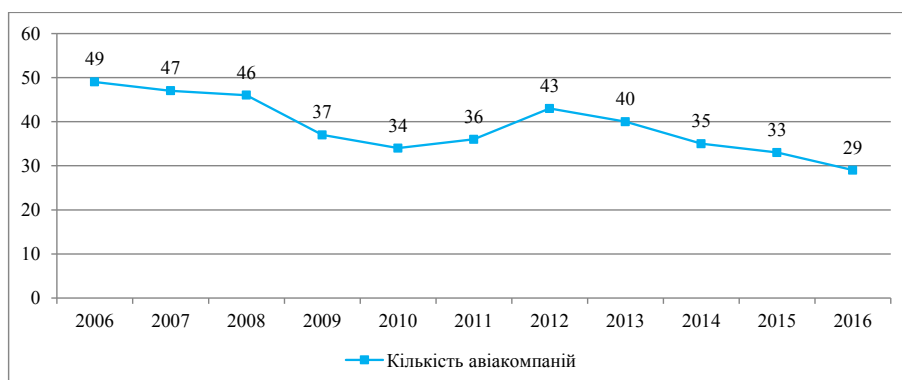


Рис. 1. Кількість українських АК, які здійснювали комерційні перевезення пасажирів, вантажів та пошти (шт.)

ських авіаперевезень після спаду 2014–2015 років.

За підсумками 2016 року 95% загальних обсягів пасажирських перевезень виконані 6 провідними авіакомпаніями, такими як «Міжнародні авіалінії України», «Азур Ейр Україна», «Роза вітрів», «ЯнЕйр», «Браво» та «Атласджет Україна» (табл. 1) [6].

Авіакомпанією «Міжнародні авіалінії України» забезпечено зростання обсягів пасажирських перевезень порівняно з попереднім 2015 роком на 24,9%, авіакомпаніями «АзурЕйр Україна» – на 17%, «Роза вітрів» – на 75,8%, «ЯнЕйр» – в 6,8 рази, «Атласджет Україна» – в 10,5 разів (здійснює перевезення з вересня 2015 року). Також слід відзначити, що п'яту позицію за обсягами зайняла авіакомпанія «Браво», яка почала виконувати пасажирські перевезення у квітні поточного року (табл. 2) [5].

Позитивна динаміка, яка зафіксована у 2016 році, пов'язана перш за все з розвитком сектору міжнародних повітряних перевезень. Середній коефіцієнт зайнятості пасажирських крісел на

міжнародних регулярних рейсах українських авіакомпаній у звітному періоді склав 78,2%, на внутрішніх регулярних – 73,3% (проти 79,4% та 71% відповідно у 2015 році) (рис. 3) [6].



Рис. 2. Внутрішній та міжнародний пасажиропотік України (тис. ос.)

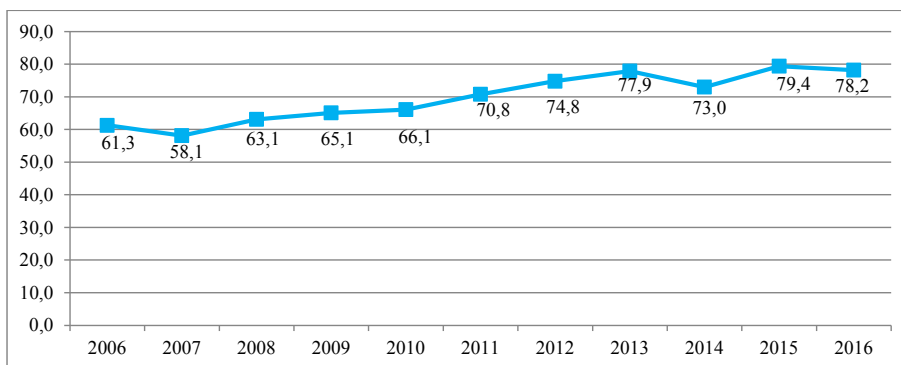


Рис. 3. Середній коефіцієнт зайнятості пасажирських крісел на міжнародних регулярних рейсах українських авіакомпаній

Таблиця 1

Діяльність українських авіакомпаній (тис. ос.)

Показники	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Перевезено пасажирів	6 106,5	7 504,8	8 106,3	8 110,4	6 475,2	6 304,3	8 277,8
зокрема, міжнародні	5 144,3	6 328,5	6 820,9	6 900,3	5 828,6	5 679,6	7 475,3
з них на регулярних рейсах	3 046,7	4 324,5	4 693,6	4 388,3	3 924,7	4 019,9	4 944,1
внутрішні	962,2	1 176,3	1 285,4	1 210,1	646,6	624,7	802,5
з них на регулярних рейсах	903,5	1 127,9	1 236,5	1 165,3	629,2	611,5	791,9

Таблиця 2

Виконані пасажиро-кілометри українських авіакомпаній, (млн. пас.-км)

Показники	Роки						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Виконані пасажиро-кілометри	10 954,5	13 771,2	14 405,6	12 565,4	11 579,0	11 363,5	15 532,6
зокрема, міжнародні	10 392,6	13 110,5	13 707,5	11 890,2	11 261,1	11 080,5	15 168,4
з них на регулярних рейсах	6 473,7	9 447,0	9 702,7	7 441,5	7 326,1	7 787,5	10 294,8
внутрішні	561,9	660,7	698,1	675,2	317,9	283	364,2
з них на регулярних рейсах	531,9	640,1	675,1	651,7	306,6	274,6	354,8

Регулярні польоти між Україною та країнами світу упродовж 2016 року здійснювали 10 вітчизняних авіакомпаній до 42 країн світу та 28 іноземних авіакомпаній до 27 країн світу, зокрема 2 нові («SprintAir» з Польщі та «AirSerbia» з Сербії). Українськими авіакомпаніями перевезено 4 944,4 тис. пасажирів, іноземними – 3 847,5 тис. пасажирів (зростання на 23% та 2,1% відповідно). Впродовж 2016 року, відповідно до затвердженого розкладу руху, вітчизняними авіакомпаніями розпочато експлуатацію на регулярній основі 27 міжнародних авіаліній, іноземними авіакомпаніями – 13 авіаліній [10].

Мало місце значне зростання (на 52,5%) кількості перевезених пасажирів вітчизняними авіакомпаніями на міжнародних рейсах на нерегулярній основі, за звітний рік 15 українськими авіакомпаніями перевезено 2 531 тис. пасажирів. Найбільші обсяги таких перевезень (91%) припадають на 5 авіакомпаній, таких як «Міжнародні авіалінії України», «АзурЕйр Україна», «Роза вітрів», «ЯнЕйр» та «Браво».

Регулярні внутрішні пасажирські перевезення між 9 містами України виконували 5 вітчизняних авіакомпаній, перевезено 791,9 тис. пасажирів (зростання порівняно з 2015 роком на 29,5%) [6].

Комерційні рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній обслуговували 19 українських аеро-

портів та аеродромів. Поштовантажопотоки збільшились на 24,7% та склали 42,9 тис. тонн [9].

За підсумками року кількість відправлених та прибулих повітряних суден склала 133,2 тисячі (проти 120,7 тисяч за 2015 рік) (рис. 4) [10].

ДП ОПР «УкРАерорух» упродовж року обслуговано 214,3 тис. польотів проти 234,9 тисяч за 2015 рік. Кількість обслугованих польотів, виконаних літаками та вертольотами авіакомпаній України, збільшилась на 17,6%, кількість польотів, виконаних іноземними авіакомпаніями, скоротилась на 19,9%.

Україна, зробивши ставку на залізницю та автотранспорт, останні 25 років майже не займалася питаннями відродження авіатранспорту.

Фактично з 50 постійно діючих аеропортів станом на 1991 рік, які сполучали Україну зі світом, маємо сьогодні до 20 аеропортів, з яких 2/3 потребують реконструкції та суттєвого переоснащення (рис. 5).

Слід зазначити, що сьогодні близько 98% загальних пасажиропотоків та поштовантажопотоків сконцентровано в 7 провідних аеропортах, таких як «Бориспіль», «Київ (Жуляни)», «Одеса», «Львів», «Харків», «Дніпропетровськ» та «Запоріжжя». Аеропортом «Бориспіль» завдяки вдалій реалізації вибраної «хабової» стратегії розвитку досягнуте зростання кількості обслугованих пасажирів порівняно з 2015 роком на 18,8% (табл. 3) [9].

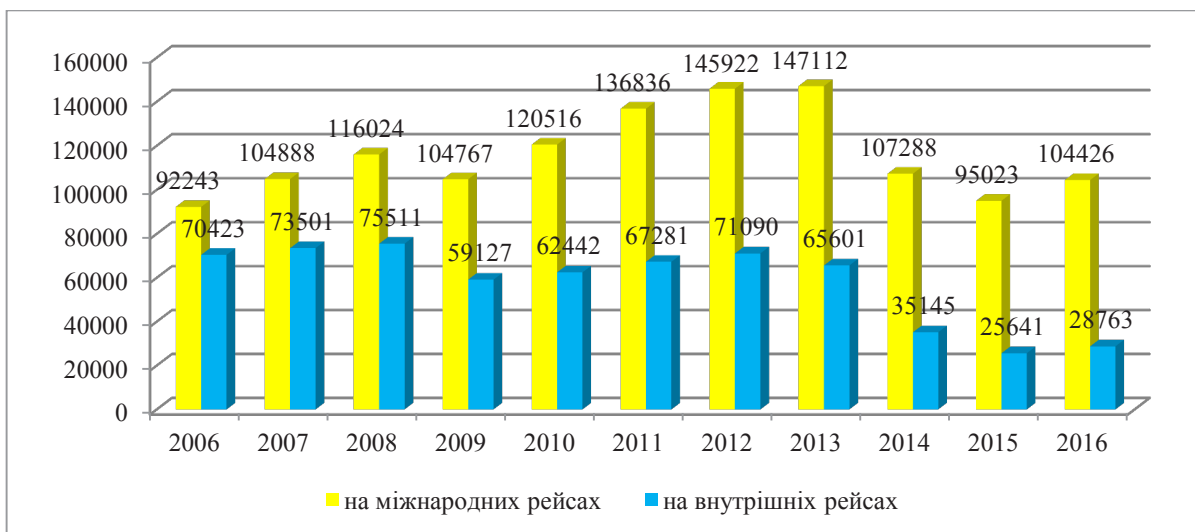


Рис. 4. Відправлено та прибуло повітряних суден з аеропортів України (од.)

2016 рік	Кількість польотів		Порівняння 2016 року з 2015 роком
Всього	214 262		-8,8%
Українські авіакомпанії;	81 885;		- 38,2 %;
іноземні авіакомпанії	132 377		- 61,8 %
Внутрішні польоти;	23 407;		- 10,9%;
польоти з вильотом/посадкою;	104 565;		- 48,8%;
транзитні польоти	86 290		- 40,3%
			-26,6%

Рис. 5. Оцінка кількості польотів на авіаційному ринку України за 2016 рік

Зростання пасажиропотоків мало місце і в іншому столичному аеропорту «Київ (Жуляни)» (на 19,4%), а також майже в усіх регіональних аеропортах України. Зокрема, кількість пасажирів, обслугованих аеропортом Рівного, зросла у 8,6 разів, аеропортами «Вінниця» – у 6,6 разів, «Івано-Франківськ» – у 3,9 разів, «Кривий Ріг» – у 6,4 разів, «Запоріжжя» – у 2,2 разів, «Харків» – на 60,1%, «Львів» – на 29,4%, «Одеса» – на 8,9%, «Херсон» – на 1,6%. Скорочення пасажиропотоків за підсумками звітного року спостерігалось в аеропортах «Дніпропетровськ» (на 17,7%) та «Ужгород» (на 75,7%). Пасажиропотоки через аеропорти України зросли на 20,9% та становили 12 929,9 тис. осіб [9]. За підсумками 2016 року кількість відправлених та прибулих повітряних суден становила 133,2 тисяч (проти 120,7 тисяч за 2015 рік). Поштовантажопотоки збільшились на 24,7% та склали 42,9 тис. тонн (табл. 4).

За січень-листопад 2017 року обсяги пасажирських перевезень українських авіакомпаній зросли порівняно з відповідним періодом 2016 року на 51,9% та склали 1 235,2 тис. осіб, зокрема міжнародні – на 55,2% та склали 1 105,8 тис. осіб. Пасажиропотоки через аеропорти України збільшились на 37,4% та становили 1 948,7 тис. осіб, зокрема в міжнародному сполученні зросли на 39,3% та становили 1 687 тис. осіб [5].

Згідно з даними АСІ українці є однією з найменш «літаючих» націй Європи. Послугами авіа-

перевезень користується сьогодні менше 5% громадян. Є принаймні дві причини цього явища:

– слабка економіка, що породжує низькі доходи українського населення, як наслідок, неспроможність покрити туристичні витрати в Європі (оскільки вартість квитка становить в середньому 1/10 всіх витрат на подорожі);

– нерозвинена промоція доступних місць для відпочинку, зокрема в безвізових (раніше) країнах; українські аеропорти, згідно з даними АСІ, є одними з найбільш швидко зростаючих [1].

Метою стратегії розвитку авіаційного транспорту та аеропортів України є формування в Україні системи законодавства авіатранспортної галузі на основі регламентів і директив Європейського Союзу, а також створення сприятливих організаційних, податкових, митних, інвестиційних та кредитно-грошових умов для зростання обсягів перевезень пасажирів, вантажів і пошти на внутрішньому та міжнародному ринках вітчизняними авіакомпаніями; організації нових робочих місць в авіатранспортній галузі та суміжних сферах; розширення географії повітряного сполучення України; реалізації авіаційного транзитного потенціалу України тощо. Можна визначити основні стратегічні цілі, які представлені на рис. 6 [3].

Для реалізації поставлених цілей визначені найбільш ймовірні об'єкти реконструкції в аеропортах (рис. 7).

Таблиця 3

Питома вага провідних аеропортів у загальних обсягах пасажирських перевезень через аеропорти України (%)

Назва аеропорту	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Бориспіль	65,3	64,4	60	52,3	63,2	68	66,9
Дніпропетровськ	3,3	3,4	3,1	3	4,1	3,2	2,2
Донецьк	6	6,7	7,1	7,3			
Київ (Жуляни)	0,3	3,8	6,1	12,1	10	8,8	8,7
Львів	4,7	2,4	4,1	4,6	5,4	5,3	5,7
Одеса	6,9	6,6	6,4	7,1	7,9	8,9	8
Сімферополь	8,2	7,7	7,9	8			
Харків	2,4	2,5	3,6	4	4	3,5	4,6

Таблиця 4

Відправлено та прибуло повітряних суден в аеропортах України

Показник	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
Відправлено та прибуло повітряних суден	182 958	204 117	217 012	212 713	142 433	120 664	133 189
зокрема, в міжнародному сполученні	120 516	136 836	145 922	147 112	107 288	95 023	104 426
з них регулярними рейсами	83 808	99 843	107 047	105 632	81 365	74 968	80 459
у внутрішньому сполученні	62 442	67 281	71 090	65 601	35 145	25 641	28 763
з них регулярними рейсами	41 972	42 853	43 750	36 979	20 944	17 330	21 051

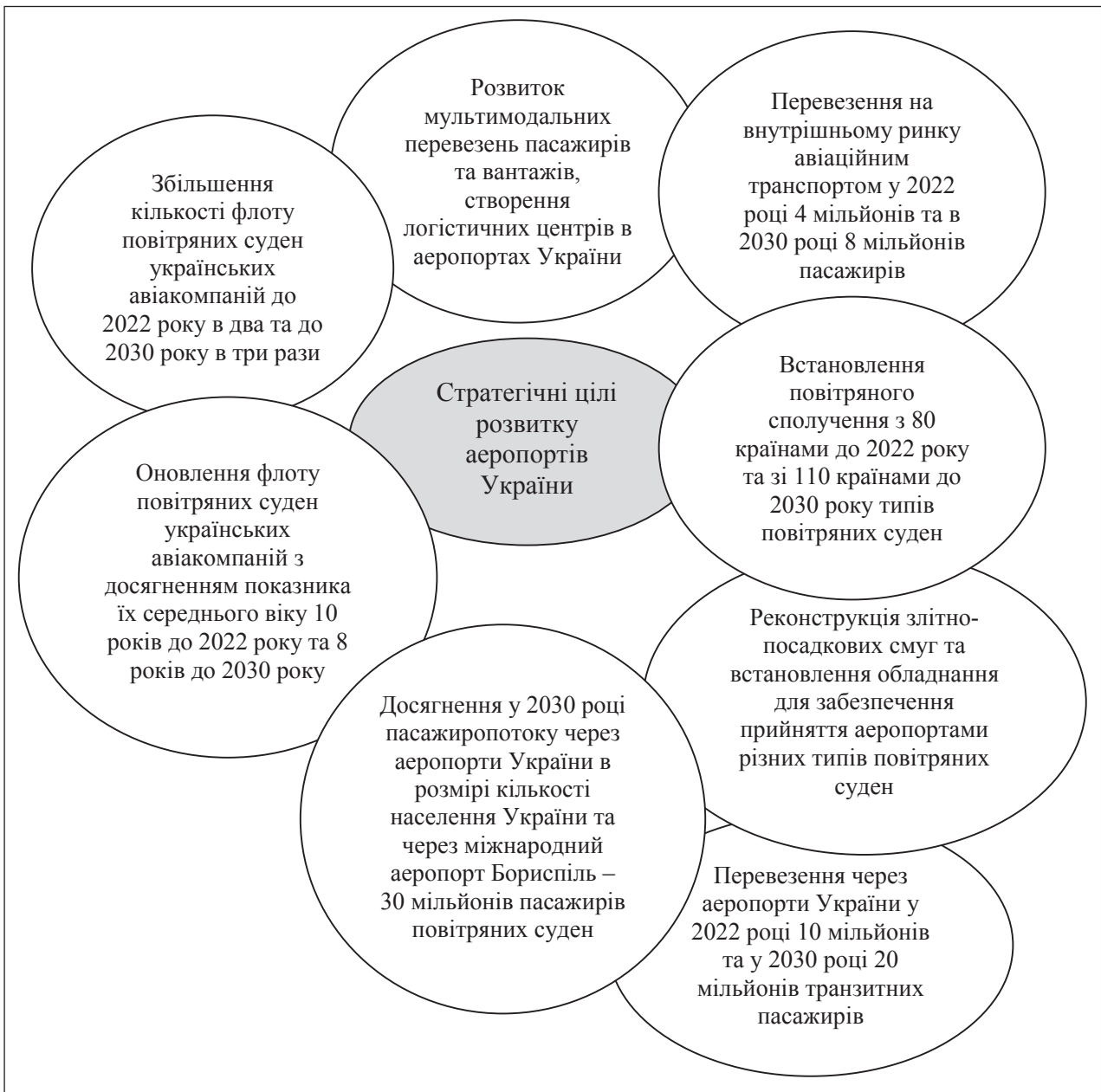


Рис. 6. Стратегічні цілі розвитку аеропортів України

Джерело: розроблено авторами

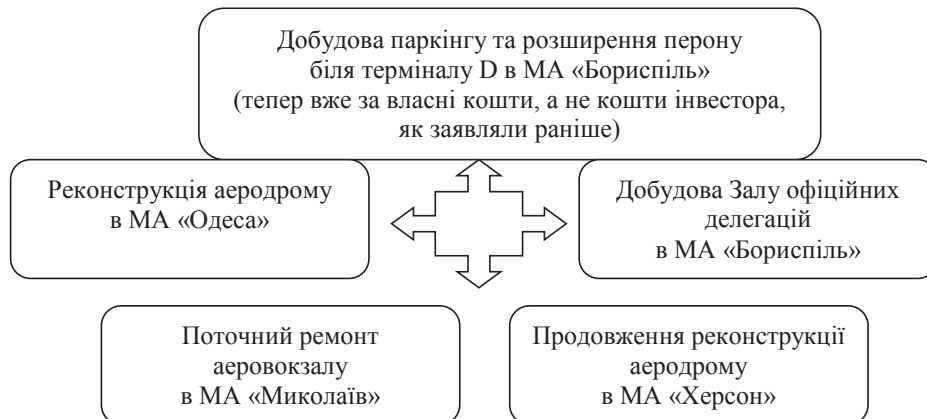


Рис. 7. Найбільш ймовірні об'єкти реконструкції в аеропортах

Джерело: розроблено авторами

З-поміж усіх регіональних аеропортів найбільшу увагу варто приділяти міжнародним аеропортам «Одеса» та «Херсон», адже саме тут триває реконструкція. Для розвитку регіональних аеропортів критично важливим є також залучення бюджетних авіакомпаній.

Розширення сегменту доступних авіап перевезень є запорукою розвитку авіаційної галузі. Лоу-кості, або авіакомпанії, які готові працювати в низькому ціновому сегменті, є ключовими факторами, які стимулюватимуть розвиток регіональних аеропортів, а також супутньої транспортної інфраструктури в Україні. Лоу-кості – шанс наростити обсяги перевезень, збільшити надходження від неавіаційної діяльності, поліпшити туристичну привабливість регіону і, як наслідок, стимулювати його економічний розвиток.

Висновки з проведеного дослідження.

Проведений аналіз вітчизняних авіап перевезень показав, що доля України у світовому обсязі невелика (близько 0,23%), а її більшу частину складають міжнародні авіап перевезення. Водночас темпи зростання обсягу авіап перевезень в українському сегменті ринку, незважаючи на нестабільність військово-політичної та економічної ситуації в країні, є оптимістичними для прогнозування майбутнього розвитку авіаційних перевезень в Україні. Ріст основних показників роботи цивільної авіації України демонструє зростаючу зацікавленість до авіаційних перевезень. Також з 1 січня 2018 року авіакомпанія «МАУ» почала експлуатувати три нові напрямки до Канади, Данії та Індії.

Враховуючи вищесказане, можемо дійти висновку, що ринок пасажирських авіаційних перевезень України має достатні передумови для свого успішного розвитку. Насамперед це обумовлене значним зростанням обсягів пасажирських перевезень авіаційним транспортом, створенням нових авіакомпаній в Україні, а саме авіакомпаній типу лоу-кост, входженням в авіаційний простір України нових іноземних авіакомпаній, відкриттям нових повітряних ліній українських перевізниками, схваленням безвізового режиму з країнами ЄС, модернізацією наявної інфраструктури аеропортів та їх розвитку з урахуванням сучасних вимог.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Геєць І.О. Формування соконкурентної стратегії розвитку регіональних аеропортів та хабів. Проблеми системного підходу в економіці. 2017. № 1 (57). С. 64–72.
2. Державний комітет статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Концепція Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 5 березня 2008 року № 506-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/506-2008-D1%80/print1361268612000307>.

4. Омеляненко С.Л. Прогнозування розвитку аеропортів України і оцінка ефективності їх функціонування: дис. ... канд. економ. наук: спец. 08.07.04. Київ, 2004. 246 с.

5. Офіційний сайт Державної авіаційної служби України. Державна статистична звітність. Київ: Державна авіаслужба України, 2013. URL: <http://www.avia.gov.ua/documents/formi-zv-dok/dergstat-zv>.

6. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2016 рік / Офіційний сайт Державної авіаційної служби України. URL: <http://www.avia.gov.ua/documents/diyalnist/pidsumki%20dijalnosti>.

7. Стратегічний план розвитку Державного підприємства «Міжнародний аеропорт «Бориспіль»» в період 2015–2019 років, затверджений Міністерством інфраструктури України 28 червня 2015 року.

8. Дихне Є. Стратегічний менеджмент в аеропортах. 2016. URL: <http://kbp.aero>.

9. Boryspil International Airport Annual report. URL: <http://kbp.aero>.

10. Total air traffic of passengers, by scope, type of flight and period / National Statistics Institute. URL: <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>.

REFERENCES:

1. Heiets I.O. (2017) Formuvannja sokonkurentnoji strateghiji rozvytku regionalnykh aeroportiv ta habiv [Formation of a cooperative strategy for the development of regional airports and Hubs]. Kyiv: NAU. pp. 64–72 (in Ukrainian).
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) Sotsialni indykatory rivnia zhyttia naseleння [Social indicators of living], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo (in Ukrainian).
3. Kabinet Ministriv Ukrainy (2008) Konsepcija Derzhavnoji ciljovoji prohramy rozvytku aeroportiv na period do 2020 roku, Kyjiv. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/506-2008-D1%80/print1361268612000307> (in Ukrainian).
4. Omeljanenko S.L. (2004) Proghnozuvannja rozvytku aeroportiv Ukrainy i ocinka efektyvnosti jikh funkcionuvannja [Forecasting the development of airports in Ukraine and assessing the effectiveness of their functioning] (PhD Thesis), Kyiv (in Ukrainian).
5. Derzhaviasluzhba Ukrainy (2013) Oficijnyj sajт Derzhavnoji aviacijnoji sluzhby Ukrainy. Derzhavna statystychna zvitnistj, Kyjiv. URL: <http://www.avia.gov.ua/documents/formi-zv-dok/dergstat-zv> (in Ukrainian).
6. Derzhaviasluzhba Ukrainy (2017) Pidsumky dijalnosti aviacijnoji ghaluzi Ukrainy za 2016 rik, Kyjiv. URL: <http://www.avia.gov.ua/documents/diyalnist/pidsumki%20dijalnosti> (in Ukrainian).
7. Ministerstvo infrastruktury Ukrainy (2017) Strateghichnyj plan rozvytku Derzhavnogho pidprijemstva "Mizhnarodnyj aeroport "Boryspilj" v period 2015–2019 rr., Kyiv (in Ukrainian).
8. Dykhne J. (2017) Strateghichnyj menedzhment v aeroportakh, Kyiv. URL: <http://kbp.aero> (in Ukrainian).
9. Total air traffic of passengers, by scope, type of flight and period / National Statistics Institute. URL: <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do>.

Heiets I.O.PhD in Economics and Corporate Management
Associate Professor the Department of Economics
National Aviation University**Boravlov D.V.**Master
National Aviation University**CURRENT SITUATION ON THE AIR TRANSPORTATION MARKET AND THE FORMATION
OF THE STRATEGIC AIMS OF THE DEVELOPMENT OF AIRPORTS IN UKRAINE**

The air transport industry has experienced a rapid development followed by an average annual growth rate equal to almost 10 per cent over the past 55 years. On the Ukrainian air transportation market, the national airlines carried 4,944,400 passengers, and the foreign airlines carried 3,487,500 passengers (an increase equal to 23% for national airlines and 2.1% for foreign airlines in comparison with 2015). Taking into consideration that Ukraine has temporarily lost two large airports, in particular the Simferopol International Airport and the Donetsk International Airport, it is safe to say that the air transportation market has overpowered the crisis. 29 Ukrainian airlines (19 of which are engaged in passenger transportation) performed 79.5 thousand commercial flights in 2016, compared to 66.3 thousand flights in 2015. 10 Ukrainian airlines are currently performing scheduled flights to 42 countries and 28 foreign airlines, in turn, to 27 countries. The analysis of the national air transportations has shown that the share of Ukraine in the global volume of passenger traffic is not significant, namely 0.23%, and most of which are international air transportations. Moreover, despite the instability of the military, political and economic situations in the state, the growth rate of air traffic in the Ukrainian segment of the global aviation market is optimistic for predicting the future development of air transportation in Ukraine.

The rapid development of the Ukrainian civil aviation has led to the growing interest pertaining to the national air transportation market.

Taking into account all mentioned above, we can conclude that the national air transportation market has got certain perspectives for successful development. First of all, this contention can be justified by a significant growth in passenger transportation by air, the establishment of new airlines in Ukraine, namely low-cost airlines, the activities of new foreign airlines in Ukraine's airspace, the opening of new airways by Ukrainian carriers, the approval of the visa-free regime with the EU countries, modernization and development of the existing airport infrastructure in compliance with modern requirements.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ APPROACHES TO EVALUATE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

У статті проаналізовано наукові підходи до трактування поняття конкурентоспроможності в економічній літературі, проведено аналіз конкурентних сил компанії «Данон Україна», сформовано матрицю її конкурентного профілю, виявлено зовнішні та внутрішні чинники формування конкурентоспроможності. Проведено кореляційно-регресійний аналіз впливу окремих складових витрат на результативний показник діяльності підприємства, що дає змогу будувати адекватну вихідним даним модель конкурентоспроможності, розробляти прогноз аналізованих показників та створювати стратегію розвитку підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, витрати, конкурентний профіль, конкурентні сили, конкурентне середовище, кореляційно-регресійний аналіз, інвестиційний потенціал підприємства, інновації.

В статье проанализированы научные подходы к трактовке понятия конкурентоспособности в экономической литературе, проведен анализ конкурентных сил компании «Данон Украина», сформирована матрица ее конкурентного профиля, выявлены внешние и внутренние факторы формирования конкурентоспособности. Проведен корреляционно-регрессионный анализ влияния отдельных составляющих расходов на результативный показатель деятель-

ности предприятия, что позволяет строить адекватную исходным данным модель конкурентоспособности, разрабатывать прогноз анализируемых показателей и создавать стратегию развития предприятия.
Ключевые слова: конкурентоспособность, расходы, конкурентный профиль, конкурентные силы, конкурентная среда, корреляционно-регрессионный анализ, инвестиционный потенциал предприятия, инновации.

In the article the scientific approaches to the interpretation of the notion of competitiveness in the economic literature are analyzed, the analysis of the competitive forces of "Danone Ukraine" is carried out, the matrix of its competitive profile is formed, the external and internal factors for the formation of competitiveness are identified. Carrying out the correlation-regression analysis of the influence of individual components of expenditures on the productive index of the enterprise's activity makes it possible to build a model of competitiveness that is adequate to the initial data, develop a forecast of the analyzed indicators and build a strategy for the development of the enterprise.

Key words: competitiveness, costs, competitive profile, competitive forces, competitive environment, correlation-regression analysis, investment potential of the enterprise, innovations.

УДК 338.26

Геселева Н.В.

к. т. н., доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київський національний університет технологій та дизайну

Пономаренко Д.Г.

студент Київський національний університет технологій та дизайну

Постановка проблеми. Сучасний стан економічних процесів у світі характеризується трансформаційними та глобалізаційними викликами, як наслідок, загостренням проблеми конкуренції. В Україні сьогодні спостерігається суттєве зменшення платоспроможного попиту населення на багатьох сегментах ринку, що вимагає від керівників вітчизняних підприємств великої уваги до пошуку способів формування конкурентних стратегій розвитку.

Управління конкурентоспроможністю підприємства та формування конкурентної переваги можливі лише за умов визначення чинників конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У науковій літературі проблемам конкурентоспроможності приділяла увагу значна кількість науковців, серед яких вагомий внесок у розвиток теорії конкуренції зробили Р.А. Джонсон [6], Б. Карлофф [9], Ф. Котлер [11], Е.В. Мінько [12], Г.І. Олехнович [13], М. Портер [15] та інші. Розвиток конкурентних відносин в Україні зумовив великий інтерес і вітчизняних науковців до питань управління конкурентоспроможністю, варто виділити праці таких вчених, як Л.І. Дідківська [4], В.А. Дикань [5], Р.А. Довбуш [7], І.З. Должанський [8], О.О. Гетьман [3], О.О. Піддубний [14].

Однак зазвичай складові конкурентоспроможності продукції досліджуються без урахування

їх зв'язку з вибраною стратегією, не звертається увага на особливості управління конкурентоспроможністю з урахуванням ресурсного потенціалу підприємства.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження наукових підходів до трактування поняття конкурентоспроможності, проведення оцінювання залежності рівня конкурентоспроможності продукції підприємства від факторів її формування на прикладі компанії «Данон Україна».

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція конкурентних переваг вперше була розроблена професором економіки М. Портером. У своїй книзі «Міжнародна конкуренція» М. Портер відзначає, що конкуренція – це динамічний процес, що розвивається, безперервно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти [15, с. 221]. У своїх роботах він аналізував фактори, використання яких дасть змогу підприємству одержати перевагу перед конкурентами. Й. Шумпетер визначав конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями [17, с. 735]. Г.Я. Кіперман вважає, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його [10, с. 62].

Конкурентоспроможність (тобто здатність (спроможність) продукції підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках) – це комплексна категорія, її переваги остаточно реалізуються через торгівлю, але базис конкурентних переваг створюється на всіх ланках суспільного виробництва, зокрема значною мірою за рахунок структурної перебудови та дійової економічної політики [2, с. 159]. Р.А. Фатхутдінов вважає, що конкурентоспроможністю є характеристика продукту, яка вимірюється реальним або потенційним рівнем задоволеності ним споживачем порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність характеризує спроможність одного об'єкта конкурувати у зіставленні з аналогічними об'єктами [16, с. 345].

Суб'єктами конкуренції є підприємства, організації різних форм власності і господарювання. Метою кожного з них є отримання максимального прибутку, кращих ринків збуту, способів реалізації і, звичайно, задоволення своєю продукцією найбільшої кількості споживачів. Боротьба за споживача – неодмінна умова існування будь-якого підприємства в умовах конкуренції.

Об'єктом конкуренції виступає товар (послуга). Саме товар (послуга) визначає кінцеву мету будь-якого виробництва.

Розрізняють такі види конкурентоспроможності:

- конкурентоспроможність товару (послуги);
- конкурентоспроможність підприємства;
- конкурентоспроможність галузі (виробництва);
- конкурентоспроможність країни.

Конкурентоспроможність підприємства – це складне багатоаспектне поняття, яке означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності.

Конкурентоспроможність продукції – це характеристика товару, яка відображає його відмінність від товару-конкурента як за ступенем відповідності конкретній потребі, так і по витратах на її задоволення.

Розглянемо підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства на прикладі компанії «Данон Україна», що займає лідируючі позиції на ринку молочної продукції в Україні. Метою управління конкурентоспроможністю продукції компанії «Данон Україна» є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі за рахунок незмінного або такого, що має тенденцію до збільшення, попиту на продукцію компанії.

Управління конкурентоспроможністю продукції компанії «Данон Україна» спрямоване на:

– нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності продукції підприємства шляхом формування захисту проти них;

– використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг продукції підприємства;

– забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень, тобто їх синхронізації з динамікою дій негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Ринок молочних виробів характеризується високим рівнем конкуренції. В Україні налічується близько 30 крупних виробників молочних виробів. Найважливішим фактором зовнішнього середовища є конкуренти. Здебільшого не споживачі, а конкуренти визначають, які вироби і за якою ціною можна реалізовувати. Недооцінка конкурентів і переоцінка ринків приводять навіть найбільші компанії до значних втрат і криз.

Проведемо аналіз конкурентних сил компанії «Данон Україна», що здійснюється експертним шляхом на основі моделі «п'яти сил» М. Портера (табл. 1). Для оцінки впливу окремих факторів конкурентного середовища ми використовували 3-бальну шкалу: 1 бал – слабкий вплив, 2 бали – помірний вплив, 3 бали – сильний вплив.

Сформуємо матрицю конкурентного профілю продукції компанії «Данон Україна» на ринку молочних виробів, визначивши ваговий коефіцієнт кожного фактору і рейтинг кожного конкурента методом експертних оцінок (табл. 2).

Виходячи з вищенаведених даних, можемо говорити про те, що найкраща конкурентна позиція серед підприємств-конкурентів належить продукції компанії «Данон Україна», оскільки це підприємство поєднує у собі такі переваги, як висока якість продукції та низька ціна.

На основі аналізу економічної літератури та даних експрес-опитування експертів в галузі була розроблена така класифікація факторів конкурентоспроможності продукції підприємств з виробництва молочної продукції загалом та компанії «Данон Україна» зокрема.

1) Внутрішні фактори:

– сировинні ресурси підприємства (наявність обмеженості якісних сировинних ресурсів підприємства; вид ресурсу, вартість і доступність ресурсу; ринкова частка підприємства як виробничої одиниці);

– фінансово-економічний стан підприємства (розмір прибутку; обсяг товарної харчової продукції в тоннах і гривнях; величина власних оборотних коштів підприємства; обсяг переробленої сировини в тоннах і гривнях; коефіцієнт фінансової стійкості);

– виробничий потенціал підприємства (оптимальна кількість і вид технологічних засобів, їх вік; наявність власних переробних виробництв; ступінь використання виробничих потужностей; ступінь зносу

Таблиця 1

**Експертна оцінка конкурентного середовища компанії «Данон Україна»
(на основі моделі п'яти конкурентних сил М. Портера)**

Конкурентні сили	Фактор	Стан фактору	Оцінка фактору в балах		
			1	2	3
1. Проникнення нових конкурентів	1.1. Рівень вхідного бар'єра.	– значна економія на масштабах збуту	x		
		– високий рівень фінансових інвестицій		x	
		– консерватизм існуючої системи постачання	x		
		– низький ступінь диференціації продукції	x		
		– необхідність залучення постійних покупців			x
	1.2. Реакція наявних конкурентів.	– відсутність активної маркетингової політики	x		
– низька інноваційна активність управлінського персоналу підприємства			x		
– слабе використання методів ведення конкурентної боротьби			x		
Середнє значення сили впливу проникнення нових конкурентів (Інк)			1,63		
2. Поява продуктів та послуг-замінників	2.1. Вплив продуктів та послуг-замінників.	– перевагу отримує продукт та послуга з нижчою ціною		x	
		– тенденція до реалізації дешевших та менш якісних продуктів та послуг			x
		– відсутність суттєвих розбіжностей в асортименті основних конкурентів		x	
	2.2. Протизаконна імітація наявних продуктів та послуг.	– поява великої кількості продуктів та послуг-замінників, отриманих в результаті дублювання відомих товарів, марок, товарних знаків фірмами Туреччини, Китаю тощо			x
Середнє значення сили впливу товарів-замінників (Ітз)			2,5		
3. Конкурентна сила покупців	3.1. Вплив покупців на кон'юнктурні позиції підприємстві.	– високий ступінь організації споживачів		x	
		– великі можливості покупців у виборі товарів-аналогів		x	
		– високий ступінь стандартизації продукції	x		
		– висока мінливість смаків і вподобань споживачів по відношенню до товарів підприємства	x		
	3.2. Торговельна сила споживачів (bargaining power).	– зростання рівня інформованості покупців про товари	x		
– висока цінова еластичність товару				x	
Середнє значення сили впливу покупців (Іпок)			1,70		
4. Конкурентна сила постачальників	4.1. Вплив постачальників на конкурентну позицію підприємства.	– необмежені можливості підприємства у виборі постачальника	x		
		– тенденція до скорочення тривалості господарських зв'язків		x	
		– низька вартість переходу до іншого постачальника	x		
	4.2. Обмеження ресурсного потенціалу підприємства.	– відсутність власних оборотних коштів	x		
		– нестача складських приміщень	x		
Середнє значення сили впливу постачальників (Іпост)			1,2		
5. Конкуренція між наявними на ринку підприємствами	5.1. Ступінь інтенсивності конкуренції.	– узагальнений показник інтенсивності конкуренції		x	
		– наявність великої кількості малих підприємств-конкурентів			x
		– сильними конкурентами є невеликі ринки		x	
		– незначний приріст попиту на товар підприємства			x
	5.2. Конкурентні позиції досліджуваних підприємств.	– вдале місце розташування фірми	x		
		– відсутність дослідження конкурентів		x	
Середнє значення сили впливу інтенсивності конкуренції між наявними фірмами (Ік)			2,14		

Матриця конкурентного профілю продукції компанії «Данон Україна»

Ключові фактори успіху	Ваговий коефіцієнт	Компанія «Данон Україна»		ПАТ «Альміра»		ПАТ «Комо»		ПАТ «Житомирський маслозавод»		ПАТ «Терра Фуд»	
		Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка	Рейтинг	Оцінка
Якість продукції	0,25	5	1,25	5	1,25	4	1,0	3	0,75	4	1,0
Ціна продукції	0,35	5	1,75	3	1,05	4	1,4	3	1,05	5	1,75
Частка ринку	0,23	3	0,69	2	0,46	2	0,46	1	0,23	2	0,46
Рівень розробленості асортименту	0,17	3	0,51	5	0,85	2	0,34	2	0,34	2	0,34
Загальна оцінка	1	16	4,2	15	3,61	12	3,2	9	2,37	13	3,55

основних виробничих фондів (ОВФ); структура і вартість ОВФ; коефіцієнт вибуття та оновлення ОВФ);

– кадровий потенціал підприємства (структура і кваліфікація кадрів; кількість персоналу);

– маркетинговий потенціал підприємства (наявність маркетингової служби; наявність інформаційної та нормативно-методичної бази; управління; імідж підприємства; збутові можливості розширення географічних меж ринку; наявність розгалуженої системи збуту; якість продукції);

– інвестиційний потенціал підприємства (можливість вигідного залучення зовнішніх фінансових ресурсів; величина внутрішніх джерел фінансування (нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування));

– науково-інноваційний потенціал (кількість науково-виробничого персоналу на підприємстві; витрати на дослідження, розробки та технологічні інновації; наявність співробітництва з науковими підрозділами);

– територіально-географічне положення підприємства (доступ до сировинних ресурсів; доступ до транспортних мереж).

2) Зовнішні фактори:

– правове регулювання функціонування економіки країни (правова система державного управління у сфері виробництва та реалізації молочних виробів (державне регулювання ціноутворення); ліцензування; патентування; сертифікація; підтримка державою вітчизняних підприємств молочної промисловості);

– інфраструктура ринку молочної продукції (виробництво послуг зв'язку і транспорту; кількість кредитних і страхових установ; наявність великої кількості дистриб'юторів; наявність сервісу по обслуговуванню основних засобів);

– умови попиту на внутрішньому і зовнішньому ринках (рівень конкуренції в галузі; тип і ємність окремих ринків збуту; бар'єри на внутрішніх і зовнішніх ринках; середньодушове споживання молочної продукції; частка молочної продукції

в структурі споживчих витрат населення на придбання продуктів харчування; наявність і функціонування роздрібної торгівлі);

– трудові ресурси (середньооблікова кількість працівників молочної промисловості; питома вага працівників галузі в загальній кількості зайнятих у промисловості країни; кількість фахівців-випускників вищих та середніх навчальних закладів відповідного профілю).

Визначення ступеня впливу вищенаведених факторів на конкурентоспроможність продукції компанії «Данон Україна» пов'язане з низкою методичних проблем оцінки, обробки та інтерпретації інформації.

Результати першого етапу дослідження дали нам змогу прийняти гіпотезу, згідно з якою фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції підприємств, описуються і вимірюються сукупністю статистичних (кількісних) та експертних (якісних) показників.

На другому етапі дослідження було проведено аналіз факторів конкурентоспроможності шляхом їх ранжирування за 1-бальною системою із застосуванням методу експертних оцінок: кожному показнику присвоюється певний бал. Причому фактор, оцінюваний в 1 бал, має найбільший вплив на конкурентоспроможність підприємства, а в 0,1 бал – найменший. Результати оцінки факторів конкурентоспроможності продукції компанії «Данон Україна» наведено в табл. 3.

Згідно з даними табл. 3 очевидним стає те, що сировинні ресурси та умови попиту на ринку є найбільш впливовими факторами, що визначають конкурентоспроможність продукції компанії «Данон Україна» на ринку молочних виробів.

Проаналізуємо вплив окремих складових витрат (X_1 – витрати на збут, X_2 – витрати на персональні продажі, X_3 – витрати на просування) на результативний показник діяльності підприємства – чистий дохід від реалізації продукції (Y). Здійснимо це за допомогою кореляційно-регресійного аналізу. Вихідні дані наведено в табл. 4.

Таблиця 3

Коефіцієнти вагомості факторів, що впливають на конкурентоспроможність компанії «Данон Україна»

Фактори конкурентоспроможності	Експерт								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Внутрішні									
Ресурсний потенціал	0,14	0,22	0,07	0,14	0,21	0,22	0,19	0,16	0,17
Виробничий потенціал	0,18	0,13	0,25	0,14	0,11	0,12	0,11	0,14	0,15
Інвестиційний потенціал	0,18	0,13	0,10	0,11	0,17	0,17	0,15	0,12	0,13
Фінансово-економічний стан	0,18	0,09	0,20	0,14	0,15	0,17	0,19	0,10	0,15
Науково-інноваційний потенціал	0,09	0,13	0,05	0,14	0,04	0,07	0,10	0,14	0,10
Кадровий потенціал	0,09	0,09	0,18	0,13	0,17	0,10	0,17	0,14	0,13
Маркетинговий потенціал	0,09	0,17	0,12	0,11	0,21	0,07	0,13	0,16	0,13
Територіально-географічний потенціал	0,05	0,04	0,03	0,09	0,04	0,02	0,02	0,04	0,04
ВСЬОГО	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Зовнішні									
Правове регулювання функціонування економіки країни	0,22	0,27	0,15	0,19	0,24	0,22	0,29	0,23	0,23
Інфраструктура ринку молочної продукції	0,33	0,33	0,32	0,23	0,20	0,31	0,18	0,32	0,28
Умови попиту на внутрішньому та зовнішньому ринках	0,35	0,20	0,42	0,43	0,38	0,34	0,32	0,33	0,35
Трудові ресурси підприємства	0,10	0,20	0,11	0,15	0,18	0,13	0,21	0,12	0,15
ВСЬОГО	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Таблиця 4

Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу

Період	Прибуток, у	Витрати на збут, x_1	Витрати на персональні продажі, x_2	Витрати на просування, x_3
1 квартал 2012 року	5 295	3 300	3 053	248
2 квартал 2012 року	5 315	3 365	3 113	252
3 квартал 2012 року	5 365	3 371	3 118	253
4 квартал 2012 року	5 439	3 364	3 112	252
1 квартал 2013 року	5 565	3 560	3 204	356
2 квартал 2013 року	5 770	3 690	3 321	369
3 квартал 2013 року	5 810	3 765	3 389	377
4 квартал 2013 року	6 041	3 985	3 587	399
1 квартал 2014 року	6 245	3 970	3 517	453
2 квартал 2014 року	6 395	3 950	3 500	450
3 квартал 2014 року	6 590	3 921	3 474	447
4 квартал 2014 року	7 327	3 959	3 508	451
1 квартал 2015 року	7 765	4 100	3 559	541
2 квартал 2015 року	7 710	4 186	3 633	553
3 квартал 2015 року	7 815	4 245	3 685	560
4 квартал 2015 року	8 147	4 969	4 313	656
1 квартал 2016 року	8 863	5 120	4 152	968
2 квартал 2016 року	8 976	5 186	4 206	980
3 квартал 2016 року	9 093	5 292	4 292	1 000
4 квартал 2016 року	9 253	5 102	4 138	964

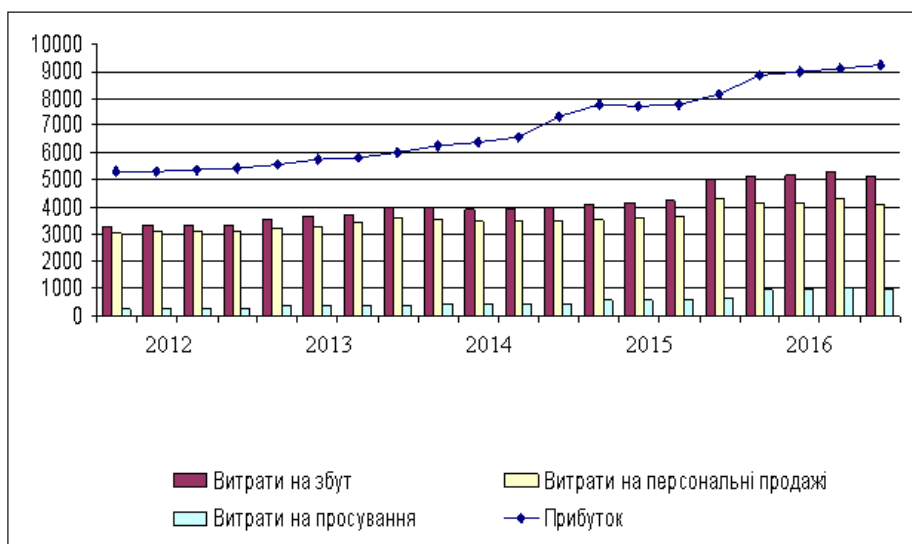


Рис. 1. Прогноз впливу витрат на збут, персональні продажі (маркетингові комунікації) та просування на обсяги продажів

на такій його ключовій характеристиці, як конкурентоспроможність. Найбільш повне і всебічне оцінювання конкурентоспроможності підприємства забезпечується, коли враховані всі фактори конкурентоспроможності, як внутрішні, так і зовнішні. Застосування кореляційно-регресійного аналізу дає змогу будувати адекватну вихідним даним модель конкурентоспроможності, розробляти прогноз аналізованих показників та стратегію розвитку підприємства.

Знайдемо парні коефіцієнти кореляції, користуючись можливостями "Microsoft Excel". В результаті отримуємо показники тісноти зв'язку між факторами та результативним показником, а також між факторами (табл. 5).

Таблиця 5

Показники тісноти зв'язку

	X ₁	X ₂	X ₃
Y	0,95385	0,931497	0,953306
X ₁		0,990959	0,976134
X ₂			0,938172
a ₃	a ₂	a ₁	a ₀
-373,57	-375,76	376,9	1140,63

Отже, рівняння регресії має такий вигляд:
 $Y = 1140.63 + 376.9X_1 - 375.76X_2 - 373.57X_3.$

Тісноту сумісного впливу факторів на результат оцінює індекс множинної кореляції:

$$R = \sqrt{1 - \frac{s^2_{\epsilon}}{\sum(y_i - \bar{y})^2}} = \sqrt{1 - \frac{3115684.55}{147132954.27}} = 0.989.$$

В нашому випадку зв'язок між ознакою Y та факторами X сильний, отже, витрати за збут, маркетингові комунікації та на просування мають сильний вплив на обсяги продаж та рівень конкурентоспроможності продукції компанії «Данон Україна». Побудоване рівняння регресії дає можливість прогнозувати зміни показників на майбутнє. За допомогою відповідних сервісів "Microsoft Excel" побудуємо графік прогнозних змін аналізованих показників на основі рівняння регресії (рис. 1).

Висновки з проведеного дослідження. Ефективне функціонування та розвиток підприємства (незалежно від форми власності, виду діяльності та господарювання) ґрунтується

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга. Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2014. 147 с.
2. Геселева Н.В., Заріцька Н.М. Теоретико-методологічні основи конкурентоспроможності підприємства. Вісник КНУТД. 2012. № 6 (68). С. 156–161.
3. Гетьман О.О. Економічна діагностика. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 307 с.
4. Дідківська Л.І. Захист конкуренції в ЄС та сучасні новації. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 9. С. 117–124.
5. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия. Харьков: Основа, 2005. 159 с.
6. Джонсон Р.А. Комплексне управління конкурентоспроможністю американських виробників. Київ: Бліц-Інформ, 2013. 592 с.
7. Довбуш Р.А. Управління конкурентоспроможністю підприємств. Харків: Основа, 2013. 250 с.
8. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства. Київ: Центр навч. літ., 2006. 384 с.
9. Карлофф Б. Деловая стратегия. Москва: Эксмо, 2013. 399 с.
10. Киперман Г.Я. Інновації як засіб підвищення конкурентоздатності. Креативная экономика. 2014. № 3 (87). С. 58–74.
11. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 464 с.
12. Минько Э.В. Качество и конкурентоспособность. Санкт-Петербург: Питер, 2014. 268 с.
13. Олехнович Г.И. Конкурентные стратегии на мировых рынках. Москва: Издательство деловой и учебной литературы, 2013. 256 с.
14. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2014. 264 с.
15. Портер М.Э. Конкуренция / пер. с англ. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
16. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Москва: Эксмо, 2014. 544 с.
17. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва: Эксмо, 2008. 861 с.

REFERENCES:

1. Balabanova L.V. (2014) Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiy na osnove marketinga [Management of competitiveness of enterprises on the basis of marketing]. Donetsk : DonGUET im. M. Tugan-Baranovskogo (in Russian).
2. Geseleva N.V., Zaritska N.M. (2012) Teoretyko-metodolohichni osnovy konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Theoretical and methodological foundations of enterprise competitiveness]. Visnyk KNUTD, no. 6 (68), pp. 156–161.
3. Hetman O.O. (2013) Ekonomichna diahnostyka [Economic diagnostics] – Kiev : Tsentr navchalnoi literatury (in Ukrainian).
4. Didkivska L.I. (2015) Zakhyst konkurentsii v YeS ta suchasni novatsii [Protection of competition in the EU and modern innovations]. Aktualni problemy ekonomiky, no 9. pp. 117–124.
5. Dikan V.L. (2005) Obespechenie konkurentoustoychivosti predpriyatiya [Ensuring the competitiveness of the enterprise]. Kharkov: Osnova (in Russian).
6. Dzhonson R.A. (2013) Kompleksne upravlinnia konkurentospromozhnistiu amerykanskykh vyrobnykiv [Comprehensive management of the competitiveness of American manufacturers]. Kiev: Blits-Inform (in Ukrainian).
7. Dovbush R.A. (2013) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv [Managing the competitiveness of enterprises]. Kharkiv: Osnova (in Ukrainian).
8. Dolzhanskyi I.Z. (2006) Konkurentospromozhnist pidpriemstva [Competitiveness of the enterprise]. Kiev: Tsentr navch. literatury (in Ukrainian).
9. Karloff B. (2013) Delovaya strategiya [Business Strategy]. Moscow: Ekonomika (in Russian).
10. Kyperman H.Ya. (2014) Innovatsii yak zasib pidvyshchennia konkurentozdatnosti [Innovatsii yak zasib pidvyshchennia konkurentozdatnosti]. Kreatyvnaia ekonomyka, no 3 (87). pp. 58–74.
11. Kotler F. (2012) Marketing menedzhment. Ekspres-kurs [Marketing management. Express Course]. St. Petersburg: Piter (in Russian).
12. Min'ko E.V. (2014) Kachestvo i konkurentospobnost [Quality and competitiveness]. St. Petersburg: Piter (in Russian).
13. Olekhovich G.I. (2013) Konkurentnye strategii na mirovykh rynkakh [Competitive strategies in world markets]. Moscow: Izdatel'stvo delovoy i uchebnoy literatury (in Russian).
14. Pidubnyi I.O. (2014) Upravlinnia mizhnarodnoi konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Management of the international competitiveness of the enterprise]. Kharkiv: VD "INZhEK" (in Ukrainian).
15. Porter M.E. (2005) Konkurentsia [Competition]. Moscow: Izdatel'skiy dom "Vil'yams" (in Russian).
16. Fatkhutdinov R.A. (2014) Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizatsii [Management of competitiveness of the organization]. Moscow: Eksmo, 2014 (in Russian).
17. Shumpeter Y. (2008) Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratsiya [Theory of Economic Development: Capitalism, Socialism and Democracy]. Moscow: Eksmo (in Russian).

Geseleva N.V.

Ph.D., Associate Professor of the Department of Economic Cybernetics and Marketing
Kiev National University of Technology and Design

Ponomarenko D.G.

Student
Kiev National University of Technology and Design

APPROACHES TO EVALUATE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

The article analyzes the scientific approaches to the interpretation of the notion of competitiveness in the economic literature. Considered approaches to managing the competitiveness of the enterprise on the example of “Danone Ukraine”, which occupies a leading position in the dairy market in Ukraine.

Thus, the analysis of the competitive forces of “Danone Ukraine” was conducted, the matrix of its competitive profile was formed, and external and internal factors of the formation of competitiveness were revealed.

It is concluded that the products of “Danone Ukraine” have the best competitive position among the competitors, as the company combines such advantages as high quality products and low prices.

On the basis of the analysis of economic literature and data of experts' express survey in the industry, the classification of factors of competitiveness of dairy production enterprises in general and of “Danone Ukraine” was developed. A hypothesis is adopted according to which factors influencing the competitiveness of enterprises' products are described and measured by a combination of statistical (quantitative) and expert (qualitative) indicators.

A correlation-regression analysis of the impact of individual components of costs on the performance indicator of the enterprise has been carried out, which allows us to build an adequate model of competitiveness for the output data, to develop a forecast of the analyzed indicators and to develop a strategy for enterprise development.

The conducted research makes the following conclusions: the effective functioning and development of the enterprise (regardless of the form of ownership, type of business and management) is based on such key characteristics as competitiveness. The most complete and comprehensive evaluation of the competitiveness of the enterprise is provided when all the factors of competitiveness, both internal and external, are taken into account. The application of correlation-regression analysis allows us to build an adequate model of competitiveness for the output data, develop a forecast of the analyzed indicators and develop a strategy for enterprise development.

КОМПЕТЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

COMPETENCES IN MANAGEMENT OF LABOR POTENTIAL DEVELOPMENT OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES

У статті досліджено місце компетенцій в трудовому потенціалі та управлінні його розвитком. Сформовано авторське бачення поняття компетенцій, запропоновано п'ятикластерну модель компетенцій підприємств залізничного транспорту, яка дасть змогу оцінити рівень розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту, визначити проблеми за такими векторами, як професійні здібності, результативність праці, потенціал до розвитку, управлінські здібності, а також сформувати інструментарій розвитку трудового потенціалу.

Ключові слова: трудовий потенціал, підприємства залізничного транспорту, компетенції, модель компетенцій, управління розвитком.

В статье исследовано место компетенций в трудовом потенциале и управлении его развитием. Сформировано авторское видение понятия компетенции, предложена пятикластерная модель компетенций предприятий железнодорожного транспорта, которая позволит оценить уровень развития трудового потенциала предприятий

железнодорожного транспорта, определит проблемы по таким векторам, как профессиональные способности, результативность труда, потенциал к развитию, управленческие способности, а также сформировать инструментарий развития трудового потенциала.

Ключевые слова: трудовой потенциал, предприятия железнодорожного транспорта, компетенции, модель компетенций, управление развитием.

The article explores the place of competences in the labor potential and management of its development. The author's vision of the concept of competence was formed, five cluster model of competence of railway transport enterprises was proposed, which would allow to assess the level of development of labor potential of railway transport enterprises; to identify problems on such vectors as professional abilities, productivity of work, potential for development, managerial abilities; to form a toolkit for the development of labor potential.

Key words: labor potential, railway transport enterprises, competence, competence model, development management.

УДК 331.108.2:656.2

Гребенюк Г.М.

асистент кафедри економіки та менеджменту

Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка Всеволода Лазаряна

Постановка проблеми. Принципові трансформації характеру та змісту праці, які обумовлені глобалізаційними процесами, високими темпами науково-технічного розвитку та інформатизацією трудової діяльності, вимагають адекватних змін в управлінні розвитком трудового потенціалу підприємства, зокрема підприємств залізничного транспорту, та передбачають перехід від кваліфікації як характеристики рівня володіння професійними вміннями та навичками до компетенцій, що відображає також ділові та особистісні якості працівників підприємства. В сучасних умовах виникає необхідність не кваліфікації, яка визначається умінням здійснювати ті чи інші операції матеріального характеру, а компетенцій та компетентностей, які розглядаються як сукупність навичок, властивих кожному індивіду, в якому поєднуються кваліфікація, соціальна поведінка, здатність працювати в групі, ініціативність та здатність до ризику.

Тому застосування компетентнісного підходу в управлінні розвитком трудового потенціалу стає основою, яка дає змогу розробити систему розвитку трудового потенціалу, яка сприятиме узгодженню вимог господарювання, роботи з персоналом та завдань сучасної системи освіти, визначить успішність діяльності сучасних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління персоналу, кадровій стратегії, розвитку кадрового, трудового потенціалу, формуванню компетенції присвячено багато робіт

вітчизняних вчених, таких як, зокрема, Л.С. Головкова, В.Л. Дикань, Л.Л. Калініченко, В.В. Компанієць, В.В. Польова, Ю.Ю. Пархоменко, О.М. Ревіна, О.Л. Чуланова [1–10]. Однак в умовах реформування залізничного транспорту, переходу на інноваційний шлях розвитку виникає необхідність поглибленого вивчення інноваційного шляху управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту, який базується на компетентнісному підході та передбачає розробку та впровадження нової моделі компетенцій.

Постановка завдання. Метою статті є визначення місця компетенцій в управлінні розвитком трудового потенціалу підприємств та формування моделі компетенцій підприємств залізничного транспорту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для сучасного менеджменту характерна постійна зміна стратегій, організаційної структури, методів та інструментів управління, що обумовлене динамікою змін зовнішнього та внутрішнього середовища, а також впливом макро- та мікроекономічних чинників, зокрема сучасних технологій, культурної та соціальної мобільності суспільства. З метою забезпечення розвитку підприємств залізничного транспорту, розвитку їх трудового потенціалу в умовах динамічно мінливого ринкового середовища необхідні стратегічні зміни підходів до управління, а саме від управління функціональними підсистемами до управління на основі компетентнісного підходу.

Компетентнісний підхід в роботі з персоналом для вітчизняної практики є досить новим, як і поняття «компетенції», «компетентність». Традиційно використовувалася категорія «професійно важливі якості» як характеристика особливостей працівника, перш за все психофізіологічних, що сприяють його професійній успішності. Крім того, враховувалися якості працівника, які були небажаними або навіть протипоказаними для конкретного виду професійної діяльності [9]. Використання компетентнісного підходу до управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту дасть змогу визначити професійні, поведінкові вимоги, що висуваються до працівника залежно від його навичок, професії, посади і виконуваних завдань.

Слід зазначити, що сучасна оцінка персоналу підприємств залізничного транспорту, його потенціалу здійснюється на основі кваліфікаційного методу, який базується на системах класифікації посад, що враховують традиційне поєднання знань, вмінь та навичок. Однак розвиток теорії та практики організації праці та управління, зміни в механізмах забезпечення розвитку підприємств обумовлюють зміни і в кваліфікаційних вимогах до працівників, які відбуваються за такими стадіями: вимоги до здатності працівника виконувати трудові дії та операції; вимоги до рівня володіння конкретними виробничими навичками, зафіксованими у вимогах до професії та спеціальності (кваліфікація); вимоги до широти діапазону знань, здатності до адаптації, володіння діловими та особистими якостями, необхідними для досягнення економічних цілей конкретної організації (компетенція) [10].

Щодо управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту, то слід розуміти, що в умовах мінливого зовнішнього середовища визначення працівника ключовим інструментом забезпечення ефективності діяльності підприємств залізничного транспорту, зокрема безпеки руху, безперервності роботи, вкрай важливим є управління розвитком трудового потенціалу, заснованого на визначенні моделі компетенцій працівників підприємства, що поєднує у собі сукупність знань, вмінь та навичок працівників, необхідних для формування ефективної моделі професійної поведінки. Розвиток трудового потенціалу слід здійснювати на основі розвитку компетенцій працівників та підвищення рівня їх компетентності шляхом синтезу навчання та бізнес-процесів, можливості саморозвитку, самонавчання, кар'єрного зростання не тільки за рахунок отримання елітної освіти, але й на базі самоосвіти, придбання професійного досвіду.

Під час синтезу різних трактувань поняття «компетенція» слід враховувати те, що його елементами є єдність знань, здібностей діяти, тактика поведінки, яка визначається функціональними обов'язками працівника. Компетенції конструюють модель ефективної професійної поведінки працівника. Щоб відповідати такій моделі поведінки, працівнику необхідно розуміти, які характеристики його діяльності є найважливішими. Фактично компетенції в сучасному управлінні трудовим потенціалом, його розвитком дають змогу сформулювати єдине бачення діяльності: діяльність очима виконавця – діяльність очима керівника – діяльність очима споживача.

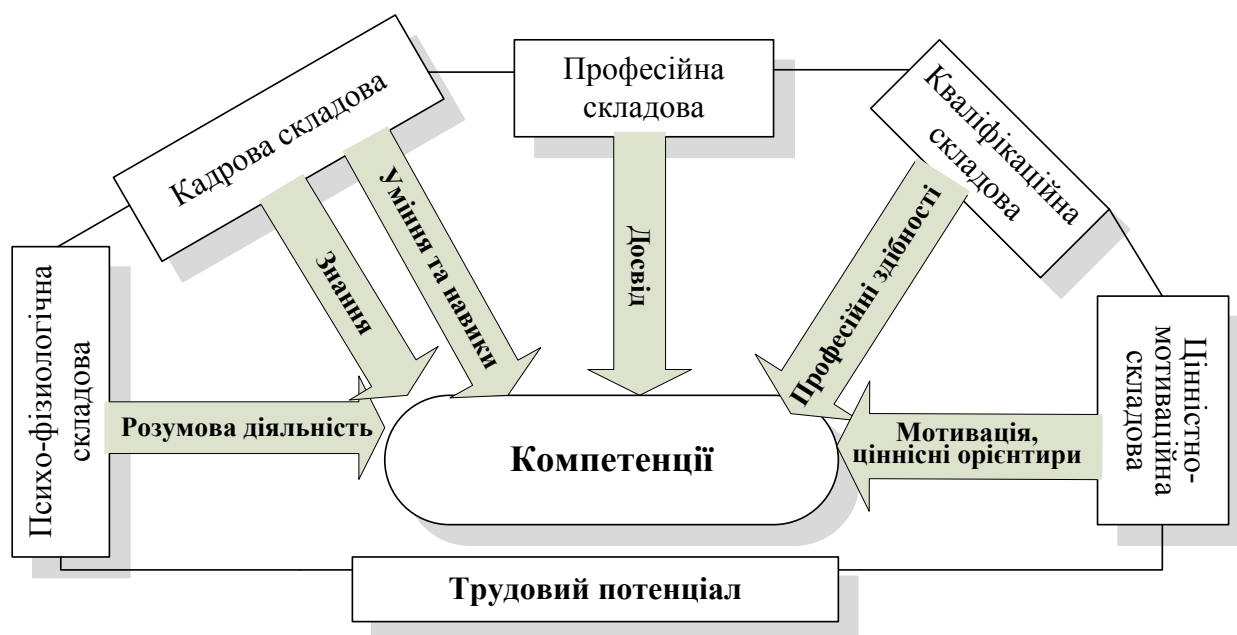


Рис. 1. Компетенції в контексті поняття «трудовий потенціал підприємств»

Таким чином, проведене дослідження дає змогу сформувати таке бачення поняття компетенції.

Компетенція – це характеристика сукупності знань, умінь, здібностей, навичок, професійно важливих якостей, мотивації та ціннісних орієнтирів працівника, які визначають тактику професійної поведінки працівника, необхідну для успішного виконання функціональних обов'язків відповідно до посади працівника та стратегічних цілей підприємств залізничного транспорту. Поняття компетенції в контексті трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту представлено на рис. 1.

Повний набір компетенцій та індикаторів поведінки, необхідних для успішного виконання працівником його функцій, які виявляються у відповідних ситуаціях і часі на підприємствах залізничного транспорту, визначають модель компетенцій.

Вона є складовою частиною профілю посади та застосовується під час найму нових співробітників, оцінювання персоналу, ротації співробітників. Її слід також використовувати під час створення системного плану навчання, формування кадрового резерву, розроблення індивідуальних планів кар'єрного розвитку.

Модель компетенцій повинна відповідати стратегії розвитку підприємств залізничного транспорту, бути корисною для всіх користувачів, мати оптимальний набір компетенцій, можливість обліку та оцінки компетенцій, прозорість та простоту. Таким чином, формування моделі компетенцій для підприємств залізничного транспорту має базуватися на таких принципах:

- об'єктивність формування та використання моделі компетенцій;
- регулярний перегляд компетенцій, удосконалення моделі;
- участь персоналу, лінійних керівників у створенні та використанні моделі компетенцій;
- впровадження моделі компетенцій в усі функціональні підсистеми управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту;
- інформаційна підтримка та навчання працівників технології розробки та використання моделі компетенцій.

В наявних моделях компетенцій зазвичай виділяють базові, функціональні та управлінські групи компетенцій.

Оскільки ключовим напрямом розвитку залізничного транспорту є забезпечення якісного перевізного процесу, що в сучасних умовах обумовлює перехід на інноваційний напрям розвитку залізничного комплексу, то досягнення стратегічної мети управління розвитком трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту, а саме зростання рівня професійних якостей працівників, пропонуємо здійснювати на основі моделі компе-

тенцій, яка складається з п'яти блоків-кластерів, таких як корпоративні компетенції, професійні, управлінські, компетенції результативності та розвитку (рис. 2).

Корпоративні компетенції – це набір корпоративних вимог до ділових, професійних та управлінських якостей працівника залежно від рівня посади.

Професійні компетенції – сукупність спеціальних фахових знань та навичок, необхідних працівникам для виконання професійних функцій відповідно до посади, що займає працівник.

Результативність та досвід роботи – сукупність параметрів, які визначають рівень успішності працівника в досягненні робочих цілей та завдань, професійний та управлінський досвід.

Потенціал до розвитку – сукупність параметрів, які прогнозують успішність професійного та кар'єрного зростання, зокрема морально-етичні якості, здатність до навчання та розвитку, бажання кар'єрного зростання.

Управлінські компетенції – сукупність параметрів, які характеризують управлінські якості працівника залежно від рівня посади.

Розподіл посад по управлінських рівнях і виділення функціональних груп співробітників дали змогу скоротити кількість можливих комбінацій компетенцій та сприятимуть більш об'єктивній оцінці рівня компетенцій працівників, а отже, більш ефективній організації та розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту загалом. Зв'язок кластерів компетенцій та категорій працівників представлено на рис. 3.

Кожен кластер компетенцій має свій набір компетенцій, відповідно до яких доцільно проводити оцінювання працівників підприємств залізничного транспорту та визначати інструментарій розвитку трудового потенціалу підприємств. На основі досліджень наявних теорій щодо компетенцій та з урахуванням специфіки підприємств залізничного транспорту сформовано перелік загальних компетенцій працівників підприємств залізничного транспорту (табл. 1).

Управлінські компетенції характеризують володіння прийомами об'єднання працівників для досягнення визначеної мети на основі особистого впливу, навиками розподілу відповідальності, повноважень між підлеглими, мотивування підлеглих.

Перелік управлінських компетенцій сформовано для категорії посад керівників різних ланок (табл. 2). Рівень прояву зазначених компетенцій залежить від посади та рівня керівництва.

Ставлення працівника до процесу впровадження моделей компетенцій може змінюватися, перш за все під впливом відповідних заходів з боку керівників, яким під час впровадження моделей необхідно дотримуватися таких принципів роботи з персоналом:

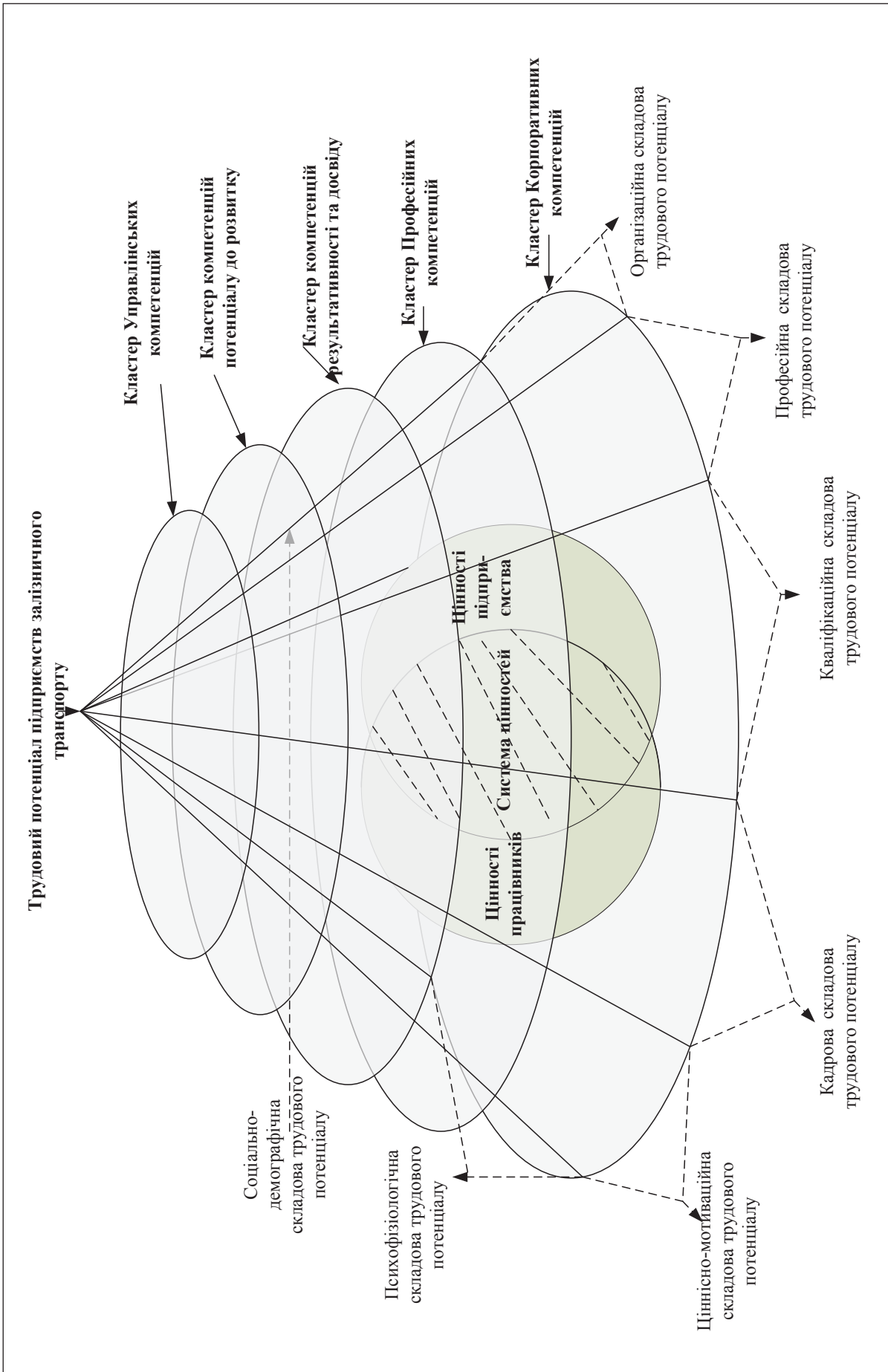


Рис. 2. Модель компетенцій підприємств залізничного транспорту

Класери Категорії	Корпоративні компетенції	Професійні компетенції	Компетенції Результативно сті та досвіду роботи	Компетенції Потенціалу до розвитку	Управлінські компетенції
Керівники Рівень 1 (вище керівництво, в т.ч. ПАТ „УЗ”, філій та підприємств залізничного транспорту)					
Керівники Рівень 2 (керівники середньої ланки управління, в т.ч. заступники начальників доріг, підприємств, керівники лінійних підрозділів)					
Керівники Рівень 3 (керівники нижчої ланки управління, в т.ч. керівники підрозділів, цеху, бригад)					
Робочі та спеціалісти Рівень 4					

Рис. 3. Зв'язок кластерів компетенцій та категорій працівників підприємств залізничного транспорту

– принцип інформаційної відкритості (позитивне ставлення до будь-якого корисного нововведення можливе, якщо персоналу організації буде зрозуміло, на вирішення яких виробничих або соціальних завдань націлене дане нововведення);

– принцип превентивної оцінки витрат (до трудового колективу повинна бути донесена інформація вже на підготовчій стадії про можливі зусилля для виконання поставлених завдань, про те, які труднощі та незручності їх очікують; недотримання цього принципу може привести до ототожнення тимчасових труднощів з негативними наслідками самого впровадження);

– принцип ініціативи знизу (необхідно, щоб інформація була чітко доведена до самого низу управлінської ієрархії, а саме до безпосередніх виробників, щоб вони свідомо сприймали його корисним і потрібним як самим працівникам, так і організації);

– принцип безперервності (впровадження має бути організовано так, щоб процес не припинявся, був не разовою компанією, а щоденною роботою);

– принцип індивідуальної компенсації (він спрямований на облік особливості ціннісних орієнтацій людей, їх потреб та інтересів).

Таким чином, важливо донести до співробітників думку про те, що моделі компетенцій необхідні як в інтересах підвищення ефективності діяльності організації, так і в інтересах кожного працівника.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, застосування компетентнісного підходу до управління розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту доцільно здійснювати на основі переходу оцінки та розвитку на основі поняття кваліфікації до розвитку компетенцій. Перехід на компетенції має низку переваг.

Перелік компетенцій працівників підприємств залізничного транспорту

Компетенція	Характеристика
Корпоративні	
Компетентність	Визначається здатністю до розвитку, управління розвитком, розвитком працівників та допомогою в розвитку.
Клієнтоорієнтованість	Це впровадження культури, орієнтованої на клієнта, формування системи роботи з клієнтами, орієнтація на інтереси клієнтів.
Корпоративність та відповідальність	Здатність до роботи в команді, наявність відповідального, раціонального, системного та стратегічного мислення, здатність забезпечити командну роботу.
Якість та безпека	Робота з високою якістю, якісне управління виконавцями, організація робочого процесу, управління ефективністю, забезпечення безпеки.
Інноваційність	Ініціативність, підтримка ініціатив, здатність до формування інноваційного середовища.
Професійні	
Володіння фаховими знаннями та навиками	Володіння фаховими знаннями та навиками, необхідними працівникам для виконання професійних функцій. Так, наприклад, до професійних компетенцій працівників локомотивного господарства слід віднести знання пристрою і призначення правил експлуатації елементів конструкції, систем, апаратів та приладів тепловозів, можливих несправностей та способів їх усунення.
Відповідальність	Орієнтація на дотримання взятих на себе зобов'язань, готовність віддавати комусь звіт у своїх діях, вчинках. Спрямованість на служіння загальній важливій справі, прагнення дотримуватися високих моральних норм і стандартів, що задаються важливістю цієї справи.
Уважність	Уміння працювати без помилок, точність і акуратність під час роботи, зокрема оформлення документації. Уважність є ключовим фактором забезпечення безпеки на транспорті.
Системне мислення	Здатність визначати зв'язок, встановлювати і структурувати відносини між елементами інформації. Навички узагальнення, вміння робити висновки, виходячи із суперечливої інформації, орієнтуватися у великому обсязі різномірної інформації, здатність приймати рішення в ситуації інформаційного дефіциту.
Знання підприємства та його цінностей	Розуміння стратегічних, оперативних завдань підприємства, знання його специфіки функціонування, залучення працівників до вирішення стратегічних завдань, розуміння та дотримання системи цінностей, встановленої на підприємстві.
Результат та досвід роботи	
Рівень працездатності	Здатність тривалий час підтримувати високий рівень якості здійснюваної діяльності та уникати втрат важливої інформації під час тривалих навантажень. Уміння продуктивно діяти в ситуації перевтоми або виконання рутинної діяльності. Здатність швидко відновлювати необхідний енергетичний рівень.
Рівень якості продукції (послуг)	Здатність підтримувати високий рівень здійснюваної діяльності, яка формує якість продукції підприємств залізничного транспорту.
Інтенсивність праці	Схильність до раціонального використання робочого часу, рівень напруженості, ритмічності праці.
Задоволеність працею	Рівень відповідності праці вимогам, які висуває до неї робітник.
Рівень оперативності виконання робіт	Здатність оперативно та в короткі строки виконувати поставлені завдання, не знижуючи якість роботи.
Орієнтація на результат	Розуміння того, що від результату роботи кожного працівника залежать якість та ефективність функціонування підприємства, зокрема безпека руху. Прагнення до підвищення продуктивності праці.
Орієнтація на команду	Схильність до командної взаємодії, вміння ставити інтереси команди вище власних, орієнтація на узгодження своїх дій з діями інших працівників. Лояльність до внутрішньогрупових норм та цінностей.
Дисциплінованість	Здатність слідувати інструкціям, працювати відповідно до встановлених правил і з дотриманням заданих регламентів.
Потенціал розвитку	
Рівень інтелекту	Рівень використання та наявність набору незалежних розумових здібностей, запасу знань, ерудиції, здатності до аналітико-синтетичної діяльності, узагальнення, комбінаторна здатність, здатність до абстрактного і до начоно дієвого мислення.
Рівень свідомості	Розуміння процесів, які здійснюються.
Рівень ділової активності	Рівень ефективності використання ресурсів (зокрема, виробничих і фінансових), які впливають на результат діяльності підприємства залізничного транспорту.
Рівень раціоналізаторської активності	Здатність до вдосконалення, підвищення ефективності роботи, використання ресурсів на підприємстві. Оформлення раціоналізаторських пропозицій щодо ефективності роботи підприємства, підрозділу.
Здатність до самонавчання	Орієнтація на професійне вдосконалення. Розуміння обмеженості індивідуального знання і досвіду, готовність з повагою сприймати досвід інших, застосовуючи його у своїй практиці, а також знайомитися з новими технологіями і способами реалізації навіть звичної діяльності. Розвинення здатності до систематизації свого та чужого досвіду.
Здатність до саморозвитку	Правильна оцінка своїх сильних та слабких сторін, постійний розвиток професійних та особистісних якостей, прагнення до вирішення складних професійних завдань з метою саморозвитку, накопичення знань та досвіду.
Адаптованість	Здатність до адаптації в нових умовах функціонування підприємств залізничного транспорту, адаптація нових спеціалістів на робочому місці. Спроможність прийняття змін зовнішнього та внутрішнього середовища підприємств, а також ефективне виконання своїх обов'язків в таких умовах.

Перелік управлінських компетенцій

Компетенція	Характеристика
Лідерство	Здатність до лідерства та лідерство як стиль управління.
Організаторські здібності	Уміння створювати алгоритми робочого процесу, координувати виконання роботи підлеглими згідно із заданими схемами діяльності і контролювати хід реалізації завдань. Здатність описувати стандарти якості роботи підлеглих і використовувати критичні точки роботи як точки контролю. навички опису діяльності різних служб у формі нормативних документів.
Здатність до керівництва	Уміння точно ставити завдання підлеглим, вказувати напрям руху та можливі способи досягнення мети; навички розподіляти відповідальність, повноваження і типи робіт між підлеглими; вміння мотивувати підлеглих, орієнтувати їх на кінцевий результат, надавати консультативну допомогу у вирішенні проблем виконання роботи. Здатність приймати на себе відповідальність за отримання колективного результату.
Стратегічне мислення	Здатність аналізувати ситуації, визначати перспективи довгострокового розвитку, встановлення стратегічних цілей, можливих шляхів їх досягнення.
Вміння контролювати	Здатність володіння інформацією про функціонування підприємства, підлеглих, уміння здійснювати делегування певних повноважень і контроль за їх виконанням.
Креативність	Націленість на пошук нових шляхів розвитку, використання творчого підходу, проявлення ініціативи, генерування нових ідей.
Комунікабельність	Вміння вести переговори.
Орієнтація на довгострокові цілі	Схильність до формування системи управління, орієнтованої на досягнення стратегічних цілей, розвитку.
Здатність приймати рішення, вирішувати проблеми	Здібності формувати нове бачення вирішення проблеми і зі спиранням на свій авторитет надихнути послідовників на активні дії щодо досягнення цілей.

1) Для підприємств залізничного транспорту:

– можливість розробки єдиних стандартів опису ефективності роботи, які сприятимуть встановленню взаєморозуміння між співробітниками різних відділів і рівнів (наприклад, виробляється єдине для всіх розуміння, що таке «ефективне керівництво» і що означає «командна робота»);

– можливість проведення оцінки компетенцій співробітників, виявлення їх відповідності необхідному рівню;

– узгодженість під час оцінювання працівника (всі експерти зможуть досягти згоди в розумінні «цінних якостей» працівника і мати уявлення про те, що необхідно оцінити, а що можна проігнорувати);

– можливість визначити сильні і слабкі сторони кожного співробітника, а також використовувати цю інформацію для його розвитку;

– поява підстав для включення співробітників у кадровий резерв підприємства, а також планування їх кар'єри;

– можливість обґрунтування коригування компенсаційної політики щодо кваліфікованих співробітників, які управляють людьми і ресурсами, але успішно пройшли оцінку.

2) Для працівників підприємств:

– краще розуміння вимог організації до роботи, які якості їм необхідні для успішного виконання робіт;

– можливість отримати зворотній зв'язок, дізнатися про свої сильні та слабкі сторони, загалом потенціал і кар'єрні перспективи, сформувати конкретні плани професійного розвитку.

Формування моделі компетенцій підприємств залізничного транспорту, яка базується на п'яти кластерах компетенцій, дасть змогу оцінити рівень розвитку трудового потенціалу підприємств залізничного транспорту; визначити проблеми за такими векторами, як професійні здібності, результативність праці, потенціал до розвитку, управлінські здібності; сформувати інструментарій розвитку трудового потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андреева И.С., Данилов И.П. Применение модели компетенций в управлении персоналом. Вестник Чувашского университета. 2014. № 1. С. 214–218.

2. Головова Л.С. Развитие трудовых ресурсов потенциалу железнодорожной отрасли в контексте корпоративизации. Сборник научных работ Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта им. ак. В. Лазаряна «Проблеми економіки України». 2012. Вип. 4. С. 26–37.

3. Дикань В.Л., Бойко Д.И. Реформирование железнодорожного транспорта (стратегия преобразований в системе управления отраслью). Бизнес Информ. 2010. С. 48–50.

4. Калініченко Л.Л. Методологічний підхід до управління персоналом підприємств залізничного транспорту в умовах реформування галузі: монографія. Харків: УкрДАЗТ, 2012. 382 с.

5. Компанієць В.В. Система якості управління (менеджменту) на залізничному транспорті: концептуальні підходи та методика оцінки «людської скла-

дової». Вісник економіки транспорту і промисловості. 2009. № 3. С. 42–47.

6. Компанієць В.В., Польова В.В. Впровадження компетентнісного підходу в систему підготовки, оцінки та відбору кадрів залізничного транспорту. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. № 44. С. 46–53.

7. Пархоменко Ю.Ю. Управління трудовим потенціалом залізничних підприємств: теоретичні основи. Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. ак. В. Лазаряна «Проблеми економіки України». 2013. Вип. 6. С. 36–43.

8. Ревіна О.М. Організаційно-економічні основи управління людським потенціалом залізничного транспорту в умовах інтелектуалізації економіки: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2016. 20 с.

9. Чуланова О.Л. Формирование и развитие компетентностного подхода в работе с персоналом: теория, методология, практика: дисс. ... докт. экон. наук: спец. 08.00.05; Всероссийский центр уровня жизни. Москва, 2015. 339 с.

10. Чуланова О.Л. Актуальность компетентностного подхода в управлении персоналом. Наукосведение. 2014. № 5 (24). URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/79EVN514.pdf>.

REFERENCES:

1. Andreeva I.S. (2014) Primenenie modeli kompetentsiy v upravlenii personalom [Application of the competence model in personnel management] Bulletin of the Chuvash University. No. 1. P. 214–218 (in Russian).

2. Gholovkova L.S. (2012) Rozvytok trudoresursnogo potencialu zaliznychnoji ghaluzi v konteksti korporatyzaciji [Development of labor resource potential of the railway industry in the context of corporatization] Collection of scientific papers of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after ak.V. Lazaryan "Problems of the Economy of Ukraine". Vip. 4. P. 26–37 (in Ukrainian).

3. Dykanj V.L., Bojko D.Y. (2010) Reformyrovanye zheleznodorozhnogho transporta (strateghyja preobrazovanyj v systeme upravlenyja otrasl'ju) [Rail transport reform (transformation strategy in the industry management system)]. Business Inform". P. 48–50 (in Ukrainian).

4. Kalinichenko L.L. (2012) Metodolghichnyj pidkhyd do upravlinnja personalom pidprijemstv zaliznychnogho transportu v umovakh reformuvannja ghaluzi [Methodological approach to the management of personnel of railway enterprises in the conditions of industry reform]. Kharkiv: UkrDazT, 382 p. (in Ukrainian).

5. Kompanijecj V.V. (2009) Systema jakosti upravlinnja (menedzhmentu) na zaliznychnomu transporti: konceptualjni pidkhody ta metodyka ocinky "ljuds'koji skladovoji" [System of quality management (management) on a railway transport: conceptual approaches and methods of estimation of "human component"] Bulletin of the Economy of Transport and Industry. No. 3. P. 42–47 (in Ukrainian).

6. Kompanijecj V.V., Poljova V.V. (2013) Vprovadzhennja kompetentnisnogo pidkhodu v systemu pidghotovky, ocinky ta vidboru kadriv zaliznychnogho transport [Implementation of a competent approach to the system of training, assessment and selection of railway transport personnel] Bulletin of the Economy of Transport and Industry. № 44. P. 46–53 (in Ukrainian).

7. Parkhomenko Ju.Ju. (2013) Upravlinnja trudovym potencialom zaliznychnykh pidprijemstv: teorychni osnovy [Management of labor potential of railway enterprises: theoretical basis] Collection of scientific papers of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after ak.V. Lazaryan "Problems of the Economy of Ukraine". Vip. 6. P. 36–43 (in Ukrainian).

8. Revina O.M. (2016) Orghanizacijno-ekonomichni osnovy upravlinnja ljuds'kyim potencialom zaliznychnogho transportu v umovakh intelektualizaciji ekonomiky [Organizational and economic bases of management of the human potential of rail transport in conditions of intellectualization of the economy]. (PhD Econ), Kiev (in Ukrainian).

9. Chulanova O.L. (2015) Formirovanie i razvitie kompetentnostnogo podkhoda v rabote s personalom: teoriya, metodologiya, praktika [Formation and development of a competent approach in the work with personnel: theory, methodology, practice]. (Sc.D. Econ), Moscow: All-Russian Center for Living Standard (in Russian).

10. Chulanova O.L. Aktualnostj kompetentnostnogo podkhoda v upravlenyju personalom [The relevance of the competence approach in personnel management]. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/79EVN514.pdf> (in Russian).

**COMPETENCES IN MANAGEMENT OF LABOR POTENTIAL DEVELOPMENT
OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES**

The article explores the place of competencies in the labor potential and management of its development.

In managing the development of the labor potential of rail transport enterprises, it should be understood that in a changing environment, the definition of an employee is a key tool for ensuring the efficiency of railway transport enterprises, including the safety of movement, the continuity of work, it is extremely important to manage the development of labor potential based on the definition of the model of competences of the employees of the enterprise, which combines a set of knowledge, skills and skills of workers necessary for the formation of an effective model of professional behavior. The development of labor potential should be carried out on the basis of the development of the competences of the workers and increase their competence through the synthesis of training and business processes, the possibility of self-development, self-education, career growth not only through the acquisition of elite education, but also on the basis of self-education, the acquisition of professional experience.

The author's vision of the concept of competence is formed, according to which competence is a characteristic of a set of knowledge, abilities, abilities, skills, professional qualities, motivations and values of the employee, who define the tactics of professional behavior of the employee, necessary for the successful performance of functional duties in accordance with employee positions and strategic goals of railway companies

The proposed five cluster model of the competences of rail transport enterprises, which includes the competencies of corporate, professional, managerial, competency and development.

Each cluster of competencies has the whole set of competencies according to which it is expedient to carry out the assessment of railway transport enterprises employees and to determine the tools for the development of the labor potential of enterprises. On the basis of the research of existing theories on competences, taking into account the specifics of railway enterprises, a list of general competencies of railway transport enterprises has been formed.

Formation of the mentioned model of competences of railway enterprises will allow assessing the level of development of labor potential of enterprises of railway transport; to identify problems on such vectors as professional abilities, labor productivity, potential for development, managerial abilities; to form a toolkit for the development of labor potential.

КРИТЕРІАЛЬНИЙ БАЗИС ОЦІНКИ УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

CRITERION BASE OF ESTIMATION OF MANAGEMENT OF CLIENT-ORIENTATION OF ENTERPRISES

У статті розглянуто критеріальний базис оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, визначено критерії оцінки, обґрунтовано методичні підходи до формування індикаторів, а також уточнено систему якісних та кількісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, що сприятиме підвищенню ефективності управлінських рішень щодо забезпечення успішного конкурентного розвитку.
Ключові слова: клієнтоорієнтованість, підприємства, оцінка управління, критерії, індикатори, система показників.

предприятий, что будет способствовать повышению эффективности управленческих решений по обеспечению успешного конкурентного развития.

Ключевые слова: клиентоориентированность, предприятия, оценка управления, критерии, индикаторы, система показателей.

The criterion base of estimation of management of client-orientation of enterprises is considered in the article, the criteria of estimation are certain, methodical approaches are reasonable for forming of indicators and the system is specified of quality and quantitative indexes of estimation of management of client-orientation of enterprises, that will assist the increase of efficiency of administrative decisions regarding to providing of successful competition development.

Key words: client-orientation, enterprises, estimation of management, criteria, indicators, system of indexes.

УДК 631.11:339.137.2

Гудзь О.Є.

д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту

Державний університет телекомунікацій
Захаренко Д.С.

аспірант кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій

В статье рассмотрен критериальный базис оценки управления клиентоориентированностью предприятий, определены критерии оценки, обоснованы методические подходы к формированию индикаторов, а также уточнена система качественных и количественных показателей оценки управления клиентоориентированностью

Постановка проблеми. Нині економічні потрясіння, підкріплені політичною та соціальною нестабільністю в країні, знизили добробут потенційних споживачів та зменшили рівень їх споживання, трансформували структуру витрат та споживчі уподобання. Тому проблема управління клієнтоорієнтованістю набуває все більшої гостроти й актуальності для вітчизняних підприємств. Сьогодні підвищений інтерес до клієнтоорієнтованості пояснюється зміною характеру конкурентної боротьби, глобалізацією інформаційного простору, швидким поширенням інноваційних технологій, що висуває нові вимоги до формування критеріального базису оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств. Для оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств потрібна нова система індикаторів та якісних і кількісних показників, що дасть змогу знизити собівартість продукції, підвищити її якісні характеристики з найменшими затратами ресурсів, а також своєчасно вжити заходів для подальшого зростання конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методологічні аспекти управління клієнтоорієнтованістю підприємств розглядали багато науковців. Особливо цінними ми вважаємо дослідження таких учених, як, зокрема, Ф. Вебстер, А. Воронкова, О. Гудзь, Дж. Дей, Р. Дешпнде, П. Друкер, Ф. Котлер, Л. Лазоренко, Т. Левітт, Р. МакКінзі, І. Манн, Г. Мінцберг, М. Портер, П. Стецюк, Дж. Робінсон, А. Томпсон, Р. Хайс, Дж.У. Фарлей. Проте подальшого обговорення та уточнення потребують деякі аспекти управління клієнто-

орієнтованістю на підприємстві, зокрема критерії оцінки, методичні підходи до формування індикаторів та система показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств в умовах кризових деформацій конкурентного середовища.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд критеріального базису оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, визначення критеріїв оцінки, обґрунтування методичних підходів до формування індикаторів та уточнення системи якісних і кількісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств має два аспекти, а саме визначення ефективності оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств для розробки управлінських заходів; вибір оптимального варіанта конкурентної стратегії та виявлення результативності управлінської діяльності за певний часовий проміжок з огляду на фактичні результати. Оцінка управління клієнтоорієнтованістю підприємств передбачає визначення критеріїв та чинників, що впливають на рівень ефективності управлінської діяльності, їх взаємозалежність, виявлення резервів зростання ефективності. Розгляду критеріального базису оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, який включає визначення критеріїв, індикаторів та системи кількісних і якісних показників, має передувати розкриття сутнісних характеристик поняття клієнтоорієнтованості. І Никонова, Р. Шамгунов [9] визначають клієнтоорієнтованість як перехід від

фокусування зусиль підприємства на конкурентній боротьбі до впровадження унікальних продуктів для задоволення майбутніх потреб клієнтів шляхом використання нетрадиційних підходів задоволення майбутніх потреб клієнтів [9]. Згідно із С. Евертом, клієнтоорієнтованість – це вміння виявляти потреби клієнта (як внутрішнього, так і зовнішнього) та ефективно задовольняти їх [5]. В. Лучков підкреслює, що клієнтоорієнтованість – це здатність підприємства створювати додатковий потік клієнтів і додатковий прибуток за рахунок глибокого розуміння і задоволення потреб клієнтів [8]. І. Патлах [11] розуміє клієнтоорієнтованість як інструмент, що дає змогу підприємству отримувати лояльних клієнтів та націлений на отримання стійкого прибутку в довгостроковому періоді [11].

Деякі науковці визначають «сутність поняття клієнтоорієнтованість як ключову компетенцію підприємства, що виражається в прагненні до встановлення і розвитку партнерських відносин з клієнтами, а також з будь-якими контрагентами як у бізнес-екосистемі, так і всередині організації, що базується на розумінні та задоволенні їхніх як активних, так і латентних потреб та максимізацію прибутку на цій основі» [13].

Сутнісне тлумачення цього поняття науковцями демонструє його різноплановість та багатогранність, що відображається на переліку управлінських заходів щодо реалізації клієнтоорієнтованого підходу, що переважно зорієнтовані на застосування інструментів стосовно формування лояльних споживачів. Формуючи та обґрунтовуючи свою авторську позицію, зазначимо, що клієнтоорієнтованість відображає сучасну філософію управління підприємством, що окреслюється глибоким розумінням та пошуком механізмів ефективного задоволення потреб клієнтів, базисом якої є знання про запити клієнтів та їхні потреби й бажання, що дає змогу формувати позитивний клієнтський досвід, споживчу лояльність, утримувати наявних і залучати нових клієнтів за рахунок пропозицій, які об'єктивно враховують інтереси всіх зацікавлених суб'єктів та максимально задовольняють їхні потреби.

У такому контексті, уточнюючи ідентифікацію клієнтоорієнтованості підприємства, дамо таке визначення: клієнтоорієнтованість – це концепція управління підприємством, яка зорієнтована на виявлення та задоволення наявних і майбутніх потреб, зростання якості взаємовідносин з клієнтами та адаптацію комунікаційних ланцюгів і внутрішніх бізнес-комбінацій залежно від споживчих запитів, націлена на генерування стратегічних конкурентних переваг та підвищення прибутковості підприємства. «Головні переваги клієнтоорієнтованого підходу полягають в тому, що унікальні конкурентні переваги досить складно створювати за рахунок нових технологій, асортименту, підвищення операційної ефективності і зниження цін,

оскільки ці елементи досить швидко копіюються, тоді як ставлення до клієнта є унікальним активом підприємства, який виступає невід'ємною складовою його корпоративної культури» [7, с. 10]. На протизагу традиційним підходам співпраці з клієнтами, ідеологія управління клієнтоорієнтованістю підприємства сприймає клієнта як ключову бізнесову ланку, надавши йому пріоритетне стратегічне значення під час формування збутової, цінової, комунікаційної та маркетингової політики підприємства. «Партнерська взаємодія між підприємством та його клієнтами будується на системній основі та передбачає формування довгострокових відносин, що значно підвищує лояльність споживачів, дає змогу утримувати та залучати нових клієнтів. Що стійкіший та інтенсивніший характер мають ці комунікації, то сильнішою є зацікавленість споживачів у запропонованій продукції, то складніше конкурентам скопіювати дії підприємства, повторити його стратегію з меншими витратами і за рахунок чужих розробок досягти підвищення своєї конкурентоспроможності» [12, с. 79]. Для «сучасних товарних ринків клієнтоорієнтована стратегія є виправданою, оскільки створити унікальну перевагу можна виключно за рахунок пропозиції клієнтам більш високої, ніж у конкурентів, цінності, яка здебільшого створюється в процесі взаємодії зі споживачами» [7, с. 11].

Незважаючи на те, що поняття клієнтоорієнтованості декларується у стратегіях розвитку та річних звітах вітчизняних підприємств з початку нового тисячоліття, а половина підприємств України проголошує клієнта значимою цінністю своєї діяльності, у бізнес-практиці його використання спостерігається значно рідше. Як зауважується у блозі «Customer Evangelism», попри той факт, що 56% підприємств вважають самих себе клієнтоорієнтованими, лише 12% споживачів погоджуються з цією оцінкою [15, с. 6]. Таким чином, оскільки клієнтоорієнтованість розглядається як «політика підприємства, як його інструменти, спрямовані на клієнтів, як на ресурс-джерело доходу, як складова внутрішнього маркетингу» [10, с. 116], це пояснює наявність різного набору критеріїв, індикаторів, якісних та кількісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств.

У вітчизняній практиці ще не сформований загальноприйнятий критеріальний базис оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, який включає критерії, індикатори та систему якісних і кількісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств. Це зумовлено тим, що він для кожного підприємства є унікальним і залежить передусім від менеджменту підприємства, його галузевої належності та специфіки діяльності.

Лояльність і задоволеність клієнтів, успішність бізнесової діяльності досягаються за умови реалізації своєчасно розробленої клієнтоорієн-

тованої стратегії, яка спрямована на виявлення попиту, потреб потенційних споживачів, розробку продуктів підприємства, формування каналів збуту з урахуванням попиту цільових груп, встановлення стійких і взаємовигідних комунікацій зі споживачами. «Більшість практиків, як показало опитування американських фірм, стверджує, що ефект управління клієнтоорієнтованістю підприємств полягає у зростанні обсягів продажів і прибутку» [4]. Водночас акцентуємо увагу на тому, що в умовах нестабільності конкурентного середовища та зростання вартості бізнесу конкурентні переваги генерують ті підприємства, які впроваджують інноваційні технології, здатні забезпечити підвищення якості обслуговування, рівня задоволеності клієнтів за одночасної мінімізації усіх видів ресурсів. Одним з інструментів досягнення цього вважається впровадження критеріїв концепції ощадливого виробництва (lean-концепції), «мета якої полягає в організації виробничої системи, здатної швидко реагувати на запити споживачів та отримувати прибуток за будь-яких змін ринкової ситуації, у тому числі падінні попиту» [1; 2, с. 63]. «Філософія lean-виробництва базується на трьох основоположних поняттях: 1) потік створення цінності продукту для кінцевого споживача; 2) непродуктивні втрати в процесі виготовлення продукції («муда»); 3) командна робота» [1; 16]. «Компанії, які успішно реалізують критерії ощадливого виробництва (“Apple”, “Google”, “Microsoft”, “General Electric”, “Nestle SA”, “Procter & Gamble”, “Samsung Electronics” тощо), витрачали значні кошти на дослідження попиту та виявлення мотивів купівельної поведінки споживачів» [3, с. 77]. «І лише після детального аналізу ринку розробляли свою клієнтоорієнтовану політику, що дало змогу максимально використовувати виробничі можливості підприємства щодо мінімізації вартості продукції відповідно до споживчих запитів їх клієнтів. Основна ідея lean-концепції полягає у забезпеченні зростання цінності конкретного продукту підприємства для кінцевого споживача шляхом скорочення усіх непродуктивних витрат, понесених на його виробництво та реалізацію, при цьому зберігаючи якісні характеристики товару відповідно до вимог клієнтів» [16, с. 31].

З огляду на вказане доцільно використати критерії ощадливості для оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, що зумовлюють гармонізацію операційних та управлінських процесів, а також бізнес-ланцюгів на підприємстві, зростання ефективності використання ресурсів за одночасної мінімізації обігових засобів за рахунок активізації латентних резервів підвищення продуктивності виробництва (зменшення часу виконання замовлення, вивільнення працівників, приміщень, скорочення операційних і логістичних витрат, зниження витрат від браку, ліквідація простоїв обладнання,

гармонізація технологічних ланцюгів, мінімізація запасів сировини, матеріалів, продукції тощо).

Таким чином, основними критеріями оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств мають бути чітка орієнтація на клієнтів, їх платоспроможність, потреби та мотивацію здійснення покупок; якість продуктів підприємства; врахування рівня операційних витрат; рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; якість обслуговування клієнтів; ідентифікація чинників, які впливають на збутову політику; ефективність комунікацій та бізнес-ланцюгів; моніторинг заходів конкурентів та особливостей їх конкурентних стратегій; формування клієнтоорієнтованої політики ціноутворення, яка передбачає диференціацію цін, знижок, бонусів тощо.

Критерії оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств відображаються в індикаторах оптимізації структури реалізації продукції, витрат та узгодженості операційних і збутових процесів у просторі та часі.

Усі сучасні методичні підходи до формування індикаторів оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств можна об'єднати у дві великі групи, а саме підходи експертних та економічних оцінок. Розглянемо ці підходи. Перший підхід ґрунтується на оцінці експертів виконання на підприємстві таких функцій клієнтоорієнтованого управління, як дефрагментація ринку і відбір цільових сегментів, позиціонування продукції, формування ефективного продуктового асортименту, розробка нових товарів, впровадження гнучкої цінової політики, побудова ефективних бізнес-ланцюгів та каналів збуту, здійснення ефективної комунікаційної діяльності. Здійснити оцінку виконання цих функцій управління клієнтоорієнтованістю можна тільки за допомогою оцінки експертів.

Другий підхід ґрунтовно розглянув В. Савчук [14], який зазначає, що «в сучасних умовах універсальним показником ефективності діяльності підприємства повинна виступати вартість бізнесу як результуючий вимірник багатства власника» [14]. Учений стверджує, що саме цей індикатор є основним під час оцінювання управління клієнтоорієнтованістю підприємства.

Слушним вважаємо інтегрований підхід, який об'єднує експертну й економічну оцінку та передбачає оцінку ефективності управління клієнтоорієнтованістю підприємств в короткостроковому та стратегічному вимірах. З точки зору короткострокових результатів індикатори ефективності управління клієнтоорієнтованістю підприємств пов'язані з доходами. У контексті стратегічної перспективи індикатори ефективності управління клієнтоорієнтованістю підприємств пов'язані з лояльністю клієнтів, брендом, його фінансовою оцінкою. Ефективне управління клієнтоорієнтованістю має бути запорукою отримання підприємством стра-

тегічних конкурентних переваг та довготермінових прибутків. Клієнтоорієнтована управлінська активність окреслює ступінь задоволення клієнтів підприємства, їх лояльність та величину капіталу бренда, а також впливає на короткострокову прибутковість підприємства.

З огляду на означене індикатори оцінки ефективності управління клієнтоорієнтованістю підприємств доцільно визначити в розрізі окремих його функцій, таких як ефективність аналізу (сегментація цільових груп клієнтів, ринкові дослідження, дефрагментація, позиціонування та вибір цільових груп і ринків); ефективність планування (визначення ефективності розробки стратегій, програм, планів заходів (у зрізі окремих цільових груп, ринків, продуктів)); ефективність організації клієнтоорієнтованих заходів; ефективність організаційного дизайну управління; ефективність розподілу завдань, повноважень та відповідальності; ефективність комунікаційних взаємодій; ефективність ухвалених управлінських заходів; ефективність мотивації праці працівників, особливо тих, що безпосередньо займаються клієнтами; ефективність контролю за виконанням стратегій, планів, заходів.

Визначені індикатори оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств та наявність різнобічних бізнесових зв'язків зумовлюють необхідність формування такої системи показників, яка б не тільки демонструвала поточний стан, але й надавала превентивну інформацію про споживачів, їх поведінку та забезпечувала своєчасне реагування на зміни ринкових умов. Тому система показників оцінки результатів управління клієнтоорієнтованістю підприємств має бути багатогранною, що підтримує комплексну оцінку та аналіз чинників, які впливають на ефективність бізнесу, та одночасно гнучкою, зручною у використанні, швидко адаптованою до нових запитів цільового ринку, здатною узгоджувати економічні інтереси підприємства та претензії клієнтів. Система показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств має включати такі кількісні та якісні показники, які дають змогу об'єктивно оцінити результати та ефективність стратегій, програм і заходів щодо задоволення потреб клієнтів, що демонструється обсягами прибутків підприємства. Кількісні показники характеризують загальну величину результату управління клієнтоорієнтованістю підприємства, а якісні – відносну, що визначає тенденції ефективності. Принципами формування системи показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств мають бути комплексність, системність, узгодженість, економічна доцільність.

До системи кількісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств доцільно долучити обсяги реалізації продукції в натураль-

них та кількісних вимірах загалом по підприємству та у зрізі продуктового асортименту, каналів збуту, клієнтських сегментів, комунікацій; обсяги прибутків загалом по підприємству та у зрізі продуктового асортименту, каналів збуту, клієнтських сегментів, комунікацій; обсяг інновацій та нової діяльності, який демонструє обсяг реалізації по нових клієнтах загалом по підприємству та у зрізі продуктового асортименту, каналів збуту, клієнтських сегментів, комунікацій; частку ринку (загальну та у зрізі продуктового асортименту); кількість продуктів та обсяг продажів на одного клієнта загалом по підприємству та у зрізі клієнтських сегментів.

Більш повну оцінку ефективності управління клієнтоорієнтованістю підприємств слід проводити з використанням розрахунку та аналізу специфічних показників, зокрема показників продуктивності праці працівників; капіталовіддачі; темпів зміни обсягу продажів; ефективності поточних витрат на впровадження клієнтоорієнтованих заходів; показника рентабельності поточних затрат; ефективності комунікаційних процесів; інтенсивності праці по продуктах; ефективності використання управлінських ресурсів; ефективності праці по продуктах; коефіцієнта співвідношення темпу зростання обсягу продажів порівняно із середньоринковим; частки продажу окремих продуктів; частки продажів на різних територіальних ринках.

Для вимірювання якісної результативності управління клієнтоорієнтованістю підприємств необхідно використовувати спеціальні управлінські показники, визначення яких передбачає проведення конкурентних досліджень нестійких ринкових чинників, що впливають на поведінку та потреби клієнтів, рівень їх лояльності. Розрахунки цих показників дадуть змогу підприємству здійснювати стратегічне управління клієнтоорієнтованістю підприємств, оскільки вони є сигналами раннього виявлення несприятливих тенденцій. Ці показники, переважно не окреслюють співвідношення ефекту і витрат, а вважаються відносними показниками (кількість угод на одну комунікацію з менеджером), тому їх слід вважати показниками не ефективності, а результативності управлінської діяльності.

До системи якісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств варто включити якісні показники продуктового асортименту, оскільки вони демонструють задоволеність клієнтів асортиментом підприємства; коефіцієнт зміни продуктового асортименту; коефіцієнт лояльності клієнтів; темпи зростання обсягів реалізації; коефіцієнт оновлення клієнтської бази; якісні показники збутової діяльності; частку обсягу реалізації продукції через різні канали продажу, зокрема по кожному товарному сегменту; частку витрат на рекламу та маркетингові заходи в загальному обсязі реалізації; коефіцієнт кількісної зміни збутової мережі; частку витрат на збут; кількість про-

дуктів на одного споживача; кількість та потужність пунктів продажів; кількість запитів клієнтів; кількість клієнтів, які перейшли від конкурентів.

Для більш глибокого аналізу додатково до системи якісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств доцільно додати результативність управління брендом, що оцінюється такими показниками, як рівень підтримки бренда, рівень глибини проникнення бренда, ступінь вагомості переваг бренда; цінність клієнта для підприємства, яка визначається внеском клієнта у прибутковість підприємства і рівнем його лояльності; відсоток преміум-клієнтів, що визначається кількістю ключових клієнтів з високим рівнем лояльності і ступенем інтерактивності, на яких менеджменту необхідно спрямовувати більше зусиль для надання спеціальних преміум-послуг; якість обслуговування (логістичні ланцюги, споживча логістика, якість комунікацій, стиль продажу, компетентність працівників); показники оцінки ефективності стимулювання збуту (бонуси, обсяг і розмір знижок, спеціальних пропозицій, економічний ефект від заходів та програм лояльності); коефіцієнт утримання клієнтів, середня вартість утримання клієнтів.

Акцентуємо увагу на тому, що в процесі управління клієнтоорієнтованістю слід визначити ключових клієнтів та продукти. Для цього доцільно здійснити ABC-аналіз продуктів підприємства та клієнтів. Необхідно також класифікувати клієнтів за частотою здійснення покупок, укладання контрактів тощо. Такий аналіз називають XYZ-аналізом, за його допомоги здійснюється групування клієнтів та продуктів за коефіцієнтом варіації. Поєднання ABC-аналізу з XYZ-аналізом дає змогу охарактеризувати клієнтські групи у зрізі частоти здійснення покупок та їх вагомості. Зрозуміло, що, крім групування та характеристики клієнтів та їх уподобань, замовлень, слід також підвищувати якість їх обслуговування та логістичні ланцюги, що дасть змогу мінімізувати рівень запасів у клієнта, широко використовувати сучасні інформаційні технології задля підвищення якості комунікацій (для цього слід використовувати підхід OTIF (On Time–In Full)).

Наголосимо на тому, що «практика свідчить про те, що безперервні зміни бізнес-процесів на підприємстві з точки зору клієнтоорієнтованості та ціннісної орієнтації продукту забезпечують скорочення непродуктивних втрат у виробництві до 75%, у тому числі кількості повторної обробки продукції до 70%, часу на переналадження технологічного обладнання до 65% та витрат часу до 45%; зменшення запасів до 80% та незавершеного виробництва до 60%; скорочення терміну виконання замовлення до 50%; зниження операційних витрат до 40% та відповідного зростання обсягів виробництва продукції до 50%» [6, с. 46; 2, с. 64].

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, розглянуто критеріальний базис оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, визначено критерії оцінки, обґрунтовано методичні підходи до формування індикаторів, а також уточнено систему якісних і кількісних показників оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств. Зокрема, вмотивовано, що оцінка ефективності управління клієнтоорієнтованістю підприємств повинна бути конкретною, результати аналізу – точно визначеними, оскільки вони слугуватимуть інформаційною основою для ухвалення управлінських заходів. Кількість та перелік критеріїв, індикаторів та показників є індивідуальними для кожного підприємства і залежать від галузевих особливостей, специфіки діяльності, етапу розвитку підприємства, гостроти конкуренції тощо. Крім того, ефективність управління клієнтоорієнтованістю підприємств потрібно оцінювати за тривалий часовий період, а не за результатами поточної діяльності, які можуть бути ситуативними, зумовленими сприятливими обставинами, а не ефективністю управління. Таким чином, запропонований підхід до формування критеріального базису оцінки управління клієнтоорієнтованістю підприємств, який включає визначення критеріїв, індикаторів та системи кількісних і якісних показників, сприятиме підвищенню ефективності управлінських рішень щодо адаптації продуктів підприємства відповідно до запитів споживачів, забезпечення успішного конкурентного розвитку та формування міцних довгострокових конкурентних переваг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Адаменко А. Бережливое производство: философия успеха. Информационные технологии для менеджмента. 2014. № 3. URL: <http://www.management.com.ua/qm/qm201.html>.
2. Бондаренко С. Використання оцандливого виробництва в системі TQM підприємства у нестабільних ринкових умовах. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2015. № 4 (4). С. 63–68.
3. Давиденко В. Перспективи впровадження принципів оцандного виробництва на підприємствах. Економіка та організація управління. 2014. № 3 (19). № 4 (20). С. 76–79.
4. Маркетинг менеджмент: научное издание / под ред. М. Туган-Барановского, Л. Балабановой. Донецк: ДонГУЭТ, 2001. 594 с.
5. Клиентоориентированность. URL: <http://www.mim.kiev.ua/ru/alumni/sovety/klIENTOorientirovannost>.
6. Кобилух О., Мельник Г. Оцандливое виробництво як концепція оптимізації виробничого та управлінського процесів. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2012. № 749: Логістика. С. 43–49.
7. Ковальчук С. Клиентоориентованість – сучасне спрямування маркетингової концепції. Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління: тези доп. IV Всеукр. наук. конф. мол. учен. та студ. (Київ, 4 листопада 2016 р.). Київ: КНУТД, 2016. С. 10–11.

8. Лучков В. Что такое клиентоориентированность. URL: <http://victorluchkov.ru/articles/chto-takoe-klientoorientirovannost.html>.

9. Никонова И., Шамгунов Р. Стратегия и стоимость коммерческого банка. 3-е изд. Москва: Альпина Паблишер, 2007. 304 с.

10. Окунева О. Питання системи оцінки внутрішнього маркетингу. Актуальні проблеми економіки, менеджменту, маркетингу: матеріали VII міжнар. наук-практ. конф. 2012. С. 115–117.

11. Патлах И. Клиентоориентированность как философия бизнеса. Ваш бизнес. 2011. № 10. С. 24–26. URL: <http://www.b17.ru/article/4283>.

12. Петриченко П. Клієнтоорієнтований підхід у діяльності підприємств індустрії гостинності. Економіст. 2014. № 1. С. 79–82.

13. Рябоконт Н. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. Ефективна економіка. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4522>.

14. Савчук В. Как измерить эффективность маркетинга, или «финансы маркетинга» // Консалтинговая компания «Стратегический партнер». URL: <http://s-p.com.ua>.

15. Трикозенко О., Бритченко І. Клієнтела як механізм визначення вартості комерційного банку: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 229 с.

16. Womack J.P., Jones D.T. Lean Thinking: banish waste and create wealth in your corporation. 2nd edition: revised and update. NY: Free Press, 2003. 400 p.

REFERENCES:

1. Adamenko A. Berezhlyvoe proyzvodstvo: fylosofiya uspekha. Ynformatsyonnye tekhnologyy dlya menedzhmenta. 2014. № 3. URL: <http://www.management.tsom.ua/qm/qm201.html>.

2. Bondarenko S. Vykorystannya oshchadlyvoho vyrobnytstva v systemi TQM pidpryyemstva u nestabil'nykh rynkovykh umovakh. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya. 2015. № 4 (4). S. 63–68.

3. Davydenko V. Perspektvy vprovadzhennya pryntsyypiv oshchadnoho vyrobnytstva na pidpryyemstavakh. Ekonomika ta orhanizatsiya upravlinnya. 2014. № 3 (19). № 4 (20). S. 76–79.

4. Marketynh menedzhment: nauchnoe yzdanye / pod red. M. Tuhan-Baranovskoho, L. Bala-banovoy. Donetsk: DonHUЭТ, 2001. 594 s.

5. Klyentooryentirovannost'. URL: <http://www.mim.kiev.ua/ru/alumni/sovety/klientoorientirovannost>.

6. Kobylyukh O. Oshchadlyve vyrobnytstvo yak kontsepsiya optymizatsiyi vyrobnychoho ta uprav-lins'koho protsesiv / O. Kobylyukh, H. Mel'nyk // Visnyk Natsional'noho universytetu „L'vivs'ka politekhnika”. 2012. № 749: Lohistyka. S. 43–49.

7. Koval'chuk S. Klyentooriyentovanist' – such-asne spryamuvannya marketynhovoyi kontsepsiyi. Aktual'ni problemy ta perspektyvy rozvytku marketyn-hovoho upravlinnya: tezy dop. IV Vseukr. nauk. konf. mol. uchen. ta stud. (Kyiv, 4 lyst. 2016 r.) K.: KNUТD, 2016. S. 10–11.

8. Luchkov V. Chto takoe klyentooryentirovannost'. URL: <http://vitstorluchkov.ru/artitsles/chto-takoe-klientoorientirovannost.html>.

9. Nykonova Y. Stratehyya y stoykost' kommer-cheskoho banka / Y. Nykonova, R. Shamhunov. 3-e yzd. M.: Al'pyna Pablysher, 2007. 304 s.

10. Okuneyeva O. Pytannya systemy otsinky vnut-rishn'oho marketynhu. Aktual'ni problemy ekonomiky, menedzhmentu, marketynhu. Materialy VII Mizh-nar. nauk-prakt. konf. 2012. S. 115–117.

11. Patlakh Y. Klyentooryentirovannost' kak fylo-sofiya byznesa. Vash byznes. 2011. № 10. S. 24–26. URL: <http://www.b17.ru/artitsle/4283>.

12. Petrychenko P. Klyentooriyentovanny pidk-hid u diyal'nosti pidpryyemstv industriyi hostynnosti. Ekonomist. 2014. № 1. S. 79–82.

13. Ryabokon' N. Do pytannya formuvannya kli-yentooriyentovanosti yak klyuchovoyi kompetensiyi kompaniyi. Efyektivna ekonomika. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.tsom.ua/?op=1&z=4522>.

14. Savchuk V. Kak yzmeryt' efektyvnost' marketynha, yly “fynansy marketynha” // Konsal'tynhovaya kompanyya „Stratehycheskyy partner”. URL: <http://s-p.tsom.ua>.

15. Trykozenko O. Klyentela yak mekhanizm vyz-nachennya vartosti komertsynnoho банку: monohrafiya / O. Trykozenko, I. Britchenko. Poltava: RVVPUET, 2011. 229 s.

16. Womatsk J. Lean Thinking: banish waste and tsreate wealth in your tsorporation. 2nd edition: revised and update. NY: Free Press, 2003. 400 p.

Gudz O.E.

Doctor of Economic Sciences, Professor
State University of Telecommunications

Zaharenko D.S.

Ph.D. student of Department of Management
State University of Telecommunications

CRITERION BASE OF ESTIMATION OF MANAGEMENT OF CLIENT-ORIENTATION OF ENTERPRISES

Today an increase interest to client-orientation is explained by the change of character of competitive activity, globalization of informative space that pulls out new requirements rapid distributions of innovative technologies for forming of criterion base of estimation of management of client-orientation of enterprises.

Theoretical and methodological aspects regarding the client-orientation management of enterprises were examined by many scientists. We consider researches of such scientists especially valuable, as F. Webster, A. Crater, O. Gudz, G. Day, P. Druker, F. Kotler, L. Lazorenko, T. Levitt, R. MakKinzi, G. Mincberg, A. Tompson, P. Stecuk, G. Robinson, R. Hais, G. U. Farley and et al.

The criterion base of estimation of management of client-orientation of enterprises is considered, the criteria of estimation are certain, methodical approaches are reasonable for forming of indicators and the system of quality and quantitative indexes of estimation of management of client-orientation of enterprises is specified. In particular, motivated, that an estimation of efficiency of management of client-orientation of enterprises must be certain, results of analysis – exactly certain, as they will serve as informative basis for the acceptance of administrative events. An amount and list of criteria, indicators and indexes are individual for every enterprise and depend on branch features, specifics of activity, stage of development of enterprise, sharpness of competition and others like that. In addition, efficiency of management of client-orientation of enterprises needs to be estimated for protracted sentinel period, but not on results current activity results of that can be a situation, predefined by favorable circumstances, but not efficiency of management. So, offered approach for forming of criterion base of estimation of management of client-orientation of enterprises, that includes determination of criteria, indicators and system of quantitative and quality indexes will assist the increase of efficiency of administrative decisions regarding to adaptation of products of enterprise in accordance with the queries of consumers, providing of successful competition development and forming of strong long-term competitive edges.

ПРОБЛЕМАТИКА ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

PROBLEMATIC ISSUES OF EVALUATION OF SOCIAL AND LABOR POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

УДК 005.932:331.5

Ігнашкіна Т.Б.к. е. н., доцент,
доцент кафедри економіки
та підприємництва
імені Т.Г. БеяНаціональна металургійна
академія України**Романовський І.Г.**к. т. н., доцент,
доцент кафедри економіки
та підприємництва
імені Т.Г. БеяНаціональна металургійна
академія України**Губаренко Л.М.**старший викладач
кафедри економіки та підприємництва
імені Т.Г. Бея
Національна металургійна
академія України

У статті виконано аналіз сучасної наукової думки щодо методичного інструментарію оцінювання соціально-трудоного потенціалу підприємства. З арсеналу пропонувананих науковцями методичних підходів до цілей оцінки вибрано досить сильно поширений інтегральний метод. Обґрунтовано ієрархічну структуру соціально-трудоного потенціалу підприємства та склад показників-індикаторів, що його характеризують. Надано пропозиції щодо врахування балансу інтересів між керівництвом підприємства та його працівниками на основі ASC-моделі. На прикладі конкретного промислового підприємства визначено агрегований показник соціально-трудоного потенціалу в динаміці за три роки.

Ключові слова: соціально-трудоий потенціал, методи оцінювання, типологія складових, показники-індикатори, система показників-відповідальності (ASC).

В статье выполнен анализ современной научной мысли касательно методического инструментария оценивания социально-трудоного потенциала предприятия. Из арсенала предлагаемых учеными методических подходов к целям оценки выбран достаточно широко распространенный интегральный метод. Обоснована иерархическая структура социально-трудоного потенциала предприятия и состав показателей-индикаторов, которые его характеризуют. Даны предложения, касающиеся

учета баланса интересов между руководством предприятия и его сотрудниками на основе ASC-модели. На примере конкретного промышленного предприятия определен агрегированный показатель социально-трудоного потенциала в динамике за три года.

Ключевые слова: социально-трудоий потенциал, методы оценивания, типология составляющих, показатели-индикаторы, система показателей ответственности (ASC).

A thorough analysis of the contemporary scientific thought as to the methodological toolkit being used to evaluate the social and labor potential of an enterprise has been carried out. A fairly widespread integral method from the arsenal of methodological approaches proposed by scientists for the purposes of evaluation has been chosen. The hierarchical structure of the social and labor potential of an enterprise and the composition of indices and indicators that characterize it are substantiated. On the basis of ASC-model a proposition is set forth to take into account a balancing of interests between the management of the company and its employees. Taking an industrial enterprise as example an aggregate indicator of social and labor potential has been defined in dynamics for a three year' period.

Key words: socio-labor potential, estimation methods, component typology, indices and indicators, system of indicators of responsibility (ASC).

Постановка проблеми. Побудова конкурентоспроможної, соціально-орієнтованої економіки держави значною мірою визначається наявністю та рівнем використання ресурсів виробництва, серед яких провідну роль відіграє ресурс живої праці, який науковцями трактується як персонал, кадри, трудовий ресурс, людський ресурс, людський капітал тощо. Це обумовлює необхідність удосконалення та подальшого розвитку теоретико-методологічних та практичних питань функціонування та використання цього виду ресурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів зазначеної проблеми присвячено численні праці вітчизняних учених. Серед науковців слід назвати таких, як О.І. Амоша, О.В. Ареф'єва, Д.П. Богиня, Т.В. Білоус, М.В. Боровик, Л.В. Галаз, Н.В. Гладчак, М.Д. Ведерніков, О.В. Гончарук, О.А. Грішнова, С.Б. Довбня, М.І. Долішній, Я.О. Зубрицька, О.О. Ільчук, А.О. Кисла, О.О. Коваль, А.М. Колот, Л.Г. Міронова, М.М. Новікова, О.О. Письменна, О.В. Посилкіна, В.В. Сідоренко, В.А. Скурська, О.С. Федонін, А.В. Череп, А.І. Шарко. У цьому контексті автори публікацій розглядають категорійний апарат, струк-

турні типології, показники та методи оцінки, управлінські і стратегічні питання, аналізують вітчизняний і зарубіжний досвід. Проте сучасна теорія і практика не надає вичерпних і однозначних відповідей на багато питань (що загалом є зрозумілим і виправданим з огляду на складність соціально-економічних явищ), а отже, залишається простір для їх подальшого удосконалення та розвитку. Зокрема, це стосується визначення потенціалу трудового колективу підприємства.

Постановка завдання. З урахуванням зазначеного метою дослідження є уточнення дефініції «соціально-трудоий потенціал», удосконалення методичних засад його оцінювання та забезпечення балансу інтересів між топ-менеджментом і персоналом підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Не ставлячи задачу всебічного охоплення та аналізу всіх категорій, пов'язаних з ресурсом живої праці, обмежимося лише розглядом категорії «трудоий потенціал підприємства» Економічну сутність цього поняття висвітлено в багатьох навчальних виданнях і наукових працях [1–8]. Воно трактується як:

– сукупні можливості працівників підприємства активно чи пасивно брати участь у виробничому процесі в рамках конкретної організаційної структури з огляду на матеріально-технічні, технологічні та інші параметри [1, с. 200];

– гранична величина можливої участі робітників у виробничому процесі з урахуванням психофізіологічних особливостей, рівня професійних знань, трудового досвіду за наявності необхідних організаційно-технічних умов [2];

– сукупність кількісних та якісних характеристик працівників, що визначають наявні та майбутні можливості їх участі у трудовій діяльності для досягнення цілей підприємства за певних виробничих умов [3, с. 21];

– сукупність трудових можливостей, яка сформована і формується у певних виробничих відносинах та умовах відтворення, а в разі відповідності сучасним технологіям може бути ефективно використана у виробничій діяльності [4];

– комплексне поєднання потенційних можливостей, які можуть бути представлені групами якісних та кількісних характеристик персоналу [5, с. 16];

– прогнозована інтегральна здатність групи, колективу, підприємства, працездатного населення країни, регіону до продуктивної трудової професійної діяльності, результатом якої є новостворені духовні та матеріальні цінності [6, с. 87];

– сукупна кваліфікація та професійні здібності всіх працівників підприємства, а також досягнення підприємства в ефективній організації праці та розвитку персоналу [7, с. 56];

– наявні та перспективні можливості трудового колективу підприємства кількісно та якісно задовольняти потреби підприємства та реалізовувати його цілі найефективнішим чином за наявності відповідного ресурсного забезпечення [8, с. 248].

Як бачимо, у своїй головній сутності наведені тлумачення (та й багато інших, не представлених у статті) принципово не різняться і наголошують на двох основних змістовних особливостях. По-перше, стверджується, що цей потенціал – це можливості працівників, що не викликає заперечень і цілком узгоджується із загальним тлумаченням категорії «потенціал». По-друге, зазначається, що ці можливості реалізуються за певних умов або ресурсного забезпечення. При цьому розуміються зазвичай виробничі умови. На нашу думку, для повного розкриття потенціалу працівника, окрім виробничих, важливе місце посідають соціальні умови. Саме в соціально-трудові відносини він вступає під час прийняття на роботу, що передбачає соціальну відповідальність роботодавця не тільки перед суспільством загалом, але й перед колективом підприємства та його членами. З огляду на зазначене вважаємо, що більш точним є термін «соціально-трудова потенціал підприємства». Потрібно сказати, що цей термін частіше використовується

для характеристики цього соціально-економічного явища на рівні країни, регіону [9, с. 129] і практично не вживається на рівні підприємства. Уточнення терміна потребує й відповідного коригування власне формулювання поняття «соціально-трудова потенціал підприємства». При цьому за основу нами прийняте досить вдале, на наш погляд, формулювання сутності цього потенціалу для регіону [9]. Таким чином, соціально-трудова потенціал підприємства ми розглядаємо як комплексну категорію, яка визначає наявні та майбутні можливості персоналу підприємства, відображає інтегральну сукупність кількісно-якісних характеристик працівника, його працездатності та соціально-економічних умов праці і гарантій, результатом чого є новостворені матеріальні та духовні цінності, високий рівень соціального партнерства.

Торкаючись другої поставленої авторами статті мети, яка полягає в аналізі та удосконаленні методичного забезпечення оцінки трудового потенціалу підприємства, вважаємо доречним сказати, що одними науковцями вона розглядається в контексті сукупного (економічного) потенціалу, іншими – у складі виробничого потенціалу тощо. У більшості ж наукових публікацій на таких нюансах не наголошується, а трудова потенціал виокремлюється в самостійне соціально-економічне явище.

Методичному інструментарію оцінювання потенціалу підприємства як такого, зокрема трудового потенціалу, в науковій літературі приділяється особлива увага [3; 9; 10; 12–19; 21]. Серед методів такої оцінки найчастіше називають вартісний, виділяючи за аналогією з оцінкою вартості підприємства такі його різновиди, як витратний, дохідний (результативний); порівняльний (ринковий, аналоговий); інтегральний; експертний; графічний. Принципова сутність цих методів досить детально висвітлюється в наукових джерелах, присвячених цьому питанню. Вдалою, на наш погляд, є систематизація методів, виконана автором О.В. Гончарук [11], з наведенням, окрім їх короткої характеристики, переваг і недоліків кожного.

Дослідження показали, що досить поширеним серед теоретиків та практиків є інтегральний метод [9; 18; 19], представлений певним спектром його модифікацій, які відрізняються різним набором компонент та показників, що їх характеризують, підходами до вибору бази порівняння, врахуванням значущості окремих компонент і показників, алгоритму розрахунку агрегованого показника, шкали інтерпретації отриманих результатів. Приєднуючись до авторів, що є прихильниками інтегральної оцінки, зауважимо, що названі методичні питання, притаманні цьому методу, не мають єдиного вирішення. Це пояснюється, з одного боку, тим, що кожен науковець може мати власну обґрунтовану позицію щодо методики оцінки трудового потенціалу підприємства, а з іншого боку, необхідністю врахування відмінностей об'єкта дослідження за

видом і масштабом діяльності, стадією життєвого циклу, ступенем його самостійності та розвиненості внутрішньокорпоративної культури і соціального партнерства, специфікою галузі, до якої цей об'єкт відноситься, наявністю вихідної інформації для проведення розрахунків тощо.

Систематизація та узагальнення сучасних поглядів наукової спільноти щодо побудови інтегральних моделей оцінювання трудового потенціалу підприємств дали змогу дати власне бачення вирішення цієї проблеми, основні положення якого представлені далі. При цьому виходили з необхідності якомога повного відображення економічного змісту уточненої нами категорії «соціально-трудоий потенціал підприємства» (далі – СТПП), охоплення методичних питань, які потребують вирішення під час застосування цього підходу. Стосовно останніх скажемо, що досить вичерпний їх перелік надано в публікації одного з авторів статті [14, с. 275]. У своєму сутнісному вимірі він містить такі позиції: формування складу компонент СТПП; розробка системи часткових (одиничних) показників-індикаторів у межах кожної структурної компоненти; перетворення цих показників у відносні величини, тобто здійснення так званої процедури стандартизації (інакше – нормалізації); визначення вагомості кожної компоненти, кожного окремого показника; розрахунок групового (комплексного) показника по кожній складовій СТПП за вибраною формулою згортки; обчислення інтегрального показника СТПП за вибраним алгоритмом; інтерпретація отриманої узагальнюючої оцінки за певною шкалою.

Склад компонент СТПП за їх кількістю та змістовною наповненістю обґрунтовано в джерелі [14, с. 275] та представлено на рис. 1.

Формування системи конкретних показників-індикаторів у межах кожної компоненти здійснено з огляду на певні вимоги, такі як максимальна відповідність змісту та назві тієї чи іншої компоненти; включення переважно кількісних показників (зادля зниження впливу суб'єктивного фактору) та таких, що слабо корелюють між собою; орієнтація на

традиційні показники, які широко застосовуються в економічній теорії і практиці та мають загальноприйняті алгоритми розрахунку; врахування техніко-технологічних, організаційно-управлінських та фінансово-економічних особливостей діяльності конкретного об'єкта дослідження.

Винятком зі сформульованих вимог є складова «якість персоналу», характеристиками якої, на наш погляд, є стаж роботи, освіта, досвід, середній вік, стан здоров'я, інтелектуальний рівень тощо. Не заперечуючи важливість кожної з перелічених характеристик, вважаємо, що, по-перше, вони повинні комплексно враховуватись ще на стадії прийому особи на роботу, виходячи з кваліфікаційних вимог; по-друге, у процесі діяльності активний вплив менеджменту підприємств з урахуванням прийняття результативних управлінських рішень є обмеженим. Тому вважаємо припустимим оцінювати цю складову експертним методом. Аналогічні міркування, а також відсутність можливості проведення опитування широкого кола працівників підприємства покладені нами і в основу вибору зазначеного методу для оцінки рівня вмотивованості та задоволення працівників умовами праці (одна з характеристик складової «стан та розвиток соціального діалогу»).

З урахуванням викладених аргументів за кожною складовою сформовано таку систему кількісних показників:

- стабільність та інтенсивність руху (коефіцієнт стабільності кадрів; коефіцієнт плинності кадрів; коефіцієнт звільнення кадрів; коефіцієнт відновлення кадрів);
- стан та розвиток соціального діалогу (кількість заходів, спрямованих на покращення умов праці і санітарно-оздоровчі процедури; витрати на соціальні та санітарно-оздоровчі заходи);
- навчання та розвиток (кількість проектів, спрямованих на навчання і розвиток; частка робітників, що підвищили кваліфікацію; частка керівників і спеціалістів, що підвищили кваліфікацію);
- вартість та ефективність (продуктивність праці, розрахована за показником чистої продук-

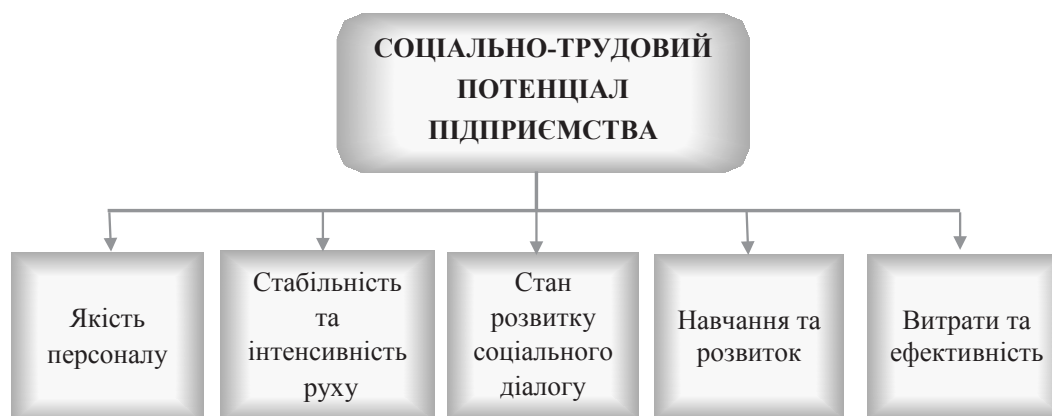


Рис. 1. Структура соціально-трудоого потенціалу підприємства

ції з метою виключення впливу уречевленої праці; співвідношення середньомісячної заробітної плати на підприємстві і в промисловості України; співвідношення темпів зростання продуктивності праці і заробітної плати).

З метою приведення відібраних одиничних показників до єдиного масштабу вибрано підхід, згідно з яким фактичне його значення поділяється на найкраще (максимальне – для показників-стимуляторів, мінімальне – для показників-дестимуляторів).

Стосовно вагомості окремих компонент, окремих показників СТПП зазначимо, що авторами прийнято варіант, згідно з яким експертним шляхом вона встановлюється тільки для компонент, що пояснюється прагненням не обтяжувати інтегральну модель суб'єктивними оцінками. При цьому застосовано добре відомий фахівцям спосіб упорядкування та попарного порівняння параметрів.

Агрегування відносних часткових характеристик для отримання сукупного результату за кожною складовою СТПП здійснено за формулою середньої арифметичної простої з огляду на прийняту однакову їх вагомість. Для визначення комплексної оцінки СТПП прийнято формулу багатовимірної середньої, яка враховує вагомість окремих компонент. У розгорнутому вигляді алгоритм розрахунку інтегрального показника виглядає таким чином:

$$СТПП = ЯП \times a_{ЯП} + СІР \times a_{СІР} + СРСД \times a_{СРСД} + \\ + НР \times a_{НР} + ВЕ \times a_{ВЕ}$$

де *ЯП*, *СІР*, *СРСД*, *НР*, *ВЕ* – компоненти СТПП, а саме якість персоналу, стабільність та інтенсивність руху, стан та розвиток соціального діалогу, навчання та розвиток, вартість та ефективність, коеф.;

$a_{ЯП}$, $a_{СІР}$, $a_{СРСД}$, $a_{НР}$, $a_{ВЕ}$ – частка відповідних компонент СТПП.

Для інтерпретації отриманої інтегральної оцінки використано порядкову (рангову) шкалу (табл. 1).

Викладені методичні підходи використано для розрахунку інтегрального показника СТПП в умовах ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ». Завод є багатопрофільним підприємством, основним видом діяльності якого є виробництво та реалізація сталевих труб, суцільнокатаних коліс, бандажів та осей. Основні показники господарської діяльності в динаміці за три роки надано в табл. 2. Як бачимо, підприємство має негативні результати діяльності протягом зазначеного періоду, що обумовлене переважно дією факторів макроекономічного та політичного характеру. Коефіцієнт використання виробничих потужностей за останні два роки не перевищував 50%.

Повертаючись до питання визначення інтегрального рівня СТПП, попередньо зупинимось на процедурі та результатах експертного опитування. Кількісний склад експертів становив 5 осіб; серед них є провідні фахівці служб управління персоналом, заробітної плати, соціального розвитку, охорони праці, фінансово-економічної. Їм запропоновано здійснити оцінку за 5-бальною шкалою (5 – максимальна оцінка), керуючись певними критеріями. Для складової «якість персоналу» такими є статевікова характеристика, стаж роботи, рівень кваліфікації, професійна компетентність, освітній рівень, якість і оперативність виконаних робіт, трудова дисципліна, інтелектуальний рівень, стан здоров'я тощо. Для оцінки рівня вмотивованості та задоволення умовами праці – базовий рівень заробітної плати, відсоток змінної частини оплати праці, наявність бонусної системи, соціального пакета, ефективність заходів з охорони праці, можливість оздоровлення члена колективу та його сім'ї, користування дошкіль-

Таблиця 1

Інтерпретація результатів оцінки СТПП

Шкала	Якісна характеристика	Стан підприємства
0,00–0,25	Надто низький рівень СТПП	Стан, якість персоналу, інтенсивність руху, показники розвитку та ефективність використання персоналу на підприємстві незадовільні. Потрібно створювати програму впровадження, спрямовану на покращення ситуації.
0,26–0,50	Низький рівень СТПП, нижче середнього	Стан, якість персоналу, інтенсивність руху, показники розвитку та ефективність використання персоналу незадовільні, втім, діяльність служби персоналу на підприємстві ведеться. Необхідно активніше впроваджувати заходи з підвищення заробітної плати.
0,51–0,75	Прийнятний рівень СТПП (середній і вище середнього)	Стан, якість персоналу, інтенсивність руху, показники розвитку та ефективність використання персоналу задовільні. Усі аспекти діяльності, пов'язані з персоналом, здійснюються на достатньому рівні. Швидше за все, для покращення ситуації необхідно приділити увагу питанням удосконалення системи оплати праці.
0,75–0,95	Задовільний рівень СТПП	Стан, якість персоналу, інтенсивність руху, показники розвитку та ефективність використання персоналу задовільні. Усі аспекти діяльності, пов'язані з персоналом, здійснюються на досить високому рівні. Швидше за все, для покращення ситуації необхідно приділити увагу питанням розвитку персоналу, соціальній відповідальності, корпоративній культурі.
0,95–1,00	Високий рівень СТПП	Абсолютно задовільний стан роботи з персоналом за всіма аспектами діяльності.

Фінансово-економічні результати діяльності ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»

Показники	Роки		
	2014	2015	2016
1. Обсяг реалізації труб, тис т	267,7	165,7	138,6
2. Обсяг реалізації коліс, тис т	124,2	82,1	105,3
3. Чистий дохід, млн. грн.	5 498,8	5 714,5	5 052,2
4. Валовий прибуток, млн. грн.	882,0	1 231,2	760,7
5. Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.	(1 203,1)	(921,4)	(1 313,1)
6. Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	(1 020,5)	(809,7)	(1 136,4)
7. Середньооблікова кількість персоналу, ос.	5 458	4 709	4 444
8. Продуктивність праці, тис. грн./ос.*	200,0	368,5	195,8
9. Середньомісячна заробітна плата, грн.	4 193	5 426	6 761
10. Середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.	2 864,4	2 703,4	2 757,2
11. Фондовіддача, грн./грн.	1,92	2,11	1,83
12. Рентабельність продажів, %	-17,1	-8,5	-15,5

* розраховано за показником чистої продукції

ними закладами, поліклінічними послугами тощо. Результати усередненої експертної оцінки у відносних величинах, розрахованих за описаним раніше методом, наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Результати розрахунку за експертними оцінками

Назва характеристики	Роки		
	2014	2015	2016
Якість персоналу	0,600	0,680	0,760
Рівень вмотивованості та задоволення умовами праці	0,400	0,520	0,640

Варіацію думок експертів навколо середнього значення обчислено за показником варіації, який не перевищив 20%, що є прийнятним результатом.

Вагомості окремих компонент СТПП, визначені також експертним методом, мають такі показники: якість персоналу – 0,30; стабільність та інтенсивність руху – 0,15; стан та розвиток соціального діалогу – 0,20; навчання та розвиток – 0,10; вартість та ефективність – 0,25. Ступінь погодженості думок експертів про значущість складових розраховано за показником «коефіцієнт конкордації», який має досить високе значення (0,753).

З урахуванням вагомості складових формула розрахунку інтегрального показника СТПП приймає такий вигляд:

$$СТПП = 0,30ЯП + 0,15СІР + 0,20СРСД + 0,10НР + 0,25ВЕ.$$

Відносні кількісні характеристики за кожною складовою та агрегована оцінка останніх представлені в табл. 4. При цьому за умовний еталон прийняте найкраще значення показника, досягнуте в аналізованому періоді.

Зведені результати розрахунку інтегрального показника СТПП та його інтерпретація надані в табл. 5.

Таким чином, з плином часу підприємство перейшло з розряду прийнятного стану СТПП до більш високого задовільного рівня. Але, незважаючи на це, у 2016 році порівняно з попереднім роком відбулося певне погіршення ситуації.

Далі нами здійснено аналіз, спрямований на виявлення впливу ступеня збалансованості інтересів керівництва та персоналу підприємства на одержані результати. З цією метою застосовано одну із систем стратегічного вимірювання результатів бізнесу, а саме систему показників відповідальності (Accountability Scorecard, ASC), яка ґрунтується на концепції зацікавлених сторін (stakeholder concept) Р. Фрімена [20]. В ASC-моделі визначаються зацікавлені сторони (як зовнішні, так і внутрішні), які мають відношення до того чи іншого підприємства та його керівництва. До основних зацікавлених сторін зазвичай відносять акціонерів, постачальників, покупців, персонал. Керівництво має враховувати інтереси цих сторін, щоб у майбутньому отримати набагато більшу вигоду. Для кожної зацікавленої сторони визначаються внески, які отримує підприємство від неї, і вигоди (стимули), що отримує від підприємства ця сторона. В контексті досліджуваної теми нас буде цікавити тільки зв'язок «підприємство – персонал», в якому внеском є праця, стимулом – рівень мотивації та умов праці. З наведених вище показників до таких, що безпосередньо характеризують внески, можна віднести продуктивність праці та якість носія праці (якість персоналу); стимули, а саме заробітну плату, показники кількості заходів та витрат на соціальні заходи та санітарно-оздоровчі процедури; усі показники складово-

Таблиця 4

Агрегована оцінка компонент СТПП

Назва компоненти, показника	Роки		
	2014	2015	2016
Стабільність та інтенсивність руху			
1. Коефіцієнт стабільності кадрів	1,000	0,975	0,995
2. Коефіцієнт плинності кадрів	0,897	1,000	0,941
3. Коефіцієнт звільнення кадрів	0,533	0,762	1,000
4. Коефіцієнт відновлення кадрів	0,728	1,000	0,885
Середнє значення	0,789	0,934	0,955
Стан та розвиток соціального діалогу			
1. Кількість заходів, спрямованих на покращення умов праці та санітарно-оздоровчі процедури	0,611	1,000	0,849
2. Витрати на соціальні заходи та санітарно-оздоровчі процедури	1,000	0,596	0,689
3. Кількість виробничих травм	0,714	0,556	1,000
4. Рівень вмотивованості та задоволення умовами праці	0,625	0,812	1,000
Середнє значення	0,737	0,741	0,884
Навчання та розвиток			
1. Кількість проектів, спрямованих на навчання і розвиток	0,375	0,625	1,000
2. Частка робітників, що підвищили кваліфікацію	0,673	1,000	0,420
3. Частка керівників і спеціалістів, що підвищили кваліфікацію	0,322	1,000	0,229
Середнє значення	0,457	0,875	0,550
Вартість та ефективність			
1. Продуктивність праці	0,543	1,000	0,531
2. Співвідношення середньомісячної заробітної плати на підприємстві і в промисловості України	0,917	0,989	1,000
3. Співвідношення темпів зростання продуктивності праці і заробітної плати	0,748	1,000	0,299
Середнє значення	0,736	0,996	0,610

Таблиця 5

Інтегральна оцінка СТПП та його інтерпретація

Компоненти	Відносна оцінка за роками			Вагомість	Оцінка з урахуванням вагомості за роками		
	2014	2015	2016		2014	2015	2016
Якість персоналу	0,790	0,895	1,000	0,30	0,237	0,268	0,300
Стабільність та інтенсивність руху	0,789	0,934	0,955	0,15	0,118	0,140	0,143
Стан та розвиток соціального діалогу	0,737	0,741	0,884	0,20	0,147	0,148	0,177
Навчання та розвиток	0,457	0,875	0,550	0,10	0,046	0,088	0,055
Вартість та ефективність	0,736	0,996	0,610	0,25	0,184	0,249	0,153
Рівень СТПП	x	x	x	1,00	0,732	0,893	0,828
Інтерпретація СТПП	x	x	x	x	Прийнятно	Задовільно	Задовільно

вої «навчання та розвиток». Щодо інших показників, наведених в табл. 4, то, на нашу думку, вони більшою мірою є результатом взаємодії зацікавлених сторін, а отже, в чистому вигляді не можуть характеризувати якусь із них.

Сукупну оцінку внесків-стимулів виконано із застосуванням процедури, що аналогічна засто-

сованій під час розрахунку усередненого значення кожної складової СТПП. У підсумку маємо такий результат (табл. 6).

Як бачимо, в усіх випадках внески працівників перевищують їх стимули. Для забезпечення збалансованості інтересів підприємства і персоналу достатньо, наприклад, збільшити частку керівни-

ків і спеціалістів, що підвищили кваліфікацію, хоча б до рівня 2014 року (0,673 у відносному вимірі) (табл. 4). Тоді баланс «внески – стимули» буде складати 0,766 – 0,772. Доведення ж усіх показників-стимулів, що мали в 2016 році не найкращі значення, до максимально досягнутих за досліджуваний період, може забезпечити зростання показника СТПП з 0,828 до 0,896.

Таблиця 6

Сукупна оцінка внесків стимулів у всіх випадках в ASC-моделі

Найменування	Роки		
	2014	2015	2016
Внески	0,667	0,948	0,766
Стимули	0,600	0,837	0,698

Висновки з проведеного дослідження.

Проведене дослідження дало змогу констатувати, що сьогодні існує широкий спектр точок зору науковців стосовно сутності та методів оцінювання трудового потенціалу підприємства. Систематизація та узагальнення наукової думки дали можливість надати авторське бачення економічного змісту категорії «соціально-трудова потенціал підприємства» та методичного підходу до його оцінювання. Апробацію методики здійснено на прикладі конкретного промислового підприємства. Розрахунки, виконані за 2014–2016 роки, показали позитивну динаміку інтегрального показника. Збалансованість інтересів керівництва підприємства та персоналу підприємства визначено з використанням ASC-моделі. Отримані усереднені величини внесків і стимулів свідчать про перевищення внесків працівників над стимулами протягом усього аналізованого періоду. Показано, за яких умов можна практично досягти балансу інтересів та підвищити рівень соціально-трудова потенціалу підприємства. Подальші дослідження будуть присвячені розгляду методичних питань врахування синергетичного ефекту під час оцінювання цього потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2004. 316 с.
2. Мороз О.С. Управління людськими ресурсами: навч. посібник. URL: http://pidruchniki.com/81900/management/upravlinnya_lyudskimi_resursami.
3. Скурська В.А. Мотиваційний механізм управління трудовим потенціалом підприємства: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2015. 243 с.
4. Синиця Т.В. Формування та використання трудового потенціалу промислового підприємства: автореферат дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.09.01; Харківський держ. економічний ун-т. Харків, 2004. 23 с.

5. Цимбаленко Н.В., Греча А.П., Тарасенко І.О. Методичні положення оцінки трудового потенціалу підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. Т. 1. № 4. С. 16–17.
6. Долішний М.І. Соціально-психологічні компоненти трудового потенціалу. Демографічні аспекти відтворення трудового потенціалу. 1994. Ч. 3. С. 86–92.
7. Городецька Л.О. Економіка праці і соціально-трудова відносини: навч. посібник. Київ: Видавництво Національного авіаційного університету «НАУ–друк», 2009. 400 с.
8. Череп А.В., Зубрицька Я.О. Основи формування трудового потенціалу в державі, регіоні, на підприємстві. Вісник Запорізького національного університету. 2011. № 1 (9). С. 245–254.
9. Галаз Л.В. Обґрунтування інтегрального показника оцінювання трудового потенціалу підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23406/1/19-128-134.pdf>.
10. Галаз Л.В. Підходи щодо оцінки трудового потенціалу підприємства/ Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». 2010. № 683. С. 178–184.
11. Гончарук О.В. Особливості визначення економічного потенціалу коксохімічних підприємств. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 18. С. 64–68. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2015/15.pdf.
12. Колот А.М., Грішнова О.А., Герасименко О.О. та ін. Економіка праці та соціально-трудова відносини: підручник / за наук. ред. А.М. Колота. Київ: КНЕУ, 2009. 711 с.
13. Зубрицька Я.О. Методичні підходи щодо оцінки трудового потенціалу підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.17. С. 194–200.
14. Ігнашкіна Т.Б., Устимчук С.О. Щодо методичного інструментарію оцінки трудового потенціалу підприємства. Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії і практики: матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф. (15–16 вересня 2016 року). Одеса: Атлант, 2016. С. 274–275.
15. Новікова М.М. Вдосконалення методики визначення трудового потенціалу промислового підприємства. Коммунальное хозяйство городов. Серія: Економічні науки. 2008. № 80. С. 235–248.
16. Письменна О.О. Теоретичні основи і методичний інструментарій формування кадрової стратегії підприємства: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04; кер. С.Б. Довбня; Нац. гірн. ун-т; наук. 2017. 320 с.
17. Пономаренко В.С., Гриньова В.М., Салун М.М., Новікова М.М. та ін. Управління трудовим потенціалом. Харків: ХНЕУ, 2006. 346 с.
18. Посилкіна О.В., Братішко Ю.С. Методика інтегральної трудового потенціалу фармацевтичних підприємств. URL: space.nuph.edu.ua/ПОСЫЛКИНА,%20БРАТИШКО%20статья%20.
19. Сідоренко В.В. Інтегральна оцінка трудового потенціалу машинобудівних підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2011. Т. 1. № 5. С. 106–110.
20. Freeman R.E. Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA: Pitman Publishing, 1984.

21. Шарко А.І. Методологічні підходи щодо оцінювання трудового потенціалу підприємства. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. 2011. № 2. С. 206–213.

REFERENCES:

1. Fedonin O.S. (2004) Potensial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka [Potential of a Enterprise: Formation and Evaluation]: Tutorial / O.S. Fedonin, I.M. Riepinina, O.I. Oleksiuk. – Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
2. Moroz O.S. Upravlinnia liudskymy resursamy [Staff Management]: Tutorial [electronic resource] / O.S. Moroz // access mode: http://pidruchniki.com/81900/menedzhment/upravlinnya_lyudskimi_resursami.
3. Skurska V.A. (2015) Motyvatsiinyi mekhanizm upravlinnia trudovym potentsialom pidpriemstva: dys. kand. ekon. Nauk [Motivative Mechanism of Company's Labor Potential Management: Ph.d. (econ.) Thesis]: 08.00.04 / Valentyna Anatoliivna Skurska; Khmelnytskyi national University. – Khmelnytskyi.
4. Synytsia T.V. (2004) Formuvannia ta vykorystannia trudovoho potentsialu promyslovoho pidpriemstva: avtoreferat dys. kand. ekon. nauk [Formation and application of Company's Labor Potential: the Abstract of the Ph.d. (econ.) Thesis]: 08.09.01 / Tetiana Valeriivna Synytsia; Kharkiv state economic Institute. – Kharkiv.
5. Tsymbalenko N.V. (2009) Metodychni polozhennia otsinky trudovoho potentsialu pidpriemstva [Methodological Fundamentals of Company's Labor Potential Evaluation] / N.V. Tsymbalenko, A.P. Hrecha, I.O. Tarasenko // Herald of Khmelnytskyi national University, T. 1, no 4, pp. 16–17.
6. Dolishnyi M.I. (1994) Sotsialno-psykholohichni komponenty trudovoho potentsialu [Social and psychological components of Labor Potential] / M.I. Dolishnyi // Demographic aspects of Labor Potential Reproduction, Ch. 3, pp. 86–92.
7. Horodetska L.O. (2009) Ekonomika pratsi i sotsialno-trudovi vidnosyny [Labor economics and social-industrial relation]. Tutorial. – Kyiv: Publisher House of National Aviation University "NAU – druk" (in Ukrainian).
8. Cherep A.V. (2011) Osnovy formuvannia trudovoho potentsialu v derzhavi, rehioni, na pidpriemstvi [Fundamentals of Labor Potential Formation in terms of the State, region and Enterprise] / A.V. Cherep, Ya.O. Zubrytska // Herald of Zaporizhzhia national University, no 1 (9), pp. 245–254.
9. Halaz L.V. Obhruntuvannia intehralnogo pokaznyka otsiniuvannia trudovoho potentsialu pidpriemstva [Substantiation of an integer index of Company's Labor Potential Evaluation] [electronic resource] / L.V. Halaz // Access mode: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23406/1/19-128-134.pdf>.
10. Halaz L.V. (2010) Pidkhody shchodo otsinky trudovoho potentsialu pidpriemstva [approach as to Labor Potential enterprise Evaluation] / L.V. Halaz // Herald of National university "Lvivska politekhnika". Ed. "Economic and management issues", no 683, pp. 178–184.
11. Honcharuk O.V. (2015) Osoblyvosti vyznachennia ekonomichnoho potentsialu koksokhimichnykh pidpriemstv [Features of Economical Potential Determination of by-product coke factories] / O.V. Honcharuk // Investment: practice and experience, no 18, pp. 64–68. [electronic resource]. – Access mode: http://www.investplan.com.ua/pdf/18_2015/15.pdf.
12. Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny: pidruchnyk (2009) [Economics of Labor and Social and Industrial Relations] / A.M. Kolot, O.A. Hrishnova, O.O. Herasymenko; under supervision of doctor of Sciences (econ.), prof. A.M. Kolota. – Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
13. Zubrytska Ya.O. (2011) Metodychni pidkhody shchodo otsinky trudovoho potentsialu pidpriemstva [Methodological Approach of Company's Labor Potential Evaluation] / Ya.O. Zubrytska // Scientific Herald of NLTU Ukraine, vol 21.17, pp. 194–200.
14. Ihnashkina T.B. (2016) Shchodo metodychnoho instrumentariiu otsinky trudovoho potentsialu pidpriemstva [As to the methodological toolkit of Company's Labor Potential Evaluation] / T.B. Ihnashkina, S.O. Ustymchuk // Economy of Enterprise: contemporary issues of theory and practice: Proceedings of the Fifth scientific and practical Conference, the 15–16th of September 2016. – Odesa: Atlant, pp. 274–275.
15. Novikova M.M. (2008) Vdoskonalennia metodyky vyznachennia trudovoho potentsialu promyslovoho pidpriemstva [Improvement of Methodic of determination of Labor Potential of an Industrial Enterprise] / M.M. Novikova // Municipal Facilities of Cities. Ed.: Economical Sciences, no 80, pp. 235–248.
16. Pysmenna O.O. (2017) Teoretychni osnovy i metodychni instrumentarii formuvannia kadrovoi stratehii pidpriemstva: dys. kand. ekon. nauk [Theoretical fundamentals and methodological toolkit of Staff Policy Strategy: Ph.D. (econ.) Thesis]: 08.00.04 / Pysmenna Oleksandra Oleksandrivna; Ministry Education and Science of Ukraine, National Mining Academy; under supervision of Dovbnia S.B. Dnipro.
17. Ponomarenko V.S. (2006) Upravlinnia trudovym potentsialom. Naukove vydannia [Labor Potential Management. Scientific Publication] / V.S. Ponomarenko, V.M. Hrynova, M.M. Salun, M.M. Novikova. – Kharkiv: KhNEU (in Ukrainian).
18. Posylkina O.V. Metodyka intehralnoi trudovoho potentsialu farmatsevychnykh pidpriemstv [Methodic of integer evaluation of labor potential of pharmaceutical companies] [electronic resource] / O.V. Posylkina, Yu.S. Bratishko // Access mode: space.nuph.edu.ua/POSYLKYNA,%20BRATYSHKO%20statia%20.
19. Sidorenko V.V. (2011) Intehralna otsinka trudovoho potentsialu mashynobudivnykh pidpriemstv [Integer Evaluation of labor potential of shipbuilding factories] / V.V. Sidorenko // Herald of Khmelnytskyi national University. Economical Sciences, T. 1, no 5, pp. 106–110.
20. Freeman R.E. Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA: Pitman Publishing, 1984. – 258 p.
21. Sharko A.I. (2011) Metodolohichni pidkhody shchodo otsiniuvannia trudovoho pidpriemstva [Methodological approach as to evaluate The Labor Potential of a Company] / A.I. Sharko // The State and Regions, ed.: Economy and Entrepreneurship. – Zaporizhzhia, no 2, pp. 206–213.

Ihnashkina T.B.Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Economy and Entrepreneurship Department
of National metallurgical academy of Ukraine**Romanovskyi I.G.**Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
of Economy and Entrepreneurship Department
of National metallurgical academy of Ukraine**Hubarenko L.M.**Senior Instructor
of Economy and Entrepreneurship Department
of National metallurgical academy of Ukraine

PROBLEMATIC ISSUES OF EVALUATION OF SOCIAL AND LABOR POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

The analysis of publications dedicated to issues of the labor potential of enterprise showed the lack of unambiguity within a wide range of viewpoints of researches examining the problem and failure of methods to provide a clear solution. In view of this, the purpose of present research is to clarify the definition of "social and labor potential", to improve methodological principles of its evaluation and to secure a balancing of interests between the top management and personnel of the enterprise in the terms of social partnership.

Due to narrowness of the definition labor potential of the enterprise set forth in the literature, as well as due to insufficient examination of its social aspect, the authors offer their expanded version of the economic content of this category. They suggest an appropriate substitution of the definition of "labor potential of the enterprise" for "socio-labor potential of the enterprise" (hereinafter referred to as SLPE).

Out of the whole variety of methodological approaches to determining the labor potential of an enterprise (cost, integral, expert, graphic, etc.), the authors have chosen a widespread integral method. It enabled them to provide an adequate complex assessment to the object under investigation.

The method has its modifications. They differ in various set of components and indicators that characterize them. Also, their approaches to the choice of comparison base fail to match. Moreover, the consideration of significance of individual components and indicators, the algorithm of calculating the aggregate indicator, the scale of interpretation of the results differs substantially. The reasons for this are due to the need to take into account many factors that significantly distinguish one object from another.

The authors improved the method basing on the following postulates. The typology of structural elements of the SLPE (staff quality, stability and intensity of movement, the state of development of social dialogue, training and personnel development, costs and efficiency) are being evaluated by experts taking into account the importance of item. Characteristics of the components of SLPE form an appropriate system of quantitative-qualitative parameters.

Calculations of the integral indicator of SLPE based on the data of a particular industrial enterprise showed to be in a positive dynamics: in 2014 – 0.732 (acceptable level); 2015, 2016 – 0.893 and 0.828 (satisfactory level) respectively.

In order to determine the degree of balancing of stakeholders' interests (top management, personnel), ASC-method (Accountability Scorecard, liability indicators system) was applied. The average amounts of internal instalments due to enterprise's employees and the incentives provided to them were defined.

The results indicate an excess of employee contributions over incentives throughout the analyzed period. Such situations should be subjected to continuous monitoring of the company's management; it tends to be of paramount importance to the subsequent management decisions.

КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ РЕЗЕРВИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ

CREDITWORTHINESS OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISES: ANALYSIS OF FACTORS THAT CREATES A RESERVE FOR ITS GROWTH

У статті розглянуто особливості аналізу кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств (на прикладі СПРАТ «Україна»). Зокрема, проведено оцінку кредитоспроможності аналізованого підприємства за найпоширенішими моделями, такими як прогнозування ймовірності банкрутства підприємства, оцінка якості кредиту та комплексні моделі оцінки кредитоспроможності. Виявлено проблемні аспекти управління кредитоспроможністю сільськогосподарських підприємств, серед яких слід назвати відсутність комплексної моделі оцінки кредитоспроможності, неефективну політику управління ліквідністю підприємства, консервативну політику фінансування оборотного капіталу підприємства, низький рівень боргового навантаження. Проведено аналіз основних факторів, які формують резерви її зростання, а також розроблено перелік заходів з підвищення кредитоспроможності на аналізованому підприємстві.

Ключові слова: кредитоспроможність, сільськогосподарське підприємство, фактори оцінки кредитоспроможності, моделі оцінки кредитоспроможності, управління кредитоспроможністю сільськогосподарських підприємств.

В статье рассмотрены особенности анализа кредитоспособности сельскохозяйственных предприятий (на примере СПРАТ «Украина»). В частности, проведена оценка кредитоспособности рассматриваемого предприятия по самым распространенным моделям, таким как прогнозирование вероятности банкротства предприятия, оценка качества кредита и комплексные модели оценки кредитоспособности. Выявлены проблемные аспекты управления кредитоспособностью сельскохозяйственных предприятий, среди которых следует

назвать отсутствие комплексной модели оценки кредитоспособности, неэффективную политику управления ликвидностью предприятия, консервативную политику финансирования оборотного капитала предприятия, низкий уровень долговой нагрузки. Проведен анализ основных факторов, которые формируют резервы ее роста, а также разработан перечень мероприятий по повышению кредитоспособности на анализируемом предприятии.

Ключевые слова: кредитоспособность, сельскохозяйственное предприятие, факторы оценки кредитоспособности, модели оценки кредитоспособности, управление кредитоспособностью сельскохозяйственных предприятий.

The article deals with the peculiarities of the creditworthiness' analysis of agricultural enterprises (on the example of APJSC "Ukraine"). In particular, an assessment of the analyzed company's creditworthiness is conducted on the most common models: forecasting the probability of the enterprise's bankruptcy, assessing the quality of credit and complex models of creditworthiness assessment. The problematic aspects of the creditworthiness management of agricultural enterprises are revealed, such as: absence of the complex model of credit creditworthiness assessment; ineffective policy of the enterprise's liquidity management; conservative policy of working capital financing on the enterprise; low level of the debt load. The analysis of the main factors that form the reserves of its growth is provided and the list of measures to increase the creditworthiness of the analyzed enterprise is developed.

Key words: creditworthiness, agricultural enterprise, creditworthiness assessment factors, creditworthiness assessment models, creditworthiness management of agricultural enterprises.

УДК 336.64

Щенко Н.М.

к. е. н., доцент,
Чорноморський національний
університет імені Петра Могили
Олійник О.М.
студентка

Чорноморський національний
університет імені Петра Могили

Постановка проблеми. Аналіз сучасного стану кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств дає змогу зробити висновки про наявність низки проблем, безпосередньо пов'язаних із процесом оцінювання та управління кредитоспроможністю, таких як:

- високий рівень кредитного ризику, який притаманний сільськогосподарським підприємствам, що виступає стримуючим фактором залучення боргового капіталу в межах фінансового забезпечення підприємств галузі та результируючим чинником неефективного управління їх кредитоспроможністю;

- наявна система та методологія оцінки кредитоспроможності підприємств, що будується на основі розрахунку та аналізу лише фінансових показників;

- обмеженість оцінки кредитоспроможності позичальника коефіцієнтами, що характеризу-

ють фінансовий стан; нефінансові параметри, що впливають на кредитоспроможність позичальника, оцінюються переважно на якісному рівні;

- відсутність врахування галузевих особливостей діяльності підприємства більшістю вітчизняних методик під час розроблення сукупності заходів із удосконалення механізмів управління кредитоспроможністю сільськогосподарських підприємств, що призводить до диспропорцій у кредитному портфелі банку на користь галузей з високим рівнем оборотності ресурсів та відносно коротшим операційним циклом;

- відсутність розмежування системи коефіцієнтів та підходів до оцінки та підвищення рівня управління кредитоспроможністю для сільськогосподарських підприємств за розміром бізнесу, що призводить до відсутності доступу підприємств, представників малого бізнесу до позикових ресурсів.

З огляду на вищезазначене на даному етапі основна проблема управління кредитоспроможністю сільськогосподарських підприємств полягає в недосконалості наявних методик та підходів до її оцінки. Безпосередньо галузеві особливості діяльності підприємства зумовлюють необхідність пошуку системи факторів, які найбільшою мірою враховують специфіку діяльності аграрної сфери, адже це значним чином впливає на порядок формування та застосування методів та інструментів підвищення його кредитоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема оцінки та аналізу кредитоспроможності підприємств розглядалась у публікаціях таких науковців, як, зокрема, В.В. Галасюк, А. Гідулян, О.Є. Гудзь, Н.А. Дехтяр, І.О. Іртищева, І.С. Крамаренко, О.С. Кривоконь, І.С. Майборода, Т.М. Мельник, П.А. Стецюк, О.В. Терещенко. Проте єдиної позиції з цього питання ще й досі не сформовано, а більшість запропонованих методик оцінки кредитоспроможності підприємств неповною мірою враховує галузеві особливості господарської діяльності підприємств та зосереджена на оцінці кредитоспроможності з точки зору лише фінансових параметрів, що зводить практичну значимість їх застосування для окремих підприємств галузі.

Постановка завдання. Метою роботи є проведення аналізу кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств з метою виявлення проблемних аспектів процесу управління кредитоспроможністю на аналізованому підприємстві та визначення факторів, що формують резерви її зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Аналіз наявних емпіричних досліджень показує, що оцінка кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств має зводитися до використання двох основних теоретичних підходів до оцінки кредитоспроможності позичальника.

1) Підхід на основі використання моделей прогнозування банкрутства, який спрямований на визначення факторів, які надають найбільш достовірну інформацію про фінансовий стан підприємства [1].

2) Підхід до побудови комплексних моделей оцінки кредитоспроможності для визначення якісних факторів з огляду на такі моделі, як CAMPARI (Character – репутація позичальника, Ability – здатність повернути кредит, Marge – дохідність операції, Purpose – цільове призначення кредиту, Amount – сума кредиту, Repayment – умови погашення, Insurance – забезпечення), PARTS (Purpose – призначення отриманих позичкових коштів, Amount – розмір позички, Repayment – повернення кредиту та відсотків, Term – строк, на який надається кредит, Security – забезпечення повернення кредиту), PARSER (Person – репутація потенційного клієнта, Amount – обґрунтування суми кредиту, що запрошується, Repayment – визначення

можливості погашення позики, Security – оцінка забезпечення, можливість реалізації застави, Expediency – доцільність надання позики, Remuneration – винагорода банку за кредитний ризик), MEMO RISK (Management – якість менеджменту, Experience – досвід, Market – загальні обставини для бізнесу позичальника, Operations – оцінка бізнесу позичальника, Repayment – визначення можливості погашення кредиту, Interest – відсоткова ставка, Security – забезпечення, Kontrol – контроль), Система “5C” (Character – характер позичальника, Capacity – фінансові можливості, Cash – грошові кошти, Collateral – забезпечення кредиту, Conditions – загальні економічні умови), Система “4FC” (чотири основи кредитоспроможності: Management quality – якість менеджменту, Industry dynamics – специфіка галузі та її динаміка, Security realization – забезпечення та можливість реалізації застави, Financial condition – фінансовий стан позичальника). Ці моделі виходять з методики якісного аналізу, що базується на агрегованих кількісних та якісних характеристиках позичальника [2].

Для проведення оцінки кредитоспроможності було вибрано сільськогосподарське ПрАТ «Україна», що є типовим підприємством в межах провадженого дослідження. До типових характеристик підприємства відносять такі:

- підприємство є сільськогосподарським товаровиробником, основним засобом виробництва є земля;

- особливості фінансово-господарських відносин на підприємстві зумовлюються значним впливом природно-кліматичних умов;

- підприємство спеціалізується на вирощуванні зернових та технічних культур (основний напрям діяльності); наданні послуг у рослинництві, облаштуванні ландшафту; овочівництві, декоративному садівництві та вирощуванні продукції розсадників; розведенні великої рогатої худоби птиці, а також змішаному сільському господарстві.

- підприємство належить до групи середніх сільськогосподарських підприємств за кількістю працівників (79 ос.) та площею оброблюваних земель (3 092,76 га);

- попередній аналіз фінансового стану свідчить про наявність проблем, пов'язаних із процесом управління кредитоспроможністю.

Синтез вищезазначених підходів дасть змогу виокремити систему кількісних та якісних факторів, які найбільш повно враховують галузеві особливості діяльності підприємства та відображають резерви зростання його кредитоспроможності.

Однією з найпоширеніших моделей, яка використовується для оцінки кредитоспроможності є п'ятифакторна модель прогнозування банкрутства Е. Альтмана [3]. Ця модель враховує такі показники фінансового стану підприємства, які надають найбільш достовірну оцінку стосовно

загрози банкрутства або втрати платоспроможності підприємством, що є особливо актуальним з позиції банку.

Результати оцінки ймовірності банкрутства СПРАТ «Україна» наведено в табл. 1.

Оскільки загальне значення функції протягом аналізованого періоду є більшим 3,0, можна говорити про фінансову стійкість підприємства та його платоспроможність. Попри це, робити висновок про відсутність загрози неплатоспроможності недоцільно, адже показники, які використовуються в моделі, є уніфікованими та не відображають галузевих особливостей. Зокрема, можна спостерігати, що найбільшу статистичну значимість (силу

впливу на результуючий показник) має рентабельність активів за ЕВІТ.

Однією з моделей оцінки кредитоспроможності підприємства є модель оцінки якості кредиту Чессера [4], що дає змогу оцінити ймовірність непогашення кредиту позичальником. Розрахунок інтегрального показника для аналізованого підприємства наведено в табл. 2.

Відповідно до даних табл. 2 ризики настання банкрутства підприємства є високими. Отримання таких результатів зумовлене концентрацією моделі на оцінці якості та політики використання поточних активів підприємства, тобто можливостей погашення позики у короткостроковій перспективі.

Таблиця 1

Оцінка ймовірності банкрутства ПРАТ «Україна» на основі моделі Е. Альтмана в 2012–2016 рр.

Фактор	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Власний капітал/активи (x_1)	0,87	0,91	0,90	0,88	0,91
Ваговий коефіцієнт	0,717				
Нерозподілений прибуток/активи (x_2)	0,65	0,70	0,67	0,68	0,67
Ваговий коефіцієнт	0,847				
Прибуток до виплати відсотків (ЕВІТ)/активи (x_3)	0,29	0,11	0,05	0,35	0,38
Ваговий коефіцієнт	3,107				
Власний капітал/зобов'язання(x_4)	7,22	9,39	9,87	7,80	8,70
Ваговий коефіцієнт	0,420				
Чистий дохід/активи (x_5)	0,79	0,85	0,70	0,73	0,65
Ваговий коефіцієнт	0,995				
Значення Z	5,89	5,21	5,13	6,20	6,33

Джерело: розраховано авторами на основі даних СПРАТ «Україна»

Таблиця 2

Оцінка якості кредиту за моделлю Чессера для СПРАТ «Україна» в 2012–2016 рр.

Фактор	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Готівка + короткострокові інвестиції/активи (x_1)	0	0	0	0	0
Ваговий коефіцієнт	-0,5324				
Чиста виручка/гроші та їх еквіваленти + готівка (x_2)	187,17	208,11	27,00	84,44	643,90
Ваговий коефіцієнт	0,0053				
Виручка/активи (x_3)	0,79	0,85	0,70	0,89	0,90
Ваговий коефіцієнт	-6,6507				
Сукупна заборгованість/активи (x_4)	0,12	0,08	0,09	0,11	0,09
Ваговий коефіцієнт	4,4009				
Основний капітал/власний капітал (x_5)	0,38	0,34	0,31	0,17	0,29
Ваговий коефіцієнт	-0,0791				
ВОК/чиста виручка (x_6)	0,57	0,61	0,55	0,67	0,63
Ваговий коефіцієнт	-0,1020				
Значення Y	-3,78	-2,28	-2,19	-3,06	-1,26
Значення P	0,97	0,90	0,89	0,95	0,77

Джерело: розраховано авторами на основі даних СПРАТ «Україна»

**Оцінка ризику банкрутства для СПРАТ «Україна» в 2012–2016 рр.
на основі моделі Р. Сайфуліна та Г. Кадикова (R-модель)**

Фактор	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Поточні активи/валюта балансу (x_1)	0,54	0,58	0,46	0,76	0,68
Ваговий коефіцієнт	0,838				
Чистий прибуток/власний капітал (x_2)	0,14	0,12	0,05	0,40	0,40
Ваговий коефіцієнт	1,000				
Чистий дохід/валюта балансу (x_3)	0,79	0,85	0,70	0,89	0,90
Ваговий коефіцієнт	0,054				
Чистий прибуток/сумарні витрати (x_4)	0,21	0,12	0,06	0,47	0,82
Ваговий коефіцієнт	0,630				
Значення R	0,77	0,72	0,51	0,73	0,93

Джерело: розраховано авторами на основі даних СПРАТ «Україна»

**Комплексна оцінка кредитоспроможності СПРАТ «Україна»
на основі моделей MEMO RISK, Система «5С», Система «4FC»**

Показник	MEMO RISK	Система «5С»	Система «4FC»
Характер позичальника (досвід, репутація, якість менеджменту)	Менеджмент підприємства здійснюється на задовільному рівні. Підприємство тривалий час функціонує на ринку, є налагоджена система партнерських відносин.	Консервативна політика, обмежені напрями зростання підприємства.	Корпоративне та фінансове управління підприємством задовільне.
Кількість балів (0–5)	4	3	4
Фінансовий стан позичальника	Підприємство фінансово стійке. Платоспроможність в короткостроковій перспективі обмежена. Недосконала політика управління оборотним капіталом. Політика фінансування активів консервативна. Показники рентабельності задовільні (проте динаміка стійкого економічного зростання від'ємна). Кредитний потенціал використовується неповністю.		
Кількість балів (0–5)	3	3	3
Грошові потоки	Аналіз грошових потоків протягом останніх 2 років свідчить про нормальний фінансовий стан підприємства, проте період 2012–2014 рр. характеризувався критичною ситуацією (генеровані грошові потоки від фінансової та інвестиційної діяльності використовувалися для фінансування операційної діяльності підприємства). Спостерігається нерівномірність грошових надходжень протягом операційного циклу.		–
Кількість балів (0–5)	2	2	–
Забезпечення кредиту	Специфічність застави з точки зору ліквідності та мінливості заставної вартості (зокрема, землі та майна).		
Кількість балів (0–5)	3	3	3
Загальні економічні умови, галузь	Загальні економічні умови незадовільні (значний податковий тиск, відсутність програм державної підтримки діяльності, високі вимоги з боку кредитно-фінансових інституцій).		Галузь має низькі темпи зростання, висока залежність від галузевих та зовнішніх факторів.
Кількість балів (0–5)	2	2	2
Відсоткова ставка	Відповідно до розрахунку ефекту фінансового левіриджу максимальна відсоткова ставка, прийнятна для підприємства, становить 32%.		–
Кількість балів (0–5)	4	–	–
Загальний бал	19 (30)	13 (25)	12 (20)

Джерело: розроблено авторами на основі даних СПРАТ «Україна»

Окрім цього, модель включає оцінку виробничого потенціалу підприємства, що для сільськогосподарської сфери є вагомим з урахуванням високої капіталомісткості виробничого процесу, відсутності гнучкого використання основних та поточних активів підприємства, тривалого операційного циклу тощо, а також та виступає фактором підвищення його кредитоспроможності.

Можна зробити висновок, що політика управління оборотними активами є недосконалою, що призводить до низької абсолютної ліквідності, зростання кредитного ризику та зменшення кредитоспроможності підприємства. Зокрема, підприємству з урахуванням галузевих особливостей не варто здійснювати залучення боргового капіталу на короткостроковій основі.

Поширеною моделлю оцінки ризику настання неплатоспроможності підприємства є R-модель, розроблена Р. Сайфулінім та Г. Кадиковим [5]. Розрахунок загального показника для ПрАТ «Україна» наведено в табл. 3.

Значення загального показника протягом аналізованого періоду є більшим 0,45, що відповідає низькій ймовірності настання банкрутства підприємства. Варто зазначити, що ця модель подібна до моделі Е. Альтмана та сконцентрована на оцінці фінансової стійкості підприємства. Оскільки частка боргового капіталу, залученого підприємством, є незначною, загалом воно вважається фінансово стійким, проте така ситуація не забезпечує постійного економічного зростання підприємства, адже кредитний потенціал використовується неповністю.

Проведення оцінки кредитоспроможності підприємства на основі моделей комплексної оцінки дає можливість сформулювати систему якісних факторів, які для сільськогосподарських підприємств відіграють вагомий роль в процесі прийняття рішення банком про надання позики. Оцінка кредитоспроможності СПрАТ «Україна» проводилась на основі даних офіційного сайту [6], текстів аудиторських висновків [7], а також фінансової звітності. Результати оцінки наведено в табл. 4.

Результати проведеного оцінювання мають експертний характер, визначено, що підприємство має низький рівень кредитоспроможності, що пояснюється притаманними йому галузевими особливостями діяльності. Показники фінансового стану підприємства, що мають незадовільний стан, включають нестабільність грошових потоків; консервативну політику фінансування оборотного капіталу, яка, з одного боку, є свідченням фінансової стійкості підприємства, а з іншого боку, не дає йому змогу повністю використовувати власний кредитний потенціал; рентабельність активів не дає змогу залучати більші обсяги кредитування; низька абсолютна ліквідність зменшує короткостроковий кредитний потенціал підприємства. Зокрема, з точки зору врахування якісних параме-

трів у моделях оцінки кредитоспроможності аграрних підприємств вагомими є показники досвіду, репутації та оцінки якості менеджменту, адже це збільшує можливості підприємства до залучення боргового капіталу на зовнішніх ринках, де відсоткова ставка є не такою високою.

Таким чином, на основі здійсненого аналізу можна виокремити проблемні аспекти діяльності підприємства, що призводять до неефективної політики управління його кредитоспроможністю:

- відсутність комплексної моделі оцінки кредитоспроможності, яка б максимально враховувала галузеві особливості підприємства та надавала її достовірну оцінку;

- неефективна політика управління ліквідністю підприємства, що приводить до надлишкової загальної ліквідності та низької абсолютної ліквідності підприємства, підвищуючи його кредитний ризик та зменшуючи доступ до боргового фінансування;

- консервативна політика фінансування оборотного капіталу підприємства, що призводить до скорочення темпів зростання рентабельності підприємства та його потенціалу до довгострокового економічного зростання;

- низький рівень боргового навантаження, що стримує зростання рентабельності власного капіталу підприємства.

Для подолання негативних факторів, що зменшують ефективність політики управління кредитоспроможністю СПрАТ «Україна», підприємству слід вжити таких заходів.

- 1) Розробити внутрішньо орієнтовану систему оцінки та управління кредитоспроможністю, яка буде будуватися з огляду на врахування кількісних та якісних факторів оцінки, а також враховувати галузеві особливості підприємства. Така система має включати оцінку кредитоспроможності за трьома факторами, такими як фінансовий стан, виробничий потенціал та управлінський потенціал.

В результаті проведеного аналізу визначено, що для оцінки фінансового стану підприємства необхідно використовувати такі показники, як коефіцієнт боргового навантаження, коефіцієнт відношення загального ліміту кредитування до власного оборотного капіталу, коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнти рентабельності (насамперед, активів та власного капіталу), аналіз грошових потоків підприємства.

Виробничий потенціал аграрного підприємства необхідно оцінювати з огляду на співвідношення між строком кредиту та строком оренди земельних угідь, норми витрат на одиницю оброблюваних земель, співвідношення кількості одиниць техніки до 1 року та загальної кількості одиниць техніки (для оцінки оновлення основних засобів), відношення основного капіталу до власного капіталу, співвідношення площі якісних угідь та загальної площі угідь, а також інших показників.

Управлінський потенціал підприємства слід оцінювати за такими показниками, як професійний досвід за профілем діяльності, репутація підприємства; ділові якості менеджменту, стиль управління, розподіл владних повноважень; використання фінансових показників для контролю за розвитком підприємства.

2) Запровадити ефективну політику управління ліквідністю підприємства, спрямованої на зменшення надлишкової ліквідності підприємства та зростання абсолютної. Першочерговим заходом є забезпечення оптимізації рівня запасів, що впливає на перерозподіл обігових коштів підприємства, в результаті чого очікуються збільшення величини ліквідних грошових коштів та зменшення величини неліквідних виробничих запасів.

3) Збільшити ліміт боргового фінансування до забезпечення помірної політики фінансування боргового капіталу, оскільки поточна консервативна політика фінансування оборотного капіталу призводить до стримування економічного зростання підприємства. Проте для сільськогосподарського підприємства з урахуванням його галузевих особливостей та фінансового стану таку політику слід запроваджувати лише на фоні зростання його абсолютної ліквідності.

4) Збільшити рентабельність активів підприємства для забезпечення задовільного рівня кредитоспроможності з огляду на високий рівень зношеності основних засобів та низьку продуктивність праці їх, отже, підприємству необхідно здійснювати оновлення основних виробничих фондів за рахунок довгострокового боргового фінансування. Це сприятиме вирішенню одночасно двох завдань, таких як скорочення надлишкової поточної ліквідності та підвищення рентабельності активів.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, одним із головних заходів з підвищення кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств (на прикладі СПрАТ «Україна») є розробка внутрішньо орієнтованої системи оцінки та управління кредитоспроможністю підприємства, яка дасть змогу здійснювати постійний моніторинг кредитоспроможності, а в разі виявлення відхилень від нормативних значень оперативно приймати рішення з приведення показників до нормативних значень. Цього буде досягнуто за рахунок використання в моделі факторів, що враховують галузеві особливості підприємства та надають найбільш достовірну оцінку його кредитоспроможності.

Запропоновано змістити акцент від оцінювання кредитоспроможності аграрного підприємства виключно за фінансовими параметрами у зв'язку з тим, що оцінка суто фінансових параметрів, особливо для підприємств цього сектору економіки, не надаватиме достовірної та однозначної оцінки через притаманні підприємствам низьку ліквідність, тривалий операційний цикл, нестабільність

грошових потоків. У разі оцінки кредитоспроможності суто за фінансовими показниками доступ до боргового капіталу буде гарантований лише великим підприємствам, а малі та середні залишаються поза кредитним фінансуванням. Саме тому до моделі оцінки кредитоспроможності слід включати показники, які надають лише загальну оцінку фінансового стану, а також використовувати інші фактори, що визначають стан кредитоспроможності конкретного підприємства визначеної галузі.

До таких факторів відносять виробничий та управлінський потенціал. Виробничий потенціал підприємства дає можливість оцінити здатність підприємства до генерування грошових потоків загалом, стану та особливостей ведення господарства, прогнозування рентабельності основних виробничих фондів. Застосування таких показників безпосередньо для аграрного підприємства більшою мірою відображає його можливості щодо погашення боргового капіталу, ніж показники фінансового стану.

Необхідність використання системи якісних показників, що становлять управлінський потенціал підприємства, під час оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств обґрунтовується тим, що досвід та репутація підприємства на фоні навіть низької ліквідності сприяють підвищенню його кредитоспроможності. Підприємства, що досить довго функціонують на аграрному ринку (включаючи аналізоване підприємство), мають розгалужену систему партнерських зв'язків, що підвищує їх гудвіл, а під час оцінювання кредитоспроможності банком значущість показників фінансового стану та оцінки досвіду та репутації є однаковою. Крім цього, репутація та досвід підприємства збільшують його можливості щодо виходу на міжнародний рівень боргового фінансування, де умови кредитування є більш лояльними порівняно з вітчизняними.

З огляду на вищезазначене аналізовані фактори надають найбільш достовірну оцінку кредитоспроможності підприємства, а маніпулювання окремими з них дасть змогу у середньостроковій перспективі вдосконалити політику управління кредитоспроможністю. Зокрема, розроблена система факторів оцінки та управління кредитоспроможністю також матиме практичну значимість для внутрішнього менеджменту аналогічних підприємств галузі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кривоконь О.С. Організаційні аспекти аналізу кредитоспроможності підприємств-позичальників. Ефективна економіка. 2012. № 6. С. 40–43.
2. Епіфанов А.О., Дехтяр Н.А., Мельник Т.М. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: монографія / за ред. А.О. Епіфанова. Київ: УАБС НБУ, 2007. 286 с.
3. Терещенко О.В. Дискримінантний аналіз в оцінці кредитоспроможності підприємства. Вісник НБУ. 2003. № 6. С. 24–27.

4. Іртищева І.О., Крамаренко І.С. Методичні підходи до оцінки кредитоспроможності підприємств аграрної сфери. *Агросвіт*. 2011. № 19. С. 2–4.

5. Терещенко О.В. Нові підходи до оцінки кредитоспроможності позичальників юридичних осіб. *Вісник НБУ*. 2013. № 1 (191). С. 25–30.

6. Офіційний сайт СПРАТ «Україна». URL: <http://sprat-ukraina.com.ua>.

7. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Kryvokon' O.S. (2012) Orhanizatsiyni aspekty analizu kredytopromozhnosti pidpryyemstv-pozychal'nykiv. [Organizational aspects of the enterprises-borrowers' creditworthiness analysis]. *Effective economy*, pp. 40–43 (in Ukrainian).

2. Epifanov A.O., Dekhtyar N.A., Mel'nyk T.M. (2007) Otsinka kredytopromozhnosti ta investytsiynoyi pryvablyvosti sub'yektiv hospodaryuvannya. [Creditwor-

thiness and investment attractiveness assessment of business entities]. *UBS NBU*, pp. 286 (in Ukrainian).

3. Tereshchenko O.V. (2003) Dyskryminantnyy analiz v otsyntsi kredytopromozhnosti pidpryyemstva. [Discriminatory analysis in the assessment of the enterprise's creditworthiness]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, pp. 24–27 (in Ukrainian).

4. Irtyshcheva I.O., Kramarenko I.S. (2011) Metodychni pidkhody do otsinky kredytopromozhnosti pidpryyemstv ahrarnoyi sfery. [Methodical approaches to the assessment of the agrarian enterprises' creditworthiness]. *Agrosvit*, pp. 2–4 (in Ukrainian).

5. Tereshchenko O.V. (2013) Novi pidkhody do otsinky kredytopromozhnosti pozychal'nykiv yurydychnykh osib. [New approaches to the creditworthiness assessment of the borrowers – legal entities]. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*, pp. 25–30 (in Ukrainian).

6. Official site of the Agricultural Private Joint Stock Company «Ukraine» [Electronic resource]. Available at: <http://sprat-ukraina.com.ua> [in Ukrainian].

7. Official site of the Stock market infrastructure development agency of Ukraine (SMIDA) [Electronic resource]. Available at: <https://smida.gov.ua> [in Ukrainian].

Ischenko N.M.

Candidate of Economic Sciences, Docent,
Petro Mohyla Black Sea National University

Olijnyk O.M.

Student
Petro Mohyla Black Sea National University

CREDITWORTHINESS OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISES: ANALYSIS OF FACTORS THAT CREATES A RESERVE FOR ITS GROWTH

Analysis of the current state of agricultural enterprises crediting allows to state about the existence of problems, connected with the process of creditworthiness assessment and management, such as:

- high level of credit risk;
- limitation of the creditworthiness assessment by the coefficients, reflecting only financial state of enterprise, but non-financial parameters are evaluated mostly on the qualitative level;
- branch features of the agricultural enterprises activity are not considered by the majority of existed empirical researches, that lead to the disproportions in the borrowed capital distribution in favor of branches with the higher level of resources turnover and shorter operational cycle;
- available systems of coefficients and approaches to the creditworthiness assessment are not differentiated by the size of business that is concluded in disability of small and medium enterprises to get credit financing.

Considering mentioned above, the main problem connected with the creditworthiness assessment of the agricultural enterprises exists in inadequacy of current techniques and approaches to its evaluation. Branch features of the agricultural enterprises activity cause necessity to search such system of factors that provides considering specific features of agrarian industry and further influences the procedure of techniques and instruments development in order to increase its creditworthiness.

Therefore, the article deals with the peculiarities of the creditworthiness' analysis of agricultural enterprises (on the example of APJSC "Ukraine"). In particular, an assessment of the analyzed company's creditworthiness is conducted on the most common models: forecasting the probability of the enterprise's bankruptcy, assessing the quality of credit and complex models of creditworthiness assessment. The problematic aspects of the creditworthiness management of agricultural enterprises are revealed, such as: absence of the complex model of credit creditworthiness assessment; ineffective policy of the enterprise's liquidity management; conservative policy of working capital financing on the enterprise; low level of the debt load.

The analysis of the main factors that form the reserves of its growth is provided and the list of measures to increase the creditworthiness of the analyzed enterprise is developed.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
МАЛИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІFEATURES OF COMPETITIVENESS OF SMALL
AGRARIAN ENTERPRISES OF POLTAVA REGION

У статті розглянуто основні аспекти конкурентоспроможності малих аграрних підприємств. За допомогою SWOT-аналізу виявлено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози суб'єктів господарювання. Визначено вплив малих підприємств для економіки країни. Зокрема, з'ясовано, що високий рівень конкурентоспроможності таких господарств виконує низку важливих функцій, які покращують загальний економічний стан на ринку. Досліджено чинники, що знижують рівень конкурентоспроможності малих підприємств, спричиняють збитковість їх господарської діяльності тощо.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, аграрний сектор економіки, конкурентна боротьба, конкурентні переваги, SWOT-аналіз.

В статье рассмотрены основные аспекты конкурентоспособности малых аграрных предприятий. С помощью SWOT-анализа выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы субъектов хозяйствования. Определено влияние малых предприятий для экономики страны. Выяснено, что высокий уровень конкурентоспособности

малых предприятий выполняет ряд важных функций, которые улучшают общее экономическое положение на рынке. Исследованы факторы, которые снижают уровень конкурентоспособности малых предприятий, вызывают убыточность их хозяйственной деятельности и т. п.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, аграрный сектор, конкурентная борьба, конкурентные преимущества, SWOT-анализ.

The main aspects of the competitiveness of small agricultural enterprises are considered. SWOT-analysis reveals strengths and weaknesses, opportunities and threats of business entities. The influence of small enterprises on the country's economy is determined. It has been found that the high level of competitiveness of small enterprises performs a number of important functions that improve the overall economic situation on the market. The factors, which reduce the level of competitiveness of small enterprises and lead to loss-making business activities, are investigated. Key words: competition, competitiveness, agrarian sector of the economy, competition struggle, competitive advantages, SWOT-analysis.

УДК 658.821:338.432

Воронько-Невіднича Т.В.

к. е. н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
Козленя К.О.

студент
Полтавська державна аграрна академія
Баруздин А.А.

студент
Полтавська державна аграрна академія

Постановка проблеми. Необхідність підвищення конкурентоспроможності сільського господарства визначена на державному рівні як найважливіше завдання економічної політики. Однак вжиті заходи не справили належного впливу на аграрний сектор. За роки незалежності реформування економіки країни мало розрізнений, необґрунтований характер, що призвело до різкого спаду виробництва сільськогосподарської продукції та продовольства, втрати конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на зовнішньому та внутрішньому ринках. Нині сільськогосподарські підприємства недостатньо уваги приділяють питанням підвищення конкурентоспроможності та не готові до активного ведення конкурентної боротьби незалежно від їх розмірів. Наявність тривалої кризи, сучасні ринкові відносини, а також відсутність державної підтримки сприяли практично повній втраті господарюючими суб'єктами чинників конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління окремими факторами конкурентоспроможності суб'єктів господарювання досліджували І. Ансоф, Л. Березіна, М. Єрмолов, П. Зав'ялов, П. Канінський, І. Корєєва, В. Ключак, Е. Крилатих, М. Малік, Л. Мельник, В. Месель-Веселяк, Т. Олійник, М. Портер, Н. Прокопенко, П. Саблук, А. Сміт, Р. Фатхутдінов, В. Хруцький, О. Шпичак та інші науковці. Проте, на нашу думку,

питання забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств вимагають системного підходу. Ці питання обумовили вибір теми нашого дослідження.

Незважаючи на значну кількість досліджень і публікацій, проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є актуальною. Це стосується досліджень низки проблем і напрямів підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів в Україні під час процесів інтеграції її економіки у світовий простір.

Постановка завдання. Метою статті є розробка теоретичних, методичних положень і практичних рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності малих підприємств АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трактуювання поняття «конкурентоспроможність» Б. Райзбергом найбільш детально розкриває процес набуття підприємством конкурентоспроможності. Автор стверджує, що конкурентоспроможність – це реальна та потенційна можливість фірм проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів [1, с. 89].

М. Єрмолов під конкурентоспроможністю розуміє відносну характеристику, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задово-

лення власними товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності [2, с. 40].

В. Хруцький та І. Корєєва вважають, що конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, завдяки чому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника [3, с. 32].

Отже, виходячи з аналізу різних тлумачень поняття, можемо стверджувати, що ця категорія містить багато чинників, зокрема потенціал і можливості підприємства, демонструє рівень виробництва та задоволення товаром тощо.

Результатом конкурентної боротьби на ринку є формування конкурентного середовища, структури ринку та його кон'юнктури. Конкурентне середовище характеризується представництвом на ринку покупців і продавців. Воно взаємопов'язане зі структурою ринку, яка залежить від характеру розподілу попиту та пропозиції по нішах і сегментах. Так само взаємопов'язана зі структурою ринку кон'юнктура, тобто цінова ситуація. Основною характеристикою конкурентного середовища є ринкова влада, яка визначає можливості здійснення тиску на ціни і товарне наповнення ринку. У зв'язку з цим розрізняють:

- маркет-мейкерів (здатні робити відчутний вплив на кон'юнктуру і товарне наповнення ринку);
- маркет-тейкерів (не здатні робити будь-який відчутний вплив на ринок і ринкову позицію) [4].

Кількісними показниками конкурентного середовища є кількість продавців, що діють на даному товарному ринку; частка, яку вони займають на даному ринку; показники ринкової концентрації. Діагностику конкурентного середовища, діяльності конкурентів варто вважати найважливішою ланкою всього процесу маркетингових досліджень, оскільки вона є умовою, гарантією успіху товару, технологій, послуг, пропонованих малими аграрними підприємствами на ринку.

Чистий прибуток як показник конкурентоспроможності завжди відігравав важливу роль у залученні нових інвесторів. Згідно з даними Державної служби статистики України прибуткових малих підприємств за 2012–2016 рр. було менше, ніж збиткових. Зазначене пояснюється складними умовами функціонування малого бізнесу. Наприклад, за результатами аналітичного дослідження керівники новостворених малих підприємств хочуть запропонувати споживачу новий інноваційний продукт, для реалізації якого необхідно закупити сучасне обладнання за кордоном, але через, наприклад, зростання валютного курсу зростуть і витрати, що стане бар'єром для впровадження інновацій. Якщо ж керівництво хоче змінити вид діяльності через явну збитковість, а коштів також не вистачає, вони закриваються [5].

Рівень конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як за його економічною діяльністю, так і за його розміром. Останнім часом все більшу увагу приділяють саме проблематиці конкурентоспроможності малих підприємств, оскільки їм найважче пристосовуватися до ринкових умов та знаходити інвесторів.

Згідно з Господарським кодексом України малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова кількість працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 10 мільйонам євро, визначеної за середньорічним курсом Національного банку України [6].

Якщо звернутися до досвіду закордонних науковців, то можна побачити, що вони характеризують малі підприємства як такі, що найкраще розвивають конкуренцію на ринку і протистоять утворенню монополій. Високий рівень конкурентоспроможності малих підприємств виконує низку важливих функцій, які покращують загальний економічний стан на ринку [7]:

- швидко насичують ринок товарами та послугами;
- зменшують рівень безробіття в країні шляхом надання робочих місць;
- врегульовують попит і пропозицію на ринку;
- задовольняють потребу в індивідуальному попиті;
- прискорюють появу інноваційних ідей.

Вчені зазначають, що малий бізнес є невід'ємним провідним сектором економіки будь-якої держави, оскільки саме він створює 50–60% валового внутрішнього продукту та забезпечує 50–70% зайнятості населення в країнах з ринковою економікою, дає життя великому бізнесу, сприяє розвитку конкуренції, забезпечує значний рівень надходжень до бюджету та може стати вирішальним чинником у подоланні низки соціально-економічних проблем суспільства [8].

Важливо підкреслити, що діяльність малих підприємств сприяє вирішенню проблеми зайнятості через створення нових робочих місць. У багатьох країнах світу в середньому 50% усіх зайнятих припадає на малий бізнес [9]. Окрім того, завдяки успішній діяльності малих підприємств відбуваються підвищення доходів населення та поповнення бюджетних надходжень (через сплату податків), а це зменшує рівень соціального напруження в суспільстві та соціального навантаження на державу. Отже, малі форми бізнесу відіграють важливу роль у покращенні соціально-економічного становища в країні. Водночас потрібно констатувати факт, що в Україні склалася дещо відмінна ситуація, оскільки для малих підприємств характерні:

- технологічне оснащення, яке суттєво знижує інвестиційну привабливість;

- низький рівень знань керівництва в управлінні;
- недостатній досвід функціонування в ринкових умовах;
- високий рівень залежності від позикових коштів;
- постійна обмеженість у використанні ресурсів.

Одним з найпоширеніших видів аналізу конкурентних позицій підприємств на ринку є SWOT-аналіз. Результат такого аналізу можна використовувати для характеристики як наявних, так і потенційних конкурентних переваг у сільському господарстві (табл. 1).

Особливістю SWOT-аналізу є характеристика сильних і слабких сторін внутрішнього середовища об'єкта дослідження, а також виявлення його наявних можливостей і загроз.

Виробники мають ресурсний потенціал і в господарському обігу використовують його для виробництва продукції (робіт, послуг), які не завжди відповідають вимогам споживача.

Двоїстість ставлення до товару виробниками і споживачами оцінюється за певними показниками. В умовах конкуренції для господарюючих суб'єктів одним з найважливіших показників є виробничі витрати на одиницю продукції за певного рівня технічної оснащеності та озброєності праці. Примітивні технології виробництва продукції, засновані на ручній праці, оплачуваній на найнижчому рівні, можуть привести до зниження витрат на одиницю продукції. У сучасному суспільстві це є руйнуванням людських ресурсів і не може бути прогресивним напрямом будь-якого розвитку. У сільському господарстві величина виробничих витрат на одиницю продукції за рівних витрат на площу посіву або одну голову залежить від продуктивності землі й тварин.

Земельні ресурси істотно розрізняються за економічною і природною родючістю, тварини по-різному реагують на кормові ресурси та мають неоднаковий біологічний потенціал, тому на початковому рівні багато аграрних підприємств, зокрема малих, мають у своєму розпорядженні неоднакові умови, відмінності спостерігаються за фондозабезпеченістю, фондрозбросеністю, спеціалізацією, забезпеченістю кваліфікованими кадрами. Орієнтування на отримання продукції за ресурсозберігаючими технологіями виробництва забезпечує конкурентну перевагу.

В Україні прийняті нормативно-правові документи, які призначені для покращення розвитку малого підприємництва, зокрема Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [10]. Він визначає правові та економічні засади державної політики, передбачає створення програм розвитку, реалізацію яких покладено на Український фонд підтримки підприємництва. Український фонд підтримки підприємництва за державні кошти

вживає затверджених урядом заходів та програм, спрямованих на забезпечення суб'єктам малого і середнього бізнесу можливостей отримати освітню, консультаційну, гарантійну, зокрема пільгову, фінансово-кредитну підтримку. Але, на жаль, протягом тривалого періоду запланованих Кабінетом Міністрів України заходів частково не було реалізовано, причиною чого є відсутність коштів (так, на сайті Українського фонду підтримки підприємництва можна знайти саме таке пояснення щодо невжиття низки запланованих заходів) [11].

Малі форми господарювання потребують специфічних інструментів підтримки з боку держави внаслідок більшої ризикованості їх діяльності та більш складних умов доступу до додаткових ресурсів.

Оскільки малі підприємства відіграють важливу роль у забезпеченні зайнятості у сільській місцевості та підтримують соціальну сферу, зменшення кількості таких підприємств є негативним наслідком не лише для агропродовольчого сектору економіки, але й для розвитку сільських територій.

Важливою складовою формування конкурентоспроможності малих підприємств є введення інновацій у товарорух продукції, а саме розробка чи взаємодія з новими ланцюгами поставок, які є коротшими та спрямованими на створення нових «нішевих ринків».

Внаслідок недієвості державних програм щодо підтримки малого бізнесу доцільно дослідити чинники (табл. 2), що знижують рівень конкурентоспроможності малих підприємств та спричиняють збитковість господарської діяльності, з метою їх використання як основи для подальшого розроблення необхідного методичного забезпечення.

Необхідно констатувати, що причинами дефіциту коштів у малих підприємствах України є зниження курсу національної валюти, висока вартість позикових коштів, низьке фінансове планування у підприємствах, зниження обсягів продажів, зростання собівартості продукції, зростання вартості технічного оснащення.

Вирішити проблему дефіциту коштів допоможе вдосконалення механізму інвестування. Інвестиції є вагомим інструментом не тільки для «виживання на ринку», але й для перетворення підприємства на ефективний конкурентоспроможний учасник ринку. Сьогодні для того, щоб бути інвестиційно привабливим, а в подальшому конкурентоспроможним, не обов'язково мати найновітніші технічні засоби або модернізовані приміщення, адже можна отримати гроші на розвиток свого бізнесу, лише маючи виграшну інноваційну ідею.

Висновки з проведеного дослідження. Кризове становище економіки держави загалом та аграрного сектору зокрема потребує негайних рішень. Низький рівень конкурентоспроможності малих підприємств стає перешкодою до їх ефективного функціону-

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу малих аграрних підприємств Полтавської області

	СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідне економіко-географічне положення, близькість до перспективних ринків збуту. 2. Агрокліматичні ресурси, сприятливі для обробітку культур. 3. Досконале знання свого ринку, своїх покупців, їхніх потреб та потенційних можливостей. 4. Швидка реакція на зміну кон'юнктури ринку та уподобань споживача. 5. Високий рівень вмотивованості. 6. Ресурсозбереження та зменшення енергоємності сільськогосподарського виробництва. 7. Зростання ролі екологічно чистого агровиробництва у світі, динамічне розширення попиту на його продукцію. 8. Низькі витрати на управління. 9. Поєднання професій і посад. 10. Ефективніше використання робочого часу. 11. Швидкість прийняття рішень. 12. Концентрація зусиль на одному напрямі. 13. Можливість залучення висококваліфікованих спеціалістів. 14. Відсутність потреби у великому стартовому капіталі. 15. Висока оборотність ресурсів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Значний комерційний ризик, пов'язаний із залученням особистих коштів. 2. Значний рівень ризикованості господарювання. 3. Низький рівень управління (зокрема, фінансового). 4. Слабка економічна стійкість. 5. Залежність від рівня інфляції. 6. Значна питома вага збиткових господарств, майже повсюдна збитковість тваринництва. 7. Високі витрати виробництва через застарілі технології, методи управління, необізнаність керівників підприємств про досягнення аграрної науки. 8. Нижча продуктивність праці, наявність прихованої інтенсифікації за рахунок використання сімейної праці. 9. Слабша сприйнятливості до досягнень науково-технічного прогресу.
	МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення обсягу експорту продукції під час розширення каналів збуту як в сусідні регіони, так і за кордон. 2. Зниження витрат виробництва на основі впровадження ресурсозберігаючих технологій, оновлення ресурсної бази. 3. Збільшення обсягів державної та регіональної підтримки сільського господарства. 4. Розширення переробного сектору. 5. Посилення конкурентних позицій сільського господарства області. 6. Гарантування якості та безпеки продукції для споживачів. 7. Зміцнення позицій, розширення потенціалу для експорту сертифікованої продукції. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість задоволення потреб регіонального ринку за рахунок зовнішніх постачальників. 2. Зниження інвестиційно-інноваційної активності. 3. Зниження попиту на продукцію внаслідок дії переважно сусідніх областей. 4. Відтік економічно активного населення з села. 5. Підвищення процентних ставок по кредитах для сільського господарства. 6. Висока вартість позикових коштів. 7. Відсутність суттєвих пільг в оподаткуванні. 8. Відсутність дієвого механізму страхування ризиків у сільському господарстві. 9. Гірший доступ до кредитних та інших фінансових ресурсів.

Таблиця 2

Чинники, які впливають на рівень конкурентоспроможності малих підприємств

Вид групи	Чинники
Економічні	Місткість ринку, економічний потенціал, джерела фінансування (дефіцит коштів).
Нормативно-правові	Пільги, надані підприємству, монопольні позиції на ринку.
Чинники структурного характеру	Рівень інтеграції процесу виробництва.
Адміністративні	Обмеження діяльності виробників.
Інфраструктура ринку	Відкритість ринку праці, розвиток дистриб'юторської мережі.
Технічні	Рівень розвитку науки, технологічні особливості матеріалів.
Інформаційні	База даних про виробників, покупців та інфраструктуру ринку.
Географічні	Розташування підприємства відносно ресурсів, межі ринків.
Демографічні	Кількість населення, зростання міграції населення.
Неправові	Нечесна конкуренція, бюрократизм.

Джерело: складено за даними [12; 13]

вання. Діагностика є одним із інструментів для прийняття рішень щодо вибору конкурентної стратегії, тому запропонована методика дає змогу визначити позицію підприємства на ринку та його слабкі сторони, нівелювання яких у майбутньому посилює його конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність малих аграрних підприємств необхідно розглядати не тільки як можливість ефективного використання стратегічного потенціалу, але й як здатність підприємства швидко реагувати на зміни потреб споживачів, ймовірність застосування адекватних дій на нововведення конкурентів, необхідність створення механізму стратегічного управління конкурентоспроможністю.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Райзберг Б., Лозовський Л., Стародубцева Е. Сучасний економічний словник. 5 вид. Москва: Інфрo-M, 2009. 536 с.
2. Ермолов М. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара. Как продать ваш товар на рынке? Москва: Мысль, 1990. 364 с.
3. Воловодюк С. Вплив державних інституцій на формування конкурентоспроможності вітчизняного виробника. Економіка, фінанси, право. 2013. № 8. С. 27–30.
4. Фіщук Б., Лукашенко О., Хмарук О. Конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції. Зб. наук. пр. ВНАУ. 2012. URL: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/807.pdf>.
5. Чеберяк О. Передумови та об'єктивна необхідність модернізації аграрного сектору економіки України. Агросвіт. 2014. № 4. С. 44–51.
6. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV (із змінами та доповненнями). Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/aww/show/4618-17/paran178#n178>.
7. Солоїд О. Підвищення конкурентних позицій малих підприємств за умов розвитку глобалізації. Вісник Хмельницького національного університету. 2013. № 4. Т. 2. URL: <http://elar.khnu.km.ua>.
8. Кавтиш С., Колісна Т. Аналіз діяльності підприємств малого бізнесу та шляхи підвищення їх прибутковості. Ефективна економіка. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2028>.
9. Federal Economic Statistics Advisory Committee. URL: <http://www.bls.gov/home.htm>.
10. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
11. Український фонд підтримки підприємництва. URL: <http://ufpp.gov.ua>.
12. Азоев Г., Челенков А. Конкурентные преимущества фирмы. Москва: ОАО Типография «Новости», 2000. 256 с.
13. Мілевський С., Мілов О. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. 156 с.

REFERENCES:

1. Rayzberh B. (2009) Suchasnyy ekonomichnyy slovnyk [Modern economic dictionary]. Moscow: Infro-M, vol. 5, 536 p.
2. Ermolov M. Chem otlychaetsya konkurentosposobnost' fyrmы ot konkurentosposobnosti tovara (1990) [What distinguishes the competitiveness of a company from the competitiveness of a product]. – Moscow: Mysl', 364 p.
3. Volovodyuk S. Vplyv derzhavnykh instytutsiy na formuvannya konkurentospromozhnosti vitchyznyanoho vyrobnyka (2013) [Influence of state institutions on the competitiveness of domestic producers]. Ekonomika, finansy, pravo, no. 8, pp. 27–30.
4. Fishchuk B., Lukashenko O., Khmaruk O. (2012) Konkurentospromozhnist' sil's'kohospodars'koyi produktsiyi [Competitiveness of agricultural products] zb. nauk. pr. VNAU, Available at: <http://etson'ournal.vsau.org/files/pdfa/807.pdf> (accessed 22.01.2018).
5. Cheberyak O. (2014) Peredumovy ta ob'yektivna neobkhdnist' modernizatsiyi ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrayiny [Prerequisites and the objective need to modernize the agrarian sector of Ukraine's economy] Ahrosvit, no. 4, pp. 44–51.
6. Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny (2003) [Information from the Verkhovna Rada of Ukraine] Hospodars'kyy kodeks Ukrayiny vid 16.01.2003 № 436-IV [Commercial Code of Ukraine dated January 16, 2003 No. 436-IV], no. 18, no. 19–20, no. 21–22, p. 144. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17/paran178#n178> (accessed 21.01.2018).
7. Soloyid O. (2013) Pidvyshchennya konkurentnykh pozytsiy malykh pidpryyemstv za umov rozvytku hlobalizatsiyi [Increasing the competitive position of small enterprises in the context of globalization], Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu no. 4, Available at: <http://elar.khnu.km.ua> (accessed 21.01.2018).
8. Kavtysh S. Analiz diyal'nosti pidpryyemstv maloho biznesu ta shlyakhy pidvyshchennya yikh prybutkovosti (2013) [Analysis of the activities of small businesses and ways to increase their profitability]. Efektyvna ekonomika, no. 5, Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2028> (accessed 21.01.2018).
9. Federal Economic Statistics Advisory Committee. Available at: <http://www.bls.gov/home.htm> (accessed 17.01.2018).
10. Zakon Ukrayiny : Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukrayini [Law of Ukraine: On Development and State Support to Small and Medium-Sized Entrepreneurship in Ukraine]. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua> (accessed 17.01.2018).
11. Ukrayins'kyy fond pidtrymky pidpryyemnytstva [Ukrainian Business Support Foundation]. Available at: <http://ufpp.gov.ua/> (accessed 19.01.2018).
12. Azoev H. Konkurentny preymushchestva fyrmы (2000) [Competitive advantages of the company]. Moscow: OAO Typhrafyya "Novosty", p. 256.
13. Milevs'kyy S. Modeli analizu ta upravlinnya konkurentospromozhnisty promyslovykh pidpryyemstv (2007) [Models of analysis and management of the competitiveness of industrial enterprises]. Kharkiv: vol. KhNEU, p. 156.

Voron'ko-Nevidnicha T.V.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Management
Poltava State Agrarian Academy

Kozlenya K.O.

Student
Poltava State Agrarian Academy

Baruzdin A.A.

Student
Poltava State Agrarian Academy

FEATURES OF COMPETITIVENESS OF SMALL AGRARIAN ENTERPRISES OF POLTAVA REGION

The need to increase competitiveness of agriculture is defined at the state level as the most important task of economic policy. However, the measures taken did not have a proper impact on the agrarian sector. During the years of independence, the reform of the country's economy was fragmented, groundless, which led to a sharp decline in agricultural production and food production, and the loss of competitiveness of domestic producers on the external and internal markets. At present, agricultural enterprises don't pay enough attention to competitiveness issues and are not ready for active competition, regardless of their size. The existence of a long-term crisis, modern market relations, as well as the lack of state support, contributed to the almost complete loss of economic agents of competitiveness.

The attention is drawn to the fact that small business is an integral leading sector of the economy of any state, because it creates 50–60% of gross domestic product and provides 50–70% of employment in countries with market economy, gives life to big business, contributes to the development of competition, provides a significant level of revenues to the budget and can become a decisive factor in overcoming a number of socio-economic problems of society.

It has been investigated that small forms of management need specific support tools from the state due to their higher risk of their activities and more difficult access to additional resources. It should be noted that the reasons for the shortage of funds in small enterprises of Ukraine are the decline of the national currency, high cost of borrowed funds, low financial planning in enterprises, decrease in sales volumes, and increase in the cost price of products, increase in the cost of technical equipment.

It is therefore obvious that the crisis situation of the state economy as a whole and the agrarian sector in particular requires immediate solutions. The low level of competitiveness of small businesses is an obstacle to their effective functioning. Diagnosis is one of the tools for making decisions about choosing a competitive strategy, therefore the proposed method allows determining the position of the company in the market and its weaknesses, the leveling of which in the future will increase its competitiveness.

Competitiveness of small agricultural enterprises should be considered not only as an opportunity to effectively use strategic potential, but also the ability of the enterprise to respond quickly to changes in the needs of consumers, the likelihood of adequate actions to innovate competitors and also the need to create a mechanism for strategic competitiveness management.

РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РЕСУРСНИХ ОБМЕЖЕНЬ

THE IMPLEMENTATION OF THE MARKETING-ORIENTED APPROACH TO MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT UNDER THE CONDITIONS OF RESTRICTED RESOURCES

УДК 658.8:65.01

Коцко Т.А.

к. е. н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Шеховцова І.А.

старший викладач
кафедри менеджменту
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Жарук О.В.

магістр
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

У статті обґрунтовується доцільність реалізації маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємств в умовах ресурсних обмежень та невизначеності середовища діяльності. Посилення маркетингової складової в системі управління підприємством розглядається як передумова її поступової трансформації. Розкрито особливості маркетингово-орієнтованого підходу, об'єктивну необхідність впровадження інструментів маркетингу в управлінську політику сучасних підприємств. Досліджено основні проблеми побудови систем маркетингового управління на вітчизняних підприємствах, передумови їх виникнення та природу. Обґрунтовано переваги маркетингово-орієнтованого підходу з точки зору появи можливостей відходу підприємств від стратегії «вчікування» та поступового переходу до політики розвитку.

Ключові слова: маркетингово-орієнтований підхід, розвиток підприємства, управління розвитком підприємства, обмеженість ресурсів, невизначеність зовнішнього середовища.

В статье обосновывается целесообразность реализации маркетингово-ориентированного подхода к управлению развитием предприятия в условиях ресурсных ограничений и неопределенности среды деятельности. Усиление маркетинговой составляющей в системе управления предприятием рассматривается как предпосылка ее постепенной трансформации. Раскрыты особенности маркетингово-ориентированного подхода, объективная необходимость внедрения инструментов маркетинга в управленческую политику современных

предприятий. Исследованы основные проблемы построения систем маркетингового управления на отечественных предприятиях, предпосылки их возникновения и природа. Обоснованы преимущества маркетингово-ориентированного подхода с точки зрения появления возможностей ухода предприятий от стратегии «выжидания» и постепенного перехода к политике развития.

Ключевые слова: маркетингово-ориентированный подход, развитие предприятия, управление развитием предприятия, ограниченность ресурсов, неопределенность внешней среды.

The feasibility of implementing the marketing-oriented approach to managing of the development of enterprises in terms of the resources restrictions and uncertainty of the business environment are investigated. Strengthening the marketing component in the enterprise management system is considered as a prerequisite for its gradual transformation. The features of the marketing-oriented approach, the objective necessity of implementing marketing tools in the management policy of modern enterprises are shown. The main problems of construction the marketing management systems at domestic enterprises, the conditions of their origin and nature are investigated. The advantages of the marketing-oriented approach regarding appearance of opportunities for companies to move from the strategy of "waiting" and gradual transition to development policy are justified.

Key words: marketing-oriented approach, enterprise development, management of enterprise development, resource restriction, uncertainty of the external environment.

Постановка проблеми. Тенденції соціально-економічних процесів, які спостерігаються в економіці України протягом останніх чотирьох років, суттєво змінили середовище діяльності вітчизняних підприємств. У цьому контексті перш за все слід відзначити тривалу економічну стагнацію, макрофінансову нестабільність, появу торгових обмежень з боку Російської Федерації та одночасне зростання відкритості ринків з країнами ЄС. Велике значення мали також суперечливі кроки держави щодо реформування окремих ринків, вимушена політика мілітаризації в умовах дефіциту фінансових ресурсів, а також падіння купівельної спроможності населення. Подібні тенденції посилили невизначеність зовнішнього середовища, дезорієнтували господарюючих суб'єктів у виборі пріоритетів розвитку, обумовивши необхідність перегляду їх стратегічних орієнтацій.

На порядку денному перед менеджерами підприємств постало завдання подолання викликів,

пов'язаних з трансформацією тих чи інших ринків, звуженням одних ринкових сегментів та появою інших, зміною конкурентного середовища, моделі поведінки споживачів, поведінки держави як суб'єкта економічної політики тощо. Як показав досвід, орієнтація на стратегію «вчікування» навіть за обмеженості ресурсів розвитку та значного потенціалу ризиків здебільшого не виправдала себе. Пасивна модель поведінки все ж послаблює стратегічні можливості підприємства. Обмежуючи вплив поточних загроз, пасивність збільшує вразливість до їх впливу в майбутньому. Водночас під час здійснення розвитку нових ринкових сегментів не завжди доцільно швидко залишати наявні, менш перспективні, або ж нести витрати диверсифікації. Невизначеність середовища в умовах обмеженості ресурсів розвитку часто потребує «обережних кроків», які б відкрили нові перспективи, оптимізуючи фінансові потоки з різних ринкових сегментів.

Переосмислення стратегічних орієнтацій підприємств, обґрунтування нових механізмів розвитку виявилися надзвичайно непростими завданнями в умовах посилення ресурсних обмежень і появи нових викликів. *Виникла об'єктивна необхідність пошуку інструментів активізації власних можливостей підприємств, спроможних забезпечити ефективну трансформацію їх ресурсного потенціалу, оптимізувати цілу систему загроз.* Важливим напрямом виявлення таких можливостей є реалізація маркетингово-орієнтованого підходу до управління підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми впровадження маркетингово-орієнтованого підходу в управлінську практику широко висвітлюються в працях вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема в роботах Ф. Котлера [6], М. Бейкера [1], А.В. Короткова [5], М.І. Беляєвцева [2], Л.В. Балабанової [8], О.А. Біловодської [3], В.В. Россохи [10], С.М. Ілляшенка [7], Д.В. Райко [11]. Науковцями докладно розкрито сутність цього підходу, його переваги, особливості побудови відповідної підсистеми тощо. Водночас питання реалізації маркетингово-орієнтованого підходу як інструмента забезпечення розвитку за умов критичної активізації загроз зовнішнього середовища та обмеженості власних ресурсних можливостей потребують обґрунтування окремих аспектів. Актуальність зазначеного підходу у цьому контексті пов'язана з розкриттям його переваг з точки зору можливостей балансування пріоритетів політики «вичікування» та розвитку.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд особливостей маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємств в умовах ресурсних обмежень, невизначеності та критичної ескалації загроз зовнішнього середовища, а також обґрунтування методологічних аспектів його реалізації в практичній площині.

Виклад основного матеріалу дослідження. У практичній діяльності вітчизняних підприємств маркетинговий підхід набуває все більшого поширення та адаптується відповідно до нових потреб ринку. Очевидно, що роль маркетингу зростає [9, с. 446–490; 12, с. 45], відбувається трансформація його методологічної бази, технологій, інструментарію [7–10]. Специфіка зовнішнього середовища диктує свої вимоги, вітчизняні підприємства вимушені посилювати маркетингову складову в управлінській політиці, орієнтуватись на впровадження сучасних маркетингових технологій. Крім того, маркетинг відіграє одну з провідних ролей у забезпеченні успіху підприємств-інноваторів. *Дослідження Р.Г. Купера засвідчили, що близько 75% ідей нових товарів генерується на основі аналізу потреб ринку, притому 75% їх ринкових невдач пояснюється переважною дією ринкових факторів* [7, с. 22–23]. Суб'єкти ринку стають більш інформо-

ваними, їх поведінка набуває значно більшого раціоналізму, що обумовлює необхідність системного вдосконалення маркетингової політики.

Першочерговий акцент у системі пріоритетних завдань маркетингової політики вітчизняних підприємств все ж здійснюється на організації збутової діяльності. *Через комплекс причин ігнорується той факт, що управління на принципах маркетингу може дати змогу врахувати велику кількість прихованих факторів у діяльності підприємств.* В умовах ресурсних обмежень така перевага набуває значної актуальності. Крім того, сьогодні недооцінюється роль маркетингової орієнтації з точки зору вирішення завдання антикризового управління [9, с. 493–499], формування принципово нових переваг у конкурентній боротьбі, виявлення стратегічних проєкцій підприємств, реалізації потенціалу розвитку тощо.

Ефективність використання маркетингового інструментарію визначається комплексом передумов. Маркетингова політика дає змогу реалізувати пріоритети розвитку за умови чітко обґрунтованої базової та функціональних стратегій підприємства, їх раціональної інтегрованості на основі відповідної системи управління. *Намагання вибудувати ефективну маркетингову стратегію, ігноруючи пріоритети інших функціональних сфер, що характерне для багатьох вітчизняних підприємств, може забезпечувати позитивні ефекти лише у короткотерміновому періоді.* Якщо говорити про маркетингову орієнтацію підприємства загалом, тобто побудову відповідної системи управління, то слід сказати про маркетингово-орієнтований підхід до управління підприємством.

Обґрунтування переваг маркетингового інструментарію саме як інструментарію забезпечення розвитку підприємства за умов ресурсних обмежень потребує розкриття сутності поняття «маркетингове управління» та пов'язаних з ним понять. У джерелі [13, с. 326] акцентується увага на тому, що *роль маркетингового управління розглядають з двох точок зору.* Відповідно до першої маркетинг – це частина процесу управління, що реалізує систему функцій, пов'язаних з реалізацією продукції. Друга точка зору розуміє маркетинг як систему, яка є основою управління підприємством загалом. Зазначений підхід характеризується орієнтацією на ринкові пріоритети від самого початку створення підприємства.

Науковець також звертає увагу на те, що маркетингове управління в науковій літературі асоціюється з поняттям маркетингового менеджменту, часто їх отождожують. На думку автора, ці поняття дещо різняться між собою, одночасно взаємофункціонуючи в одному цілому. Так, *маркетингове управління підприємством – це насамперед організаційний комплекс, котрий об'єднує в собі як процеси стратегічного управління підприємством*

(розроблення стратегії, планування діяльності, реалізації, а також контроль за розробленою стратегією на основі ефективної адаптації її до ринкових умов), так і реалізацію комплексу маркетингових завдань, пов'язаних із виробництвом, просуванням та збутом продукції. При цьому під управлінням маркетингом слід розуміти комплекс маркетингових завдань, спрямованих на реалізацію маркетингових стратегій.

У джерелі [11, с. 109] звертається увага на те, що управління маркетингом та маркетинговий менеджмент – це поняття, що доповнюють один одного та знаходяться у тісному взаємозв'язку. Маркетинговий менеджмент необхідно розуміти як управління усіма ланками, підрозділами, відділами підприємства на засадах маркетингу. Саме маркетинговий менеджмент науковці розглядають як маркетингово-орієнтований підхід, що ставить споживачів у центр уваги всього підприємства [11, с. 110]. На думку О.А. Біловодської, найбільш коректним терміном, який охоплює усі рівні використання концепції маркетингу, є «управління маркетинговою діяльністю» (або спрощений його аналог «управління маркетингом») [3, с. 12].

Розглянуті вище підходи до розуміння базових понять концепції маркетингу лише підтверджують тезу про необхідність формування системи передумов, які б дали змогу забезпечити ефективність реалізації маркетингового інструментарію в управлінні розвитком підприємства. Незважаючи на те, що маркетингово-орієнтований підхід за своєю сутністю логічно ототожнювати з розглянутим поняттям маркетингового менеджменту, він може бути покладений в основу моделі поведінки підприємства, яке в умовах значних загроз зовнішнього середовища намагається відійти від стратегії «вичікування» і поступово перейти до політики розвитку, маючи при цьому певні недоліки та суперечності, закладені в системі управління. Тоді необхідність повної перебудови концепції управління підприємством може не мати підґрунтя з огляду на обмеженість ресурсних можливостей. Проте маркетингова орієнтація, яка пов'язана з частковими змінами в системі управління, дасть змогу вибудувати виважену управлінську політику і розвиватися в умовах невизначеності, формуючи елементи конкурентоспроможного потенціалу. Подібна модель управлінської політики певною мірою ігнорує стратегічні пріоритети, однак обмежує загрози, пов'язані з їх вибором та реалізацією за умов невизначеності.

Розуміння переваг вищеприписаного підходу до управління розвитком підприємств в умовах ресурсних обмежень потребує виявлення системи проблем маркетингового управління, характерних для вітчизняних підприємств. У цьому контексті перш за все слід звернути увагу на проблему відсутності взаємозв'язку в системі «фінансова – вироб-

нича – маркетингова політика». Основна проблема ефективного розвитку багатьох підприємств зводиться до відсутності чітко сформованої базової стратегії, часто її декларативного характеру і, відповідно, декларативності системи функціональних стратегій. Дезінтеграція цілей та пріоритетів підприємства, а також ізолюваність окремих напрямів управлінської політики обумовлюють неефективне використання його ресурсних можливостей та формування кризового потенціалу навіть за умов позитивної динаміки розвитку.

Вивчення практичного досвіду побудови систем управління на вітчизняних підприємствах дає змогу виділити низку їх особливостей, які обмежують ефективність процесів розвитку:

- неформалізований характер систем управління, який є результатом відсутності базової концепції розвитку, її формального характеру;
- відсутність чіткої розмежованості центрів прийняття управлінських рішень, наявність системи паралельних повноважень;
- безсистемність стратегічного планування, неузгодженість стратегічних планів підприємства з його ресурсними можливостями;
- націленість на максимізацію доходів у короткотерміновому періоді, що нівелює стратегічно важливі пріоритети розвитку, обмежує конкурентоспроможний потенціал;
- відсутність навичок і прагнення стратегічно планувати на основі комплексної оцінки ресурсного потенціалу підприємства, прогнозування загроз, використання сильних сторін;
- відсутність навичок маркетингового управління, нерозуміння стратегічних переваг маркетингової орієнтації підприємства.

На рис. 1 схематично зображено базові суперечності, які дуже часто закладені в системах управління сучасними підприємствами і є наслідком відсутності реальної концепції розвитку. Важливою особливістю визначених суперечностей є обмеження можливостей розвитку навіть за умов позитивних тенденцій у діяльності підприємства (наприклад, зростання прибутковості, розширення ринкової ніші, вихід на нові ринки). При цьому розвиток підприємства може супроводжуватися формуванням колосального потенціалу загроз.

Окремої уваги потребує дослідження домінуючих особливостей управління маркетинговою діяльністю вітчизняних підприємств, які нівелюють переваги маркетингової орієнтації загалом. Результати досліджень дають змогу виділити такі з них:

- не усвідомлення важливості маркетингової орієнтації підприємства, відсутність стратегій маркетингової діяльності;
- обмежений набір інструментів маркетингової політики, зокрема інструментів маркетингової комунікаційної політики;

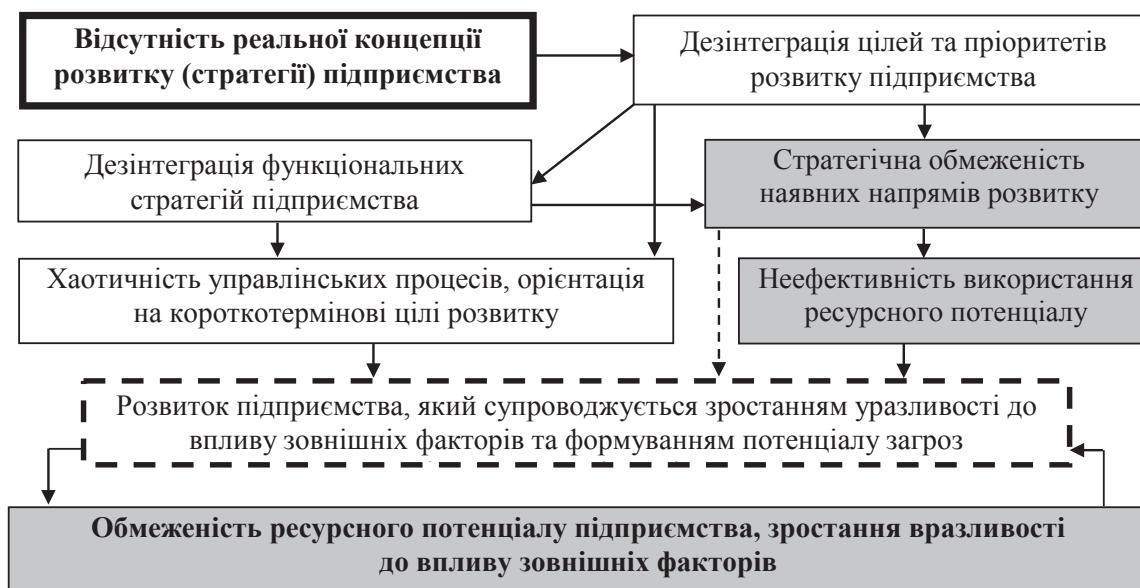


Рис. 1. Домінуючі суперечності в системі управління вітчизняних підприємств

- відсутність конкретних суб'єктів з конкретними, формалізованими повноваженнями у сфері управління маркетинговою діяльністю;
- ситуативний підхід до прийняття управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності;
- орієнтація маркетингової діяльності на вирішення поточних проблем реалізації продукції та максимізації доходів;
- фактично повна відсутність планового підходу до формування маркетингової політики (розроблення програм маркетингу, обґрунтування чіткого та ефективного інструментарію, асортименту продукції, послуг тощо);
- обмеженість або ж відсутність бюджету маркетингової діяльності підприємства;
- відсутність системи контролювання ефективності тих чи інших управлінських рішень у сфері маркетингової діяльності;
- обмеженість у використанні технологій бенчмаркетингу, цифрового маркетингу тощо.

Розглянуті проблеми маркетингового управління значною мірою є наслідками базових деформацій в системі управління і свідчать про дезінтегрованість стратегій різних рівнів, що є важливою передумовою неефективного використання ресурсного потенціалу підприємства. Їх наявність свідчить про обмеженість ролі маркетингового інструментарію в управлінні підприємствами, активізації нових чинників його розвитку, реалізації стратегічного потенціалу тощо.

З огляду на визначені проблеми, які часто зустрічаються на вітчизняних підприємствах, маркетингово-орієнтований підхід слід розглядати саме з точки зору можливостей відходу від політики «вичікування», визначення нових проєкцій розвитку, які в умовах зменшення невизначеності можна значно швидше та ефективніше реалізувати.

Доцільність орієнтації на модель маркетингово-орієнтованого управління розвитком підприємства в умовах ресурсних обмежень схематично обґрунтована на рис. 2.

Важливо звернути увагу на те, що посилення маркетингової складової в системі управління будь-яким підприємством збільшуватиме можливості побудови більш ефективної системи управління. Адже активізуватиметься діяльність щодо вивчення ринку, вдосконалення товарної, цінової та інших видів маркетингової політики. Виникатиме об'єктивна необхідність формування цілісної, структурно інтегрованої системи управління. Додатковим аргументом актуалізації завдань щодо орієнтації на маркетингово-орієнтовану модель управління є необхідність урахування комплексу об'єктивних факторів, пов'язаних із сучасними змінами споживчої поведінки, серед яких доцільно виділити такі [3; 9; 12]:

- поява нового покоління споживачів, зміна моделей їх поведінки;
- зростання вимогливості споживачів як результат значної конкуренції ринків, інформованості, освіченості, позитивного клієнтського досвіду;
- зміна каналів комунікації як наслідок переходу споживачів у діджитал-сферу, відповідно, зміна їх поведінки [4; 12];
- зменшення уваги клієнтів як результат інформаційного перенавантаження, зростання дефіциту їх часу;
- зростання швидкості прийняття управлінських рішень споживачами.

Слід звернути увагу також на зростання доступності товарів і послуг незалежно від географічного розташування суб'єктів ринку (компанія “Amazon”), появу нових моделей купівлі товарів і послуг (наприклад, купівлі в групах), зменшення



Рис. 2. Доцільність реалізації моделі маркетингово-орієнтованого управління розвитком підприємства в умовах ресурсних обмежень та невизначеності зовнішнього середовища

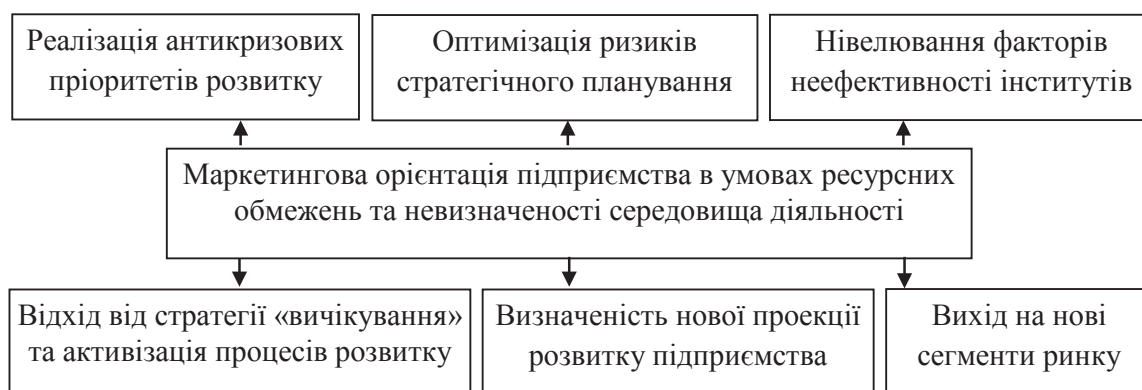


Рис. 3. Можливості, які створює маркетингова орієнтація підприємства в умовах ресурсних обмежень та невизначеності середовища діяльності

ролі цінової конкуренції в результаті активної інноваційної політики компаній, зростання інформованості споживачів (розширення сегменту прайс-агрегаторів).

Маркетингова орієнтація підприємства відкриває можливості використання принципово нових технологій його розвитку, зокрема сучасних, які дають змогу певною мірою нівелювати вплив факторів, пов'язаних з неефективністю інституцій, монополізмом, нераціональною поведінкою держави як суб'єкта державного регулювання тощо (рис. 3). Подібний поступ у трансформації управлінської політики дає змогу у зовсім іншій проекції оцінити ринкові можливості, перспективи розвитку.

Модель трансформації управлінської політики через домінування маркетингової складової, маючи очевидні недоліки, все ж відкриває можливості побудови системи управління, спроможної забезпечувати реалізацію стратегічних пріоритетів та уникати комплексу загроз в умовах невизначеності середовища діяльності підприємства.

Водночас важливим завданням реалізації маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємства в практичній площині є забезпечення інтеграції елементів його маркетингової підсистеми в загальну систему управління. Адже йдеться про поступову трансформацію системи управління, в якій матимуть місце очевидні недоліки, виправлення яких все ж є неминучим.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, маркетингово-орієнтований підхід у сучасному менеджменті – це перш за все ринково-орієнтована система управління з орієнтацією на запити ринку, пошук нових проекцій розвитку. Концепція маркетингу як фундаментальна основа управлінської політики динамічно трансформується. Розуміння напрямів такої трансформації, її особливостей, тенденцій дає змогу виявляти нові проекції розвитку підприємства, під зовсім іншим кутом зору оцінювати його потенціал, а отже, вносити відповідні зміни в систему управління, використовуючи сучасний інструментарій

маркетингової політики. В умовах обмеженості ресурсів та невизначеності зовнішнього середовища зазначені переваги маркетингово-орієнтованого підходу набувають значної актуальності, оскільки створюють можливості реалізації не лише антикризових пріоритетів, але й передумов стратегічного розвитку, уникаючи критично небезпечних загроз зовнішнього середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бейкер М. Маркетинг. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 1192 с.
2. Белявцев М.І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 407 с.
3. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Київ: Знання, 2010. 332 с.
4. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4. С. 64–74. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_64_74.pdf.
5. Короткова А.В., Синяева І.М. Управление маркетингом. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Юнити-Дана, 2005. 463 с.
6. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 3-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 810 с.
7. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми: Університетська книга, 2008. 615 с.
8. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
9. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус»», 2010. 621 с.
10. Россоха В.В., Гуменна О.В., Пічик К.В., Романченко Н.В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / за ред. В.В. Россохи. Київ: Каравела, 2013. 244 с.
11. Райко Д.В., Лебедева Л.Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 1. С. 107–123.
12. Святненко В.О. Маркетингові технології як засіб ефективного розвитку вітчизняних підприємств. Економіка. 2014. № 8 (161). С. 44–49.
13. Яневич М.М. Стратегічне управління підприємством на маркетингових засадах. Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. 2010. Вип. 14–15. С. 325–334.
14. Яроміч С.А., Величко Т.Г. Сутність поняття маркетингового менеджменту в науковому дискурсі. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 9. С. 740–745.

REFERENCES:

1. Beyker M. Marketing / M. Beyker – SPb: Piter, 2002. – 1192 s.
2. Beliavtsev M.I. Marketynhovyi menedzhment / M.I. Beliavtsev, V.N. Vorobiov. – K.: Tsentр navchalnoi literatury, 2006. – 407 s.
3. Bilovodska O.A. Marketynhovyi menedzhment: [navch. posib.] / O.A. Bilovodska. – K.: Znannia, 2010. – 332 s.
4. Illiashenko S.M. Suchasni tendentsii zastosuvannia internet-tekhnologii u marketynhu // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2011. – № 4. – S. 64–74. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_2_64_74.pdf.
5. Korotkova A.V. Upravlenie marketingom / A.V. Korotkova, I.M. Sinyaevoy. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Yuniti-Dana, 2005. – 463 s.
6. Kotler F. Marketing menedzhment / F. Kotler, K.L. Keller; 3-e izd. – SPb.: Piter, 2012. – 810 s.
7. Marketynh innovatsii i innovatsii v marketynhu: Monohrafiia / Za red. d.e.n., profesora S.M. Illiashenka. – Sumy: Universytetska knyha, 2008. – 615 s.
8. Marketynh pidpriemstva: navchalnyi posibnyk / L.V. Balabanova, V.V. Kholod, I.V. Balabanova. – K.: Tsentр uchbovoi literatury, 2012. – 612 s.
9. Marketynh. Menedzhment. Innovatsii: monohrafiia / za red. d.e.n., profesora S.M. Illiashenka. – Sumy: TOV "Drukarskyi dim "Papyrus"", 2010. – 621 s.
10. Marketynhovyi menedzhment: [navch. posib.] / V.V. Rossokha, O.V. Humenna, K.V. Pichyk, N.V. Romanchenko. Za red. V.V. Rossokhy. – K.: Karavela, 2013. – 244 s.
11. Raiko D.V., Lebedieva L.E. Model upravlinnia marketynhom u systemi menedzhmentu promyslovoho pidpriemstva / Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2015. – № 1. – S. 107–123.
12. Sviatnenko V.O. Marketynhovi tekhnologii yak zasib efektyvnoho rozvytku vitchyznianskykh pidpriemstv / Ekonomika. – 2014. – № 8 (161). – S. 44–49.
13. Yanevych M.M. Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom na marketynhovyykh zasadakh / Ukrainaska nauka: mynule, suchasne, maibutnie. – 2010. – Vyp. 14–15. – S. 325–334.
14. Yaromich S.A., Velychko T.H. Sutnist poniatia marketynhovooho menedzhmentu v naukovomu dyskursi / Ekonomika i suspilstvo. – 2017. – Vyp. 9. – S. 740–745.

Kotsko T.A.

Ph.D., Associate professor of the department of management
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Shehovtsova I.A.

Senior Lecturer of the department of management
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Zharuk O.V.

Master of National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

THE IMPLEMENTATION OF THE MARKETING-ORIENTED APPROACH TO MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT UNDER THE CONDITIONS OF RESTRICTED RESOURCES

The essence of the marketing-oriented approach as the theoretical basis for forming the policy of enterprise development in the conditions of resource constraints and instability of the environment is studied. The system of advantages, which creates the marketing orientation of the enterprises, is revealed: the implementation of anti-crisis development priorities, the optimization of risks of strategic planning, leveling of factors of inefficiency of institutions, access to new segments of the market, the emergence of new projections of enterprise development. The advantages of the marketing-oriented approach regarding appearance of opportunities for companies to move from the strategy of «waiting» and gradual transition to development policy are justified.

It is proved that the problems of inefficiency of using the resource potential of domestic enterprises are related to the lack of real development strategies. An important consequence of this situation is the limitation of development opportunities, even if there are positive trends in the enterprise's activities, such as the growth of profitability, the expansion of the market niche, the emergence of new markets and etc. Moreover, the development of an enterprise, under such conditions, is often accompanied by the formation of a colossal potential of threats.

The main problems of construction the marketing management systems at domestic enterprises, the conditions of their origin and nature are investigated. It is determined that the lack of a strategic approach to the formation of marketing policy, a situational approach to making managerial decisions in the field of marketing activities levelling the potential benefits of marketing orientation of enterprises.

The emphasis is placed on the fact that the concept of marketing as a fundamental basis of management policy is dynamically transformed. Understanding the directions of such transformation, its features, trends, allows us to identify new projections of enterprise development, to completely evaluate its potential, and, consequently, to make appropriate changes in the management system using modern marketing policy tools. Given limited resources and ambiguity of the environment, the benefits of a marketing-oriented approach are becoming more relevant, since they create opportunities for the implementation of not only anti-crisis priorities, but also the prerequisites for strategic development, while avoiding critical threats of the environment.

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ТА ДОСВІД ЄС

FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES: UKRAINIAN REALITIES AND EUROPEAN EXPERIENCE

УДК 658.14

Манаєнко І.М.

к. е. н., доцент кафедри менеджменту,
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Кравець А.І.

студентка
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

У статті досліджено різні джерела фінансування інноваційної діяльності на промислових підприємствах, проаналізовано їх переваги та недоліки, порівняно фінансування впровадження інноваційних процесів на промислових підприємствах України та в країнах ЄС-28. Розглянуто проблеми капіталовкладень в інноваційну діяльність, а також запропоновано шляхи їх вирішення.

Ключові слова: джерела фінансування, інновації, інноваційна діяльність, промислові підприємства, фінансування.

В статье исследованы различные источники финансирования инновационной деятельности на промышленных предприятиях, проанализированы их преимущества и недостатки, сравнено финансирование внедрения инновационных процессов на промышленных предприятиях Украины

и в странах ЕС-28. Рассмотрены проблемы капиталовложений в инновационную деятельность, а также предложены пути их решения.

Ключевые слова: источники финансирования, инновации, инновационная деятельность, промышленные предприятия, финансирование.

Different sources of financing of innovative activity at industrial enterprises are examined in the article, strengths and weaknesses are analyzed and financing of innovative processes at industrial enterprises of Ukraine and of EU-28 countries are compared. The problems of investment in innovative activity are considered and therefore the possible solutions are proposed.

Key words: sources of financing, innovations, innovative activity, industrial enterprises, financing.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки унеможливує успішне існування підприємств без введення змін, що зумовлювали б відповідність виробництва потребам споживачів. Саме тому інноваційна діяльність є важливою складовою розвитку промислових підприємств.

Для українських підприємств запровадження інновацій є не лише ключовим фактором успіху в конкуренції, але й умовою виживання на ринку. Швидкі і часті зміни попиту, короткий життєвий цикл продукції та швидко зростаючі темпи її оновлення приводять до того, що виробничі програми малих та середніх підприємств повинні швидко змінюватись та пристосовуватись під умови ринку, схильного до перманентної еволюції.

Інноваційна діяльність на промислових підприємствах не може бути впроваджена та ефективно реалізована без достатнього фінансування. Тому проблема фінансового забезпечення інноваційного процесу є необхідною для якнайшвидшого вирішення, що й визначає актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Цій проблемі присвячено низку робіт як О.І. Амоші [1], Ю.З. Драчука [2], Д.М. Стеченко [3], Й.А. Шумпетера [4] та інших відомих науковців. Проте порушена тематика потребує подальшого розвитку та вдосконалення.

Постановка завдання. Метою статті є розвиток теоретичних положень з питань фінансування інноваційної діяльності підприємств, а також дослідження тенденцій фінансування інноваційної діяльності підприємств України та ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Термін «інновація» ввів австрійський економіст

Й.А. Шумпетер, а в буквальному перекладі це слово означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу» [4].

Відповідно до Закону України про інноваційну діяльність інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [5].

Процес застосування вперше у виробництві нових наукових здобутків, тобто інновацій, започатковує інноваційну діяльність. Інноваційна діяльність підприємства є складним та комплексним процесом створення, використання і поширення нововведень з метою підвищення рівня ефективності виробництва. Відповідно до Д.М. Стеченка інноваційна діяльність є основою конкурентоспроможності підприємств [3]. В ринковій економіці інноваційна діяльність підприємства є найсуттєвішим чинником, який дає змогу підприємству посісти стійкі ринкові позиції та отримувати перевагу над конкурентами в тій галузі, яка є сферою його комерційних інтересів.

Інноваційний процес простягається від зародження ідеї аж до її комерційної реалізації. Специфіка капіталовкладень в цю сферу діяльності полягає в тому, що інновації пов'язані з підвищеною небезпекою втрати вкладень, а відносять їх до ризикового (венчурного) капіталу.

Джерела фінансування інновацій відрізняються залежно від циклу інноваційної діяльності. Для фінансування науково-інформаційного циклу

види джерел фінансування бувають вітчизняного та іноземного походження. На жаль, участь держави у запровадженні інноваційного процесу зазвичай обмежується встановленням законодавчого підґрунтя, проте впровадження інновацій на промислових підприємствах не є пріоритетним під час розподілення державного, обласного чи міського бюджету. Саме тому потрібно орієнтуватися на інші джерела фінансування. Серед команд винахідників з готовими проектами та запатентованими інноваціями набирають популярності так звані платформи для зустрічей цих новаторів з інвесторами. Прикладом цього є щорічні «Фестиваль інноваційних проектів Sikorsky Challenge» та «Intel Techno», що відбуваються на базі НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського». Згідно з офіційними даними спостерігається тенденція росту суми інвестицій: якщо в 2011 році переможці отримали на втілення своїх ідей 180 тис. грн., то в 2015 році – уже 573 млн. грн. [6] Таких заходів вживається на базах технопарків та наукових парків. Проте такі способи фінансування підходять новаторам. Для фінансування впровадження інноваційного процесу на промисловому підприємстві цей варіант розглядати недоцільно, оскільки підприємство потребує капіталовкладень саме на виробничо-комерційному циклі, а не на науково-інноваційному.

За ступенем участі у фінансовому забезпеченні підприємств, що проводять інноваційну діяльність, можна виділити такі види грошового забезпечення, як, зокрема, державне фінансування, кошти місцевих бюджетів, кредитування, інвестування, самофінансування.

Державне фінансування інноваційних проектів полягає у виділенні державою грошових ресурсів на певні пріоритетні для науки цієї країни наукові проекти (зазвичай фундаментального характеру) з бюджету та позабюджетних фондів на безповоротній основі. Перевагою цього джерела є відсутність необхідності повернення інвестованих коштів, а недоліком – рідкість такого виду інвестування. Така фінансова підтримка можлива, але не завжди реалізована. У 2005 році були скасовані статті 21 і 22 Закону України про інноваційну діяльність, які забезпечували відшкодування державою до 50% оподаткування та митного регулювання, що було суттєвим чинником стимулювання розвитку інноваційної діяльності. На думку автора, превалюючим джерелом фінансування інноваційної діяльності має бути державне фінансування. На думку О.І. Амоші, заслуговує уваги ідея відновлення Державного інноваційного фонду з його мережею галузевих і територіальних підрозділів [1].

Кошти місцевих бюджетів мають суттєву перевагу, оскільки, інвестуючи в місцеві промислові підприємства, бюджети водночас розвивають рівень економіки на місцевому (регіональному) рівні. Кредитування полягає в наданні позик на проведення інноваційної

діяльності з боку банків та інших кредитних установ, проте це є невігідним джерелом фінансування для промислових підприємств, адже впровадження інновацій є довгостроковим процесом, а кредитування економічно вигідне лише під час реалізації короткострокових проектів. Сутність інвестування зводиться до участі коштів інвестора в економічно перспективних інноваціях. Усі форми залучення іноземних інвестицій мають довгостроковий стратегічний характер та можуть сприяти прискоренню скорочення технологічного розриву з провідними індустриальними країнами [7]. Однак обсяги залучення іноземних інвестицій в Україні нині недостатні через нестабільне та інвестиційно несприятливе економічне становище, пов'язане з нестабільністю валюти, воєнного стану на сході країни та групою інших чинників, що спричиняє непривабливість вітчизняних підприємств для іноземних інвесторів.

Самофінансування інноваційної діяльності полягає у проведенні наукових та промислових досліджень, прикладних розробок за рахунок власних коштів підприємства, основними джерелами яких виступають прибуток та амортизаційні відрахування. Промислове підприємство, що має постійний дохід, може використовувати власні кошти для фінансування інновацій. Наприклад, частина прибутку може бути виділена на розробку та впровадження нововведень після достатньої кількості накопичених коштів. Також фінансовим джерелом може бути амортизація. Амортизація – це процес перенесення вартості основних засобів на вартість новоствореної продукції з метою їх повного відновлення [5]. Амортизаційні кошти надходять підприємству у складі доходу від реалізації готової продукції (робіт, послуг) і накопичуються для подальшого використання як джерела відтворення вартості основних засобів в амортизаційному фонді. Амортизаційний фонд накопичується підприємствами поступово і використовується для вкладень в основні засоби не відразу, а за ступенем накопичення коштів. Такі науковці, як О.В. Міщук, С.В. Башкатова, С.В. Юшко [8], переконують, що власні ресурси мають низку переваг порівняно з іншими джерелами, таких як:

- можливість швидкого і простого залучення коштів;
- відсутність додаткових витрат (сплати позикового процента);
- збереження управління підприємством в руках керівників;
- відсутність реального витоку коштів з підприємства.

Отже, фінансування інноваційних проектів шляхом власних коштів сприяє прийняттю оперативних інвестиційних рішень, зменшує вартість проекту на величину відсотків по кредитах, забезпечує високу мобільність обертання грошових коштів і дає змогу успішно долати залежність від бюрократичних державних інстанцій.

Ресурси амортизаційного фонду є безкоштовним джерелом фінансування інноваційної діяльності, надходження до якого легко спланувати, оскільки вони мають постійний характер. Крім цього, власні кошти порівняно з банківським кредитуванням вкладаються на безстроковій основі без забезпечення. Також інвестування власних фінансових ресурсів у інноваційну діяльність забезпечує підприємству економічну самостійність в результаті підвищення фінансової стійкості та незалежності від кредиторів. Кредитні ресурси виступають у формі надання кредитів банківськими установами промисловим підприємствам.

Надалі представлено тенденції фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні та країнах ЄС. Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності українських підприємств є власні кошти (табл. 1).

Проаналізувавши дані, наведені в табл. 1, спостерігаємо зміну в структурі фінансування. В період з 2012 по 2016 роки помітні спад власних коштів як джерела з найменшою кількістю у 2014 році та подальший ріст. Спостерігається стрімкий спад іноземного фінансування з 2013 року. Іноземні інвестиції знизилась у 2016 році на 60% порівняно з 2015 роком. Позитивним показником є загальне зростання витрат на інновації на підприємствах.

Аналізуючи позиції України за індексом глобальної конкурентоспроможності, можемо побачити, що загальнодержавна науково-технічна база і наявна кількість вчених та інженерів займають високі позиції порівняно з іншими показниками. Високими також є показники якості науково-дослідних інститутів, що свідчить про високий потенціал та підтверджує хороший рівень здатності до інновацій. Проте найнижчими є показники стану розвитку кластерів та спад кількості державних закупівель високотехнологічної продукції, що свідчить про відсутність злагодженого механізму кооперації між науково-дослідними інститутами і промисловими підприємствами та незацікавленість держави в розвитку інноваційного середовища на ринку останніми роками, що уповільнює дифузю інноваційних процесів та їх запровадження.

Структура економіки України орієнтована на сировину, зокрема на видобувну, сільськогосподарську галузі та експорт сільськогосподарських продуктів, а економіка країн Євросоюзу характеризується переорієнтацією з високотехнологічного матеріального виробництва на розвиток соціальної сфери та сфери послуг [10]. Відмінності у структурі економіки країн ЄС-28 та України відображаються і в різниці фінансування інноваційної діяльності відносно їх ВВП.

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності

Рік	Загальна сума витрат	Зокрема, за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інших джерел
млн. грн.					
2012	11 480,6	7 335,9	224,3	994,8	2 925,6
2013	9 562,6	6 973,4	24,7	1 253,2	1 311,3
2014	7 695,9	6 540,3	344,1	138,7	672,8
2015	13 813,7	13 427,0	55,1	58,6	273,0
2016	23 229,5	22 036,0	179,0	23,4	991,1

Джерело: складено авторами на основі даних Держстату України [9]

Таблиця 2

Індекс глобальної конкурентоспроможності України у сфері інновацій

Індекс глобальної конкурентоспроможності (позиції України за основними складовими)	2014–2015 роки (144 країни)	2015–2016 (140 країн)	2016–2017 (138 країн)	2017–2018 (137 країн)
Інновації та фактори вдосконалення	92	72	73	77
Інновації	81	54	52	61
Здатність до інновацій	82	52	49	51
Якість науково-дослідних інститутів	67	43	50	60
Витрати компаній на дослідження і розробки	66	54	68	76
Співпраця університетів та промисловості у дослідженнях та розробці	74	74	57	73
Державні закупівлі високотехнологічної продукції	123	98	82	96
Наявність вчених та інженерів	48	29	29	25

Джерело: складено авторами на основі даних Держстату України [9]

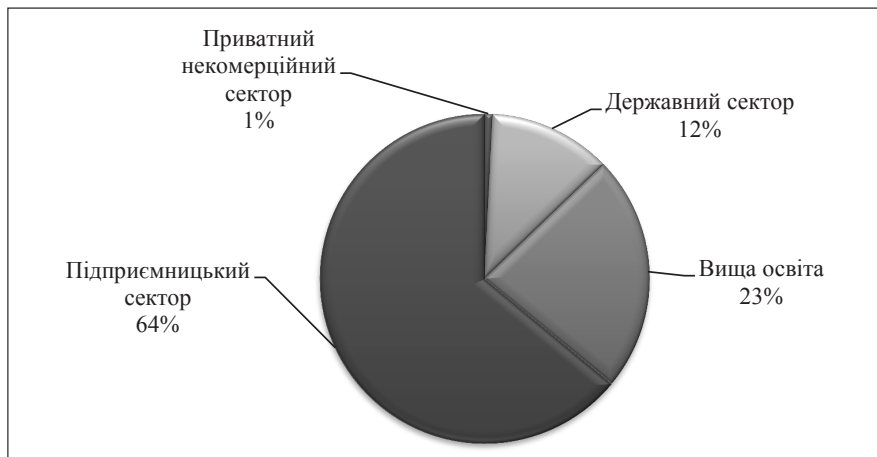


Рис. 1. Витрати країн ЄС-28 на інноваційну діяльність у 2015 році за галузями спрямування

Джерело: складено авторами на основі даних Євростату [11]

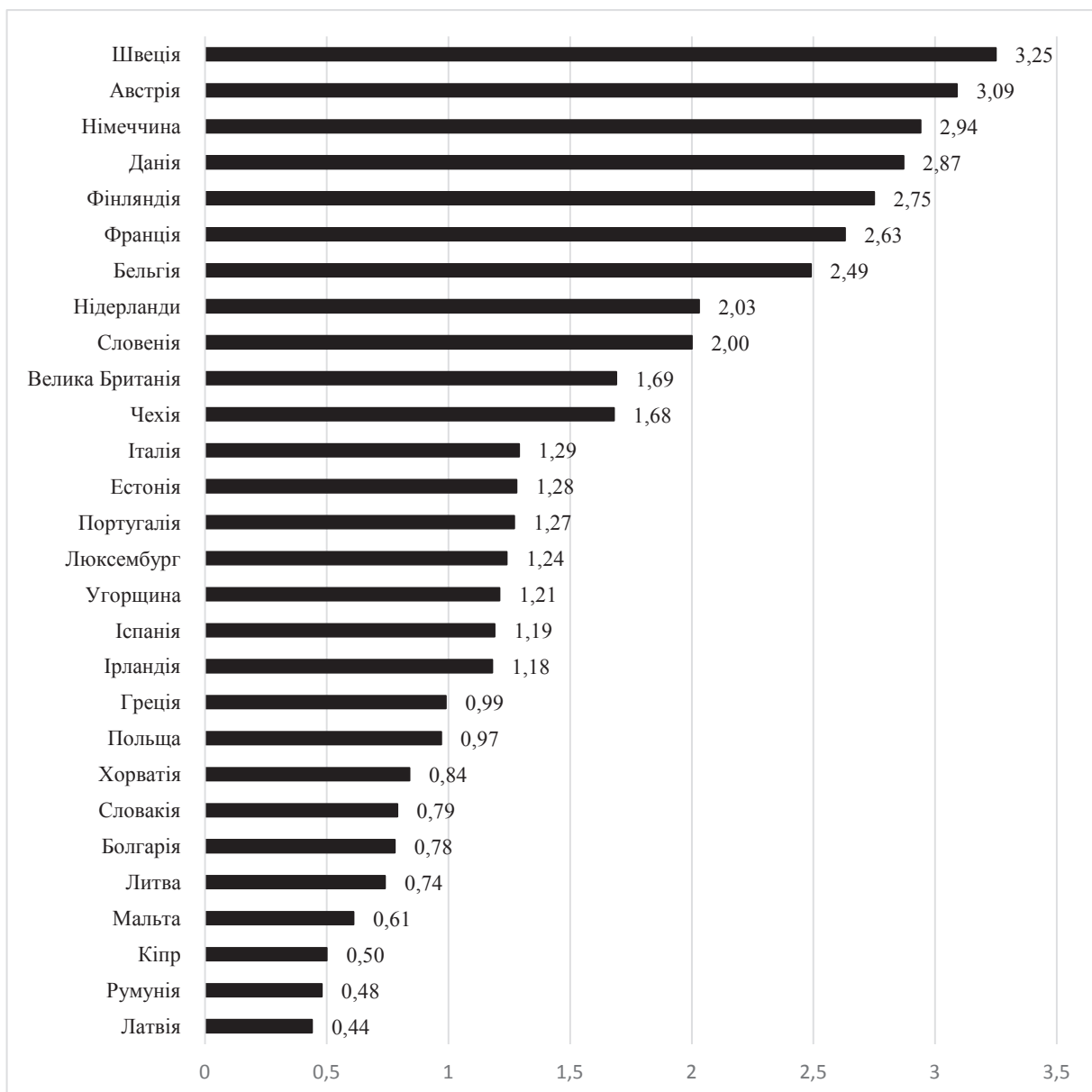


Рис. 2. Витрати на інноваційну діяльність країн ЄС-28 у 2016 році, % від ВВП

Джерело: складено авторами на основі статистичних даних з Євростату [11]

Згідно з даними на розробки інновацій та їх впровадження на підприємствах витрачається найбільше (64%) коштів, що свідчить про пріоритетність цієї галузі в запровадженнях інноваційних процесів.

Україна витратила 0,07% [12] від ВВП на інноваційну діяльність, що значно менше, ніж в країнах ЄС-28.

Відповідно до даних провідні країни ЄС-28, зокрема Швеція, Німеччина, Данія, Франція, виділяють 2–3% від ВВП, що сприяє постійному розвитку економіки та забезпечує лідируючі позиції на світових ринках. Країни, що відзначаються низьким рівнем капіталовкладення в інноваційну діяльність, мають відносно нижчий рівень економіки.

Базуючись на вищевикладених положеннях, виділяємо головні проблеми фінансування інноваційної діяльності в Україні та фактори, що їх зумовлюють:

- повільне впровадження нових технологій у виробництво, що зумовлює уповільнення процесу окупності інвестицій, що є непривабливим та ризикованим в сучасному стані економіки країни;
- відсутність ефективного механізму трансформації знань в практичне їх використання;
- орієнтація державної економіки розвитку перш за все на реформи серед базових галузей економіки, відповідно, нестача державних коштів на інвестування в інноваційну діяльність;
- відсутність злагодженого механізму банківської системи щодо надання довгострокових кредитів;
- збройний конфлікт на Сході країни, що спричиняє негативний приріст іноземних інвестицій через нестабільність економіки;
- нестабільність валютного курсу;
- широкомасштабна корумпованість;
- низький рівень захищеності права власності;
- нерозвиненість логістичної системи, що знову ж таки сповільнює як сам процес впровадження інновацій, так і в подальшому його дифузіїю.

Висновки з проведеного дослідження.

Проаналізувавши теоретичні та аналітичні дані у сфері інноваційної діяльності, можемо зробити висновки, що політика Європейського Союзу спрямована на створення сприятливих умов задля розробок і впроваджень інновацій на промислових підприємствах. Така політика ЄС є реалізованою та має ефективний характер завдяки постійному фінансуванню інноваційної діяльності, систематизованій нормативно-правовій базі, що гарантує захист права власності і зменшує ризикованість інвестицій у цей вид діяльності та злагодженому механізму впровадження та поширення інновацій. На прикладі підприємств країн ЄС можна стверджувати, що більшість найпотужніших підприємств регулярно впроваджує інноваційні процеси, підтримуючи свій рівень конкурентоспроможності і створюючи цикл попиту на вироблені інноваційні продукти. Проблема фінансування інноваційних

процесів перш за все полягає у ризикованості вкладення значних інвестиційних ресурсів з довготривалою перспективною окупності. Запропоновано такі шляхи вирішення проблеми:

- 1) переорієнтація розподілу державного бюджету на підвищення частки фінансових ресурсів, що виділяється на впровадження інноваційних процесів на промислових підприємствах;
 - 2) поширення інформації та її обмін з іноземними підприємствами щодо впровадження інноваційного процесу задля підвищення рівня свідомості та знання всіх факторів, які впливають; перейняття досвіду та поширення ефективних схем впровадження інновацій;
 - 3) реформування нормативно-правового аспекту захисту права власності;
 - 4) реформування надання банками кредитів на довгострокові проекти, а саме зниження процентної ставки чи її часткової оплати державою;
 - 5) впровадження відкритої системи фінансування, тобто прозорість у розпорядженні інвестиціями задля демонстрації іноземним інвесторам зниження рівня корумпованості;
 - 6) поширення інформації щодо ефективності впровадження інновацій задля зацікавленості робочої сили у підвищенні кваліфікації та перекваліфікації.
- Вжиття зазначених заходів зможе покращити тенденції фінансування інноваційної діяльності в Україні лише за їх комплексної програми впровадження та з урахуванням передового досвіду країн ЄС.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амоша О.І. Організаційно-економічний механізм активізації інноваційної діяльності в Україні. Економіка промисловості. 2005. № 5. С. 15–21.
2. Драчук Ю.З., Трушкіна Н.В. Інституціональне забезпечення розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств. Економічний вісник. 2013. № 2. С. 93–99.
3. Стеченко Д.М., Тимошенко Н.Ю. Інноваційна політика підвищення конкурентоспроможності економік регіонів України. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2009.
4. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Москва: Директ-Медиа, 2008. 400 с.
5. Про інноваційну діяльність: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 36. Ст. 266. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
6. «Київський політехнік». «Sikorsky Challenge 2015»: переможці, нагороди, інвестиції. 2015. № 31. URL: <http://kpi.ua/sikorsky-challenge-15>.
7. Коначук В.Л., Лисенко Л.В. Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств. Вісник Запорізької державної інженерної академії. 2013. № 15. С. 1.
8. Башкатова С.В. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання за рахунок власних фінансових ресурсів. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2009. С. 1–2.

9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Бицюра Ю. Структурні зрушення в економіці європейських країн. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 3. С. 63–72.

11. Офіційний сайт статистичної організації Європейської комісії. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

12. Украина на 42-м месте в рейтинге инновационных экономик мира. Как так вышло? // Офіційний сайт порталу Business Views. 2017. URL: <http://businessviews.com.ua/ru/economy/id/ukraina-na-42-m-meste-v-rejtinge-innovacionnyh-ekonomik-mira-kak-tak-vyshlo-1460>.

REFERENCES:

1. Amosha O.I. (2005) Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm aktyvizatsii innovatsiinoi diialnosti v Ukraini [Organizationally-economic mechanism of activation of innovative activity in Ukraine]. *Ekonomika promyslovosti*, no. 5, pp. 15–21.

2. Drachuk Yu.Z., Trushkina N.V. (2013) Instytut-sionalne zabezpechennia rozvytku innovatsiinoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv [Institutional support of development of innovative activity of industrial enterprises]. *Ekonomichnyi visnyk*, no. 2, pp. 93–99.

3. Stechenko D.M., Tymoshenko N.Yu. (2009) Innovatsiina polityka pidvyshchennia konkurentos-promozhnosti ekonomik rehioniv Ukrainy [Innovation policy of increasing economic competitiveness level of Ukrainian regions]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU "KPI"*.

4. Shumpeter Y.A. (2007) *Teoriia ekonomichnoho razvitiya* [Theory of economic development]. Moscow: Dyrekt–Medya, 2008 (in Russian).

5. Zakon Ukrainy "Pro innovatsiinu diialnist" [Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15>].

6. Kyiv polytechnic. (2015) "Sikorsky Challenge 2015": peremozhntsi, nahorody, investytsii ["Sikorsky Challenge 2015": winners, awards, investments]. (electronic journal), no. 31. Available at: <http://kpi.ua/sikorsky-challenge-15>.

7. Konashchuk V.L., Lysenko L.V. (2013) Dzherela finansuvannia innovatsiinoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv [Sources of financing of innovative activity of industrial enterprises]. *Visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, vol. 15, pp. 1.

8. Bashkatova S.V. (2009) Finansove zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti subiektiv hospodariuvannia za rakhunok vlasnykh finansovykh resursiv. [Self-financing of innovating activity of economic entity]. *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*, no. 15, pp. 1–2.

9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Governmental statistical service of Ukraine] (electronic source). – Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Bytsiura Yu. (2009) Strukturni zrushennia v ekonomitsi yevropeiskykh krain. [Structural changes in the economy of European countries]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, no 3, pp. 63–72.

11. Ofitsiinyi sait statystychnoi orhanizatsii yevropeiskoi komisii. [European Commission. Eurostat] (electronic source). Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat>.

12. BusinessViews. (2017) Ukayna na 42-m meste v reitynhe ynnovatsyonnykh ekonomyk myra. Kak tak vushlo? [Ukraine has the 42nd place in The Global Competitiveness rating. How did it happen?] (electronic source). – Available at: <http://businessviews.com.ua/ru/economy/id/ukraina-na-42-m-meste-v-rejtinge-innovacionnyh-ekonomik-mira-kak-tak-vyshlo-1460>.

Manaenko I.M.

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Department of Management,
National Technical University of Ukraine

“The Kiev Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky”

Kravets’ A.I.

Student

National Technical University of Ukraine

“The Kiev Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky”

FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES: UKRAINIAN REALITIES AND EUROPEAN EXPERIENCE

Innovation is an essential component of competitiveness growth of enterprises and therefore of economic progress. An effective implementing of innovative activity cannot be achieved without a decent financing. The research work of such scientists as O.I. Amosha, Yu.Z. Drachuk, A.R. Gal'chynskyi is dedicated to this theme.

Innovation is defined as a process of implementing a new idea, technology, method or product. There are such sources of financing innovative activity: governmental, local funds, lending, investing, self-financing, etc.

Unstable economic situation causes a governmental reliance on other spheres and makes financing of innovation processes for foreign investing unattractive. The costs of the local funds are beneficial both for enterprises and regional development. Lending is unprofitable, as the process of implementing innovative activity is a long-term payback. Self-financing of innovation activity at industrial enterprises has a range of advantages: a possibility of immediate and simple involvement of money; an absence of additional expenditure; managing of an enterprise stays in directors' power; no real leakage of money outside the enterprise.

According to the Global Competitiveness report 2017–2018, Ukraine has a great amount of scientists and people with higher education, but other indicators are on a quite low rate.

Economic structures of Ukraine and countries of EU-28 differ and that is visible on percentage of GDP spent on R&D and innovations. In 2016 Ukraine invested a 0.07% of GDP on innovations, while the countries-leaders of EU-28 invested 2–3%, which indicates on a strong connection between the level of economy and financing innovative activity.

The main problems of financing innovative activity in Ukraine can be solved by: reorienting governmental budget and increasing the percentage of money invested on innovations; make a transparent financing system and involve more foreign investing; reforming and improving judicial aspect of property law. An implementation of these mentioned above reformations combined with considering European experience will improve the innovation financing situation in Ukraine.

МЕХАНІЗМ СТАЛОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ MECHANISMS OF SUSTAINABLE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

У статті розглянуто складові сталої діяльності сільськогосподарських підприємств, які характеризують тенденції економічного розвитку. Досліджено сталість виробництва продукції сільського господарства на прикладі господарства за п'ятирічний період. Визначено вплив соціальної та екологічної складових на сталість діяльності підприємств. Приведено алгоритм дії механізму забезпечення сталого розвитку. Запропоновано механізм сталої діяльності сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: сталість, сільськогосподарське підприємство, складові сталості, економічні методи, фактори впливу, механізм сталості.

В статье рассмотрены составляющие устойчивой деятельности сельскохозяйственных предприятий, которые характеризуют тенденции экономического развития. Исследована устойчивость производства продукции сельского хозяйства на примере хозяйства за пятилетний период. Определено влияние социальной и экологической составляющих на устой-

чивость деятельности предприятий. Приведен алгоритм действия механизма обеспечения устойчивого развития. Предложен механизм устойчивой деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: устойчивость, сельскохозяйственное предприятие, составляющие устойчивости, экономические методы, факторы влияния, механизм устойчивости.

The article discusses the components of sustainable activity of agricultural enterprises, which characterize the tendencies of economic development. The constancy of production of agricultural products on the example of the investigated economy for the five-year period is investigated. The influence of social and environmental components on the sustainability of enterprises is determined. The given algorithm of the mechanism of ensuring sustainable development. Proposed mechanism of sustainable activity of agricultural enterprises.

Key words: constancy, agricultural enterprise, components of constancy, economic methods, factors of influence, mechanism of constancy.

УДК 631.11

Пахуча Е.В.

к. е. н., доцент кафедри прикладної економіки і міжнародних економічних відносин

Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва

Скрипань В.А.

студент

Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва

Постановка проблеми. Розвиток економіки держави залежить від сталості та ефективного функціонування підприємств як у сучасних умовах, так і в майбутньому. Водночас ринковому середовищу притаманна невизначеність, що призводить до виникнення ризикових ситуацій у діяльності підприємств та критичного прояву – кризи, яка супроводжується комплексом протиріч і уповільнює розвиток. Внаслідок цього в сучасних умовах ринкових перетворень, тобто на етапі поглиблення ринкових трансформацій та переходу України до розвитку економіки на основі парадигми сталого соціально-економічного розвитку суспільства, стає актуальним питання формування механізму сталої діяльності підприємств в умовах діючого економічного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичним і практичним аспектам сталого розвитку підприємства, впливу ризикових та кризових ситуацій на діяльність підприємства присвячені наукові праці таких вітчизняних та іноземних учених, як, зокрема, В.П. Антонюк, А.Б. Вебер, Л.А. Грицина, Л.А. Квятковська, Ю.М. Лопатинський, Л.Г. Мельник, Н.В. Наконечна, В.С. Ніценко, Н.О. Піняга, С.І. Тодорюк, Т.О. Федоренко, Ю.С. Цал-Цалко, О.В. Шубравська, О.Г. Янковий. З урахуванням дослідження теорії сталого розвитку підприємства багато питань, пов'язаних з формуванням механізму сталої діяльності підприємства, залишаються невирішеними. Наведений факт обумовлює необхідність проведення подальших теоретико-методологічних та прикладних досліджень у цьому науковому напрямі.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасної сталої діяльності підприємства, розробка рекомендацій щодо формування механізму сталої діяльності сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сталість повинна забезпечуватися в будь-яких умовах і ситуаціях, що виникають у системі і в навколишньому середовищі. Збурення може викликати тимчасові відхилення координат стану системи в межах заздалегідь визначених допусків, але за припинення впливів стала система повинна повертатися у вихідне положення. Тому головними завданнями, які повинні бути вирішені перш за все, є виявлення процесу самоорганізації системи, побудова математичної моделі її самовідновлення, розробка механізму сталого розвитку підприємства, визначення основних напрямів сталого розвитку підприємства. Під оцінкою економічної сталості розуміється комплекс дій, який дає змогу виявити динаміку та тенденції змін у часі показників, що характеризують результати управлінської, кадрової та фінансово-економічної діяльності.

Досі через нерозвиненість прикладних досліджень у цьому напрямі на кризу реагували тільки з моменту її прояву. Однак для підприємств дуже важливо діагностувати момент втрати сталості та розробити систему заходів у передкризових ситуаціях. В умовах розвитку економічних процесів, трансформації економічних відносин набувають особливої актуальності питання формування механізму сталого розвитку підприємства. Ця проблема містить ще багато дискусійного та невирішеного як щодо обґрунтування загального концептуального

підходу, так і в аспекті вироблення конкретних методичних рекомендацій, що визначають механізм сталого розвитку підприємства. Формування парадигми сталого розвитку протягом останніх років супроводжується якісною трансформацією змісту та сутності сталого розвитку підприємства як економічної системи. Несталість системи і наступ кризи є перш за все свідченням неспроможності внутрішнього механізму саморегулювання системи, тобто відсутності здатності самостійно нейтралізувати негативний вплив причин, що викликали цю нестійкість.

Для визначення сталого виробництва продукції підприємства спочатку виконали розрахунок обсягу виробництва на 100 га с.-г. угідь по роках. Потім визначили середньорічний обсяг виробництва за період 2012–2016 рр. У такий спосіб буде досягнуто зіставлення обсягів виробництва по роках [1, с. 120]. Динаміку сталості виробництва продукції сільського господарства ілюструє рис. 1.

Протягом 2012–2016 рр. відбувалося середнє щорічне зростання сталості виробництва продукції рослинництва на 0,50 в. п., виробництво продукції тваринництва зросло на 0,37 в. п. Основними факторами зростання обсягів виробництва продукції рослинництва у 2016 р. є високі базові показники, коли практично за всіма основними сільськогосподарськими культурами було отримано рекордні врожаї; несприятливі погодні умови у зимово-весняний період 2011–2012 рр. призвели до зменшення площі збирання та урожайності сільськогосподарських культур.

Змінюються погодні умови, що впливає на урожайність основних сільськогосподарських культур (рис. 2).

Урожайність безпосередньо залежить від екологічної ситуації, середньорічної температури повітря, кількості та характеру опадів, якості ґрунтового покриву, його температури та вологості, дотримання сівозмін тощо. Як свідчать результати дослідження, урожайність соняшнику у 2012–2016 рр. постійно коливалась, що, на нашу думку, зумовлюється зміною природно-кліматичних умов (урожайність

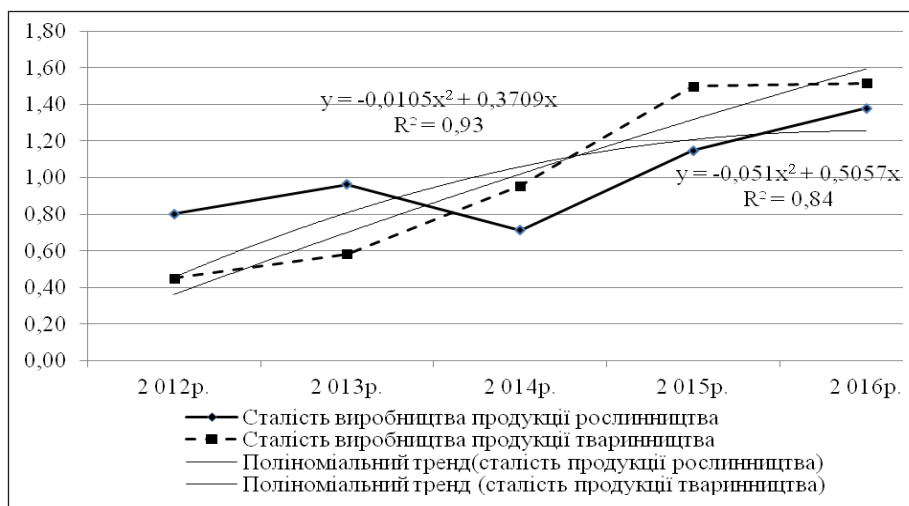


Рис. 1. Сталість виробництва продукції сільського господарства у відсотках до середнього в ТОВ «Печенізьке» за період 2012–2016 рр.

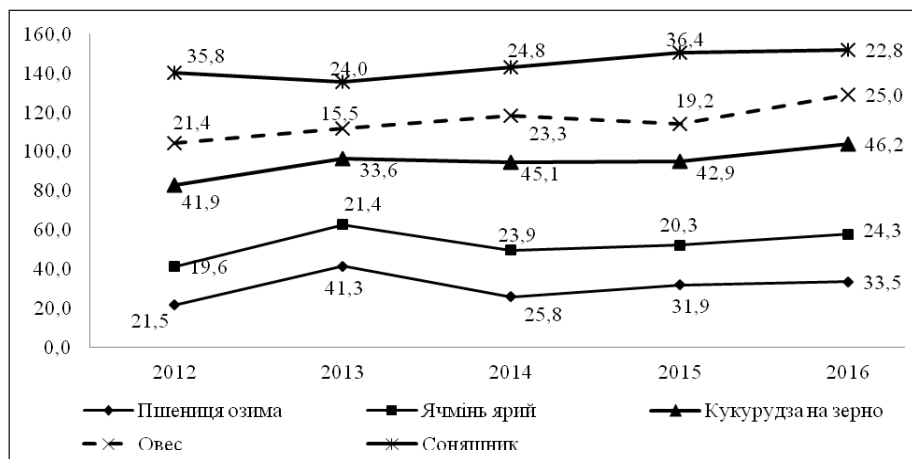


Рис. 2. Динаміка рівня урожайності сільськогосподарських культур у ТОВ «Печенізьке» у 2012–2016 рр., ц/га

у 2016 р. була на 36,2% нижча за відповідний показник 2012 р.). Найвищий рівень урожайності зафіксований у 2015 р., а саме 36,4 ц з одного гектара зібраної площі, а у 2016 р. урожайність знову знижується. Вагомим є вплив агротехнічних заходів.

Соціальні та екологічні складові разом з економічними мають значний вплив на процес сталого розвитку аграрного сектору національної економіки України. Проте соціальні та екологічні складові часто розглядаються як другорядні, особливо суб'єктами господарювання. Водночас на сучасному етапі розвитку цивілізації роль соціальних та екологічних складових визначальна, що дає змогу говорити про них як про імперативи, тобто обов'язкові для врахування [2, с. 87].

Одним із показників соціальної складової є розмір середньомісячної заробітної плати працівників. Отже, дослідимо динаміку заробітної плати працівників на прикладі ТОВ «Печенізьке» Печенізького району Харківської області (рис. 3).

Відзначається позитивна тенденція до зростання рівня заробітної плати працівників сіль-

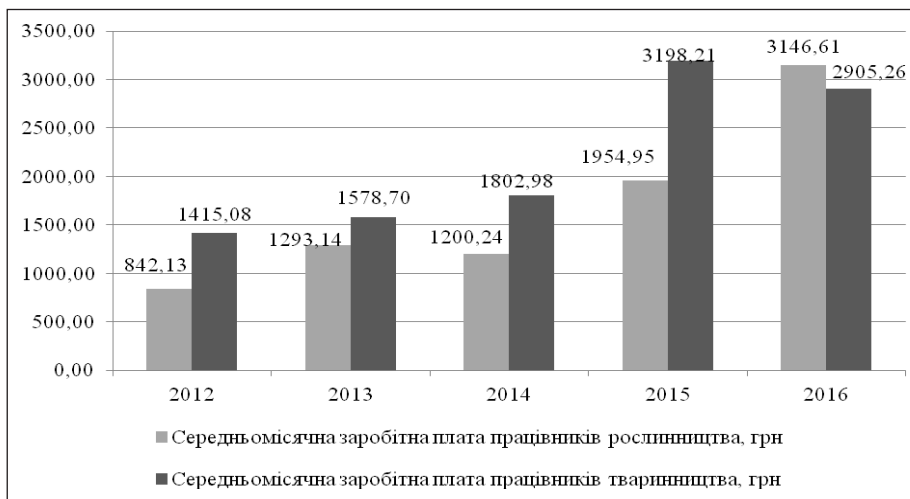


Рис. 3. Середньомісячна заробітна плата працівників ТОВ «Печенізьке» у 2012–2016 рр., грн.

ського господарства. Так, з 2012 до 2016 рр. заробітна плата працівників галузі рослинництва зросла у 3,7 разів, при цьому заробітна плата працівників галузі тваринництва зросла лише у 2 рази. Хоча до 2015 р. заробітна плата працівників галузі тваринництва була більшою, ніж у працівників галузі рослинництва. Також середнє щорічне зростання середньомісячної заробітної плати працівників рослинництва за період 2012–2016 рр. склало 527,08 грн., а працівників тваринництва – 459,99 грн. Отже, одним з показників, який характеризує умови отримання високої заробітної плати, яка виконує також і соціальну функцію розвитку аграрного сектору економіки, є продуктивність праці на аграрних підприємствах. Індекс продуктивності праці в досліджуваному підприємстві у 2016 р. перевищує рівень 2012 р. вже на 79,04 в. п. Найвищий рівень показника зафіксований у 2016 р., це позитивна тенденція, яка створює переваги як для працівників, так і для власника підприємства з огляду на його вагомість і перспективність.

Екологічний стан навколишнього середовища, безперечно, піддається також негативному впливу з боку аграрних підприємств. Зокрема, це викиди забруднюючих речовин в атмосферу, виснаження та ерозія ґрунтів. Як це не дивно на перший погляд, внесок аграрного сектору в деградацію та забруднення навколишнього середовища становить близько третини [3, с. 187].

Для вирішення проблеми сталого розвитку підприємства необхідно розробити алгоритм формування механізму, визначити форми, методи і принципи, виділити і згрупувати фактори, критерії та показники на рівні, врахувати специфіку підприємства, його місію, стратегію, цілі, зв'язки, вплив зовнішніх та внутрішніх факторів. Основними економічними методами, що входять в механізм «сталого розвитку», є техніко-економічне плану-

вання, економічне стимулювання, економічна відповідальність за результати діяльності. Ефективним буде лише механізм сталого розвитку, що використовує оптимальне поєднання для даного підприємства різних методів управління. Основними інструментами реалізації механізму сталого розвитку є податки, ціни, ліцензії, мита, бюджетне фінансування. Держава може, використовуючи ці інструменти, створити умови для забезпечення сталого розвитку [4, с. 289].

Алгоритм дії механізму

забезпечення сталого розвитку такий:

- 1) формування концепції сталого розвитку підприємства;
- 2) розробка стратегій сталого розвитку підприємства;
- 3) проведення моніторингу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, аналіз впливу на сталий розвиток підприємства;
- 4) проведення якісного та кількісного аналізу впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на сталий розвиток підприємства;
- 5) вибір стратегії сталого розвитку, проведення оцінки факторів під час вибору кращих варіантів з безлічі альтернативних стратегій;
- 6) прогнозування та планування, що включає прогнозування, планування стратегічне, тактичне та оперативне, розробку проектів, постановку завдань, їх розподіл за виконавцями;
- 7) прийняття управлінських рішень зі вжиття заходів щодо реалізації проектів; визначення конкретних завдань всім підрозділам;
- 8) моніторинг рівня сталого розвитку на основі вироблених критеріїв та показників [5, с. 142].

Якщо рівень стійкості не входить в допустиму зону, необхідний контроль за реалізацією програм або додаткові управлінські рішення, або інша стратегія стійкості. Якщо рівень стійкості входить в допустиму зону, стійкість забезпечена, тому починає працювати механізм управління «сталий розвиток» [6, с. 12].

Комплексний підхід до розробки механізму сталого розвитку підприємства передбачає розробку і застосування взаємопов'язаних методів, моделей та управлінських рішень, що забезпечують розгляд економічних процесів у їх взаємозумовленості. Комплексний підхід повинен бути орієнтований на аналіз шляхів досягнення певних стійких позицій підприємства з урахуванням потенційних витрат, спрямованих на підтримку стійкого розвитку підприємства в перспективі.

Завданнями формування механізму сталого розвитку підприємства є прогнозування розвитку системи, тобто вибір стійкої траєкторії досягнення мети і відповідних кількісних та якісних характеристик потоків обміну ресурсами; стабілізація, тобто компенсація випадкових збурень, що діють на поточному процесі обміну ресурсами із зовнішнім середовищем з метою недопущення втрати локальної позиції сталого розвитку. Побудова механізму залежить від характеру проблем, які потребують вирішення, і пріоритетів сталого розвитку (рис. 4).

Структура механізму представлена на рис. 4. Як видно з алгоритму, представленого в механізмі, моніторинг та оцінка інформації пронизують усі етапи роботи механізму і під час прогнозування. За забезпечення сталого розвитку та за управління сталого розвитку це та ланка, від якості якої залежить ефективність управлінських рішень щодо сталого розвитку. До переваг цієї моделі слід віднести можливість визначення точок біфуркації системи (підприємства) і розробку управлінських рішень, спрямованих на недопущення потрапляння в зону кризи та банкрутства.

Механізм сталості діяльності сільськогосподарського підприємства охоплює сукупність взаємозв'язаних важелів та інструментів впливу на фактори, причини і наслідки дисбалансу ста-

лості діяльності з метою поліпшення, стабілізації або досягнення якісно нового стану господарської діяльності або бізнес-процесу. Він складається з двох підсистем, а саме елементів системи та процедурних елементів, які приводять у дію та в узгоджену взаємодію систему досягнення сталості діяльності для досягнення цілей сільськогосподарських підприємств, а саме моніторингу, діагностики, аналізу й оцінки внутрішніх можливостей, профілактичних заходів, контролю тощо.

Важливу роль у досягненні сталого розвитку сучасного підприємства відіграє інтенсивне та збалансоване використання його потенціалу як основи, на якій будуються і реалізуються його зовнішні та внутрішні відтворювальні процеси. У зв'язку з цим актуалізується необхідність формування багаторівневої системи управління розвитком підприємства, яка має ґрунтуватися на раціональному використанні і побудові взаємозв'язків між різними видами і рівнями напрямів діяльності, ієрархії управління, сферами функціональної відповідальності, ресурсами. З урахуванням того, що керівники підприємств потребують методичної допомоги в прийнятті управлінських рішень (насамперед, у виборі стратегічних напрямів діяльності), постає необхідність розробки методологічних засад побудови процесу управління сталим розвитком підприємств.

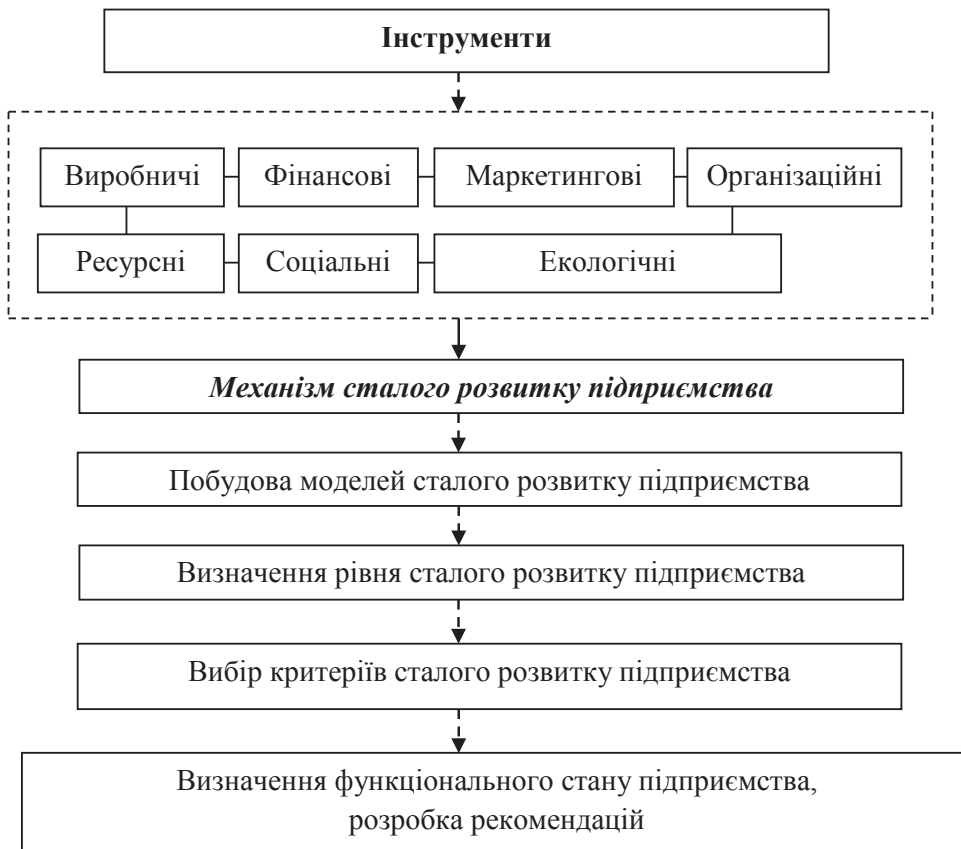


Рис. 4. Механізм сталого розвитку підприємства

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, для забезпечення сталої діяльності підприємства важливо вчасно діагностувати момент втрати сталості та розробити систему заходів для її повернення. Основними факторами зростання обсягів виробництва продукції рослинництва є високі базові показники, коли практично за усіма основними сільськогосподарськими культурами було отримано рекордні врожаї. Найбільш ефективним є механізм сталого розвитку, що використовує оптимальне поєднання різних методів управління. Основними інструментами реалізації механізму сталого розвитку є податки, ціни, ліцензії, мита, бюджетне фінансування. Механізм сталості діяльності сільськогосподарського підприємства включає в себе важелі та інструменти впливу на коливання сталості діяльності для стабілізації стану господарської діяльності. Подальшим напрямом дослідження буде розробка методичних підходів до застосування моделей забезпечення сталості діяльності підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пахуча Е.В. Методика визначення сталості виробництва продукції рослинництва. Матеріали підсумкової наукової конференції професорсько-викладацького складу, аспірантів і здобувачів ХНАУ. (Харків, 23–24 березня 2016 р.). Харків: Харк. нац. аграр. ун-т В.В. Докучаєва, 2016. Ч. 1. С. 120–121.
2. Лопатинський Ю.М., Тодорюк С.І. Детермінанти сталого розвитку аграрних підприємств: монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. 220 с.
3. Наукове забезпечення сталого розвитку сільськогосподарського господарства в Лісостепу України: монографія: в 2 т. / Кабінет Міністрів України, Національний аграрний університет. Київ: Алефа, 2003. Т. 1. 886 с.
4. Наконечна Н.В. Фінансово-економічні проблеми забезпечення сталого розвитку підприємств України. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. 2013. Вип. 2. С. 286–293.
5. Ніценко В.С. Механізми забезпечення сталого розвитку підприємницьких структур агропродовольчої сфери на основі інтеграції. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2014. № 6. С. 131–146.
6. Грицина Л.А. Розгляд сутності сталого розвитку підприємства та методик оцінки його рівня. Вісник Хмельницького національного університету. 2016. № 6 (242). С. 11–15.

REFERENCES:

1. Pakhucha E.V. (2016) Metodyka vyznachennia stalosti vyrobnytstva produktsii roslynnytstva [Method of determining the sustainability of crop production]. Kharkiv: KNAU, pp. 120–121.
2. Lopatyns'kyj Yu.M., Todoriuk S.I. (2015) Determinanty staloho rozvytku ahrarnykh pidpriemstv [Determinants of sustainable development of agrarian enterprises]. Chernivtsi: Chernivtsi National University.
3. Naukove zabezpechennia staloho rozvytku sil'skohospodars'koho hospodarstva v Lisostepu Ukrainy (2003) [Scientific provision of sustainable development of agriculture in the forest-steppe of Ukraine]. Kyiv: Cabinet of Ministers of Ukraine, National Agrarian University.
4. Nakonechna N.V. (2013) Finansovo-ekonomichni problemy zabezpechennia staloho rozvytku pidpriemstv Ukrainy [Financial and economic problems of sustainable development of Ukrainian enterprises]. Lviv: Scientific herald of Lviv State University of Internal Affairs, pp. 286–293.
5. Nitsenko V.S. (2014) Mekhanizmy zabezpechennia staloho rozvytku pidpriemnyts'kykh struktur ahroprodovol'choi sfery na osnovi intehratsii [Mechanisms for the sustainable development of entrepreneurial structures of the agro-food sector on the basis of integration]. Kharkiv: Bulletin Kharkiv national agrarian University named after V. V. Dokuchaev, pp. 131–146.
6. Hrytsyna L.A. (2016) Rozghliad sutnosti staloho rozvytku pidpriemstva ta metodyk otsinky joho rivnia [Consideration of the essence of sustainable development of the enterprise and methods of evaluation of its level]. Khmelnytskyi: Bulletin of the Khmelnytsky National University, pp. 11–15.

Pakhucha E.V.

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department
of Applied Economics and International Economic Relations
of Kharkiv National Agrarian University
named after V.V. Dokuchaev

Skrypan V.A.

Student
of Kharkiv National Agrarian University
named after V.V. Dokuchaev

MECHANISMS OF SUSTAINABLE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The characteristic features of sustainable development of the enterprise are positive dynamics in the profitability, the presence of customers, customers or consumers of products or services, that is, the source of income of the company comfort of work, competence and social security in the staff.

Sustainable development of an enterprise should be considered as its ability to carry out economic activity at any given time in the conditions of uncertainty of the external environment, which violates the normal functioning and development of the enterprise. To determine the sustainable production of products, initially performed the calculation of production per 100 hectares of agricultural land by years. Then the average annual output was determined over a five-year period. In this way, the comparison of production volumes by years will be achieved.

The practical priority of the problem of forming a mechanism for sustainable agricultural enterprises is based on the fact that there is a problem of inefficiency of the current natural and economic concept of development of agrarian production, low effectiveness of environmental activity of enterprises, which substantially actualizes the search for the optimal direction of agro ecological and economic progress, which transforms the issues of agricultural land use into the problem of priority theoretical and practical significance. The main tools for implementing the sustainable development mechanism are taxes, prices, licenses, duties, and budget financing. The state, using these tools, can create conditions for sustainable development.

The construction of the mechanism depends on the nature of the problems that need to be addressed and the priorities of sustainable development. The mechanism of sustainability of an agricultural enterprise covers a set of interconnected levers and tools for influencing factors, causes and consequences of the imbalance of sustainability in order to improve stabilize or achieve a qualitatively new state of economic activity or business process. It consists of two subsystems: elements of the system (purpose, object, entities, principles, functions, strategies) and procedural (process) elements that act and coherently interact with the system of achieving sustainability in order to achieve the objectives of agricultural enterprises: monitoring, diagnosis, analysis and evaluation, internal capabilities, preventive measures, control, etc.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

METHODS OF ASSESSMENT OF THE EFFECT OF MACROECONOMIC FACTORS ON THE ACTIVITY OF ENTERPRISES

У статті розглянуто проблему оцінки впливу макроекономічних факторів на виробничу діяльність та фінансовий стан підприємства. Виділено основні макроекономічні фактори, які найбільше впливають на діяльність підприємства. Проведено групування цих факторів. Проаналізовано основні методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на підприємство, а також запропоновано порядок проведення дослідження впливу макроекономічних факторів на підприємство.

Ключові слова: зовнішнє середовище, вплив, підприємство, макроекономічний фактор, метод оцінки.

В статье рассмотрена проблема оценки влияния макроэкономических факторов на производственную деятельность и финансовое состояние предприятия. Выделены основные макроэкономические факторы, которые оказывают наибольшее влияние на деятельность предприятия. Проведена группировка этих факторов. Проанализи-

рованы основные методы оценки влияния факторов внешней среды на предприятие, а также предложен порядок проведения исследования влияния макроэкономических факторов на предприятие.

Ключевые слова: внешняя среда, влияние, предприятие, макроэкономический фактор, метод оценки.

The article considers the problem of assessing the influence of macroeconomic factors on the production activity and financial condition of the enterprise. The main macroeconomic factors that have the greatest impact on the activities of the enterprise are identified. A grouping of these factors has been carried out. The main methods for assessing the impact of the external environment on the enterprise and propose procedure for conducting studies on the impact of macroeconomic factors on the enterprise are analyzed.
Key words: external environment, influence, enterprise, macroeconomic factor, estimation method.

УДК 005.936.3:658.15:330.101.541.025-047.44

Петков О.І.

магістр

Одеська національна академія харчових технологій

Постановка проблеми. Сьогодні, коли зовнішнє середовище є дуже мінливим, не тільки в Україні, але й у всьому світі проблема оцінки впливу макроекономічних факторів на підприємство є дуже актуальною.

Правильно проведений аналіз впливу макросередовища на діяльність підприємства та оцінка перспективного впливу можуть зекономити підприємству багато коштів або навіть зробити його ще успішнішим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на підприємство в різні часи займалися багато вчених, таких як А. Міщенко, О. Полінкевич, О. Березін, М. Мескон, Н. Мехеда, Е. Портер.

Проводячи наукові дослідження з оцінювання впливу зовнішнього середовища на підприємство в різні часи, відомі вчені запропонували різні методи оцінки.

Так, відомі науковці М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі вважають, що для найбільш точної оцінки впливу усі зовнішні фактори необхідно розглядати як окремі складові [8]. Таким чином, вони виділили фактори прямої дії, які мають безпосередній вплив на діяльність підприємства, та фактори непрямой дії як такі, що здійснюють вплив лише через певні ринкові та державні механізми, виникають в результаті взаємовідносин між суб'єктами господарювань. Щодо конкретних методів оцінки, то такі вчені, як Е. Портер, С. Скотт, у своїх працях визначили основні показники, які відомі як інноваційний індекс Портера [10], інноваційний індекс штату Массачусетс [9].

Проте в їхніх працях не висвітлювались підходи до оцінки впливу факторів зовнішнього середовища підприємств у новій економіці, коли суспільство, виробництво, а разом з ними й економіка розвиваються, змінюються, а для кожного нового підприємства потрібні якісь нові підходи до оцінки впливу зовнішнього середовища, адже на кожен суб'єкт господарювання діють різні макроекономічні фактори залежно від виду діяльності.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні основних макроекономічних факторів, які впливають на діяльність підприємства, та розкритті основних методів оцінки цього впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки кожне окреме підприємство – це незалежний товаровиробник, тобто керівництво підприємства має право на будь-які рішення, не виходячи за межі чинного законодавства. Однак підприємство постійно знаходиться під впливом макроекономічних факторів, воно несе відповідальність перед державою, споживачем свого товару. Задоволення потреб покупця є сутністю ринкової системи економіки. Але більшість сучасних фірм на рівні із задоволенням потреб споживача ставить за мету отримати максимальний прибуток, одержання якого потребує вміння оцінити та використати вплив будь-якого макроекономічного фактору на свою користь.

У зв'язку зі світовою фінансовою кризою 2008 року та внутрішньою українською кризою, яка почалась у 2014 році, дуже актуальною є про-

блема визначення та оцінки впливу різних макроекономічних факторів на підприємство.

Зовнішнє середовище – це середовище непрямого впливу або фактор, що підприємство не може контролювати. Зовнішнє середовище діє не на одне окреме підприємство, а на всі одразу [1, с. 68].

Наведемо перелік макроекономічних факторів [2].

1) Економічна ситуація в країні, що визначається рівнем зайнятості населення, рівнем інфляції, ставкою кредитування бізнесу, рівнем економічного розвитку окремих регіонів країни тощо. Кожен з цих складових наведеного фактору може бути або можливістю, або загрозою для підприємства.

2) Стан інвестиційного ринку – це привабливість держави та секторів економіки для інвесторів. Цей фактор у сучасній Україні є дуже вагомим, адже в нашій країні не так багато людей, які мають достатньо власних коштів для інвестування в розвиток своїх підприємств. Тому для того, щоб встигати за темпами світового технічного розвитку та задовольняти попит, який постійно змінюється, потрібно залучати інвестиції. Для цього потрібний сприятливий інвестиційний клімат у країні.

3) Законодавча та податкова база – затвердження урядом різноманітних пільг або мит, які спрямовані на розвиток або стримування підприємництва. Також поширене лобювання інтересів окремих крупних підприємств або їх об'єднань у державних органах, що також має суттєвий вплив на все підприємництво загалом.

4) Політична ситуація в державі – державний устрій, політика розвитку країни, як зовнішня, так і внутрішня. Від устрою політичної системи зале-

жить її вплив на ділову активність підприємництва. З урахуванням того, що кожний новий уряд у нашій країні застосовує свою політику розвитку держави, фактор політичної ситуації є одним з найбільш впливових та непередбачуваних.

5) Технологічний прогрес. З одного боку, цей фактор є внутрішнім, адже підприємство само вирішує, чи оновлювати йому свою технологію та виробництво. Але якщо держава розвинена, відкрита та сприяє розвитку технологій, то підприємство має оновлюватись, щоб бути конкурентоспроможним. З іншого боку, якщо країна закрита до новацій, підприємствам буде набагато дорожче оновлюватись, тому їм дуже часто у такій ситуації немає сенсу вкладати величезні кошти в оновлення підприємства.

6) Соціально-демографічна ситуація, що впливає на формування стилю життя, попиту та має великий вплив майже на всі організації. Основними соціокультурними факторами, які впливають більш за все на організації, є природний рух населення, міграція, освітні стандарти, звички покупця тощо.

Також макроекономічні фактори можна віднести до сприятливих чи несприятливих для роботи підприємства (табл. 1).

У табл. 1 приведено групування на сприятливі та несприятливі фактори, яке підходить для більшості підприємств, але на практиці для деяких суб'єктів господарювання негативні фактори можуть приносити прибуток. Наприклад, інфляція здебільшого визначається як економічна загроза, але деякі підприємства (переважно невиробничої сфери) можуть перетворити цей фактор на сприятливу для себе можливість.

Таблиця 1

Сприятливі та несприятливі для підприємства макроекономічні фактори

Група факторів	Сприятливі фактори	Несприятливі фактори
Економічні	– Стейкий розвиток економіки; – стабільне функціонування; фінансової системи країни; – сприятливий інвестиційний клімат; – стабільний курс валют.	– Зростання інфляції; – зниження інвестиційної привабливості; – відтік капіталу за кордон; – економічна криза в країні.
Політично-законодавчі	– податкові пільги; – стабільна політична обстановка; – постійний політичний курс розвитку країни.	– Посилення податкового тягара для підприємств; – часті зміни уряду та законодавства.
Науково-технічний прогрес	– Розвиток технологій.	– Залежність від інновацій; – технологічні прориви за кордоном зменшують конкурентоспроможність національних підприємств.
Природні фактори	– Ринок екологічно чистих товарів.	– Недостатність сировини в державі; – через погіршення стану навколишнього середовища сировина для харчових продуктів стає менш якісною, а іноді і небезпечною.
Соціально-демографічні	– Зростаючий споживчий попит; – підвищення рівня освіченості населення та підвищення професіоналізму працівників.	– Скорочення попиту на продукцію; – зменшення народжуваності.

Ризик завдання шкоди підприємству від впливу макроекономічного фактору залежить від того, наскільки ефективним є управління підприємством. Першочерговими завданнями менеджменту підприємства є скрупульозне дослідження впливу макроекономічних факторів на діяльність об'єкта керівництва, своєчасне визначення найважливіших факторів та оптимізація їх впливу на підприємство [3].

У світовій практиці найпоширенішими є такі чотири методи оцінювання впливу макроекономічних факторів на діяльність підприємства, як SWOT-аналіз, PEST-аналіз, метод 5X5 та метод «Перелік з 4-х питань».

1) Сутність методу «Перелік з 4-х питань» полягає в тому, що до кожного вибраного макроекономічного фактору, який, на думку керівника підприємства, буде мати найбільш вплив, ставляться 4 питання:

- негативно або позитивно цей фактор впливає на підприємство;
- чи можливе посилення дії цього фактору, чи можна відслідкувати тенденцію його впливу;
- на скільки сильно впливає вибраний фактор на підприємство;
- коли дія цього фактору послабиться (у найближчий час або через деякий час) [4, с. 49].

2) Метод «5x5» був розроблений у 1984 році А.Х. Месконом [5, с. 338].

Він базується на п'яти питаннях про п'ять факторів макроекономічного середовища:

- назвіть п'ять факторів макросередовища, інформацією про які ви володієте;
- назвіть п'ять найнебезпечніших макроекономічних факторів для вибраного підприємства;
- які п'ять факторів із конкурентних планів вам відомі;
- виберіть п'ять найважливіших факторів для досягнення поставлених цілей;
- виберіть п'ять зовнішніх просторів, які, змінюючись, можуть бути позитивними.

3) Метод SWOT-аналізу. Під час зміни макроекономічного середовища перед підприємством відкриваються нові перспективи або загрози. Тому керівництво підприємства має передбачити усі можливості та загрози перед керованим об'єктом за наявних слабких та сильних сторін. Оцінка можливостей та загроз повинна проводитись задля прийняття стратегії оптимізації можливого впливу макроекономічних факторів на діяльність підприємства.

Для досягнення цієї мети проводиться SWOT-аналіз. SWOT – це абревіатура чотирьох англійських слів: S (Strengths) – сильні сторони, W (Weaknesses) – слабкі сторони, O (Opportunities) – можливості, T (Threats) – загрози. Метод SWOT-аналізу допомагає встановити зв'язок між зовнішніми можливостями і загрозами та сильними і слабкими сторонами підприємства. Проведення такого аналізу допомагає керівнику підприємства

вибрати таку стратегію, яка б найкраще поєднувала зовнішню ситуацію з можливостями підприємства. Щоб провести цей аналіз, потрібно заповнити таблицю, яка складається з чотирьох частин.

Аналіз проводиться у два етапи. Спочатку заповнюється частина таблиці з назвою «Можливості», потім – «Загрози». На другому етапі перш за все треба заповнити частину «Сильні сторони», потім – «Слабкі сторони» [6].

4) Сутність PEST-аналізу полягає у виявленні та оцінці впливу факторів макросередовища на результати поточної та майбутньої діяльності підприємства.

PEST – це абревіатура чотирьох англійських слів: P (Political/legal) – політико-правові, E (Economic) – економічні, S (Sociocultural) – соціокультурні, T (Technological forces) – технологічні фактори.

PEST-аналіз здійснюється для відстеження змін макросередовища за чотирма напрямками та виявлення тенденцій, які не можуть бути під контролем підприємства, але які впливають на прийняття стратегічних рішень.

PEST-аналіз здійснюється за такими етапами:

- вибираються макроекономічні фактори, що мають великий вплив на підприємство;
- присвоюється кожному фактору вага від 1 (найважливіший фактор, серйозні наслідки) до 0 (незначний фактор); сума значень ваг всіх факторів повинна дорівнювати одиниці;
- оцінюється ступень впливу кожного фактору на стратегію підприємства за п'ятибальною шкалою (чим вище оцінка, тим більше вплив);
- розраховуються зважені оцінки шляхом множення ваги фактору на оцінку його впливу, складається зважена оцінка для підприємства.

Кінцева цифра вказує на готовність підприємства реагувати на оцінювані макроекономічні фактори [7, с. 30–32].

Зовнішні економічні фактори потрібно постійно оцінювати, тому що економічна ситуація в державі та за її кордонами впливає на діяльність та ефективність підприємства не тільки у фінансовій, але й у виробничій площинах.

Важливо не тільки знати поточний стан факторів макросередовища, але й вміти прогнозувати їх тенденції, щоб розуміти те, як зміна тих чи інших факторів може загрожувати підприємству, а також спланувати стратегію боротьби з цими змінами.

Кожний фактор впливає на діяльність підприємства, тому кожна фірма має обмежувати негативну дію цих факторів та повною мірою користатися сприятливими можливостями.

Висновки з проведеного дослідження. В реаліях сучасної України існує деяка невизначеність, яка ґрунтується на нестабільності економічно-політичної обстановці та швидкій зміні подій. У зв'язку з цим промислові підприємства повинні регулярно

аналізувати вплив макроекономічного середовища, прагнути до зменшення негативного впливу та використання можливостей від таких змін. Щоб зробити такий аналіз, кожне підприємство залежно від особливостей своєї роботи має розробити механізм оцінки негативного та позитивного впливу макроекономічних показників на підприємство.

З оглядом на вищевикладену інформацію можна визначити основні кроки для оцінки впливу макроекономічних факторів на діяльність підприємства.

Почати треба зі збору всієї можливої інформації щодо макросередовища. Цю інформацію можна почерпнути з багатьох джерел (наприклад, соціальні опитування, звіти консалтингових фірм, інтернет-ресурси, статистична звітність).

Далі уся зібрана інформація систематизується, вибираються найбільш значимі макроекономічні фактори з огляду на специфіку діяльності підприємства.

Наступним кроком є аналіз відібраних факторів щодо негативного чи позитивного впливу; групування їх у порядку зростання впливу на організацію.

На передостанньому етапі потрібно розробити та затвердити стратегію поведінки підприємства за змін вибраних макроекономічних показників.

Завершальним етапом є початок реалізації розробленої програми дій.

Негативний вплив зовнішнього середовища загрожує діяльності будь-якого підприємства. Для того щоб мінімізувати цей вплив та стабілізувати діяльність на підприємстві, потрібно провести аналіз впливу макросередовища, оцінити ступінь його впливу та розробити стратегію діяльності підприємства у конкретній ситуації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шершньова З., Оборська С. Стратегічне управління. Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.
2. Дулепова В. Управленческая экономика. 2015. URL: <https://studopedia.org/14-58322.html>.
3. Мехеда Н., Савченко А. Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства. URL: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2014/Economics/10_170149.doc.htm.
4. Березін О., Безпарточний М. Стратегія підприємства: навч. пос. Київ: Ліра-К, 2010. 224 с.
5. Полінкевич О., Нижник В. Методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на бізнес-

процеси промислових підприємств. 2012. URL: [http://nbuv.gov.ua/econem_2012_9\(2\)_49%20\(2\).pdf](http://nbuv.gov.ua/econem_2012_9(2)_49%20(2).pdf).

6. Міщенко А. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2004. 336 с.
7. Большенко С., Горелов Д. Стратегія підприємства. Харків: Вид-во ХНАДУ. 2010. 133 с.
8. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. Москва: Дело, 1992. 702 с.
9. Scott S., Porter M. The New Challenge to America's Prosperity Findings from the Innovation Index. Washington DC Council on Competitiveness, 1999.
10. Scott S., Porter M. National Innovative Capacity. Washington DC Council on Competitiveness, 2002.

REFERENCES:

1. Shershynova Z., Oborska S. (2004) [Strategic management]. Kyiv: KNEU (in Ukrainian).
2. Dulepova V. (2015) Upravlencheskaia ekonomyka [Managerial Economics] Krasnoyarsk: SFU (in Russian).
3. Mekheda N., Savchenko A. (2014) Vplyv zovnishnoho seredovyschcha na diialnist pidpriemstva [Influence of the environment on the activity of the enterprise]. Cherkasy: The Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy.
4. Berezin O., Bezpartochnyj M. (2010) Stratehiia pidpriemstva: Navch. pos. [Enterprise strategy. Tutorial]. Kyiv: Lira-K (in Ukrainian).
5. Polinkevych M., Nyzhnyk V. (2012) Metody otsinky vplyvu faktoriv zovnishnoho seredovyschcha na biznesprotsesy promyslovykh pidpriemstv [Methods of estimation of influence of environmental factors on business processes of industrial enterprises]. Economic sciences. Series: Economics and Management, vol. 9, no. 2, pp. 334–345.
6. Mishchenko A. (2004) Stratehichne upravlinnia [Strategic management]. Kyiv: CUL (in Ukrainian).
7. Bolshenko S., Horielov D. (2010) Stratehiia pidpriemstva [Enterprise strategy]. Kharkiv: KHADI (in Ukrainian).
8. Meskon M., Albert M., Khedoury F. (1992) Osnovy menedzhmenta / per. s anhl. [Fundamentals of management] (in Russian).
9. Scott S., Porter M. (1999) The New Challenge to America's Prosperity Findings from the Innovation Index. Washington DC Council on Competitiveness.
10. Scott S. (2002) National Innovative Capacity. Washington DC Council on Competitiveness.

METHODS OF ASSESSMENT OF THE EFFECT OF MACROECONOMIC FACTORS ON THE ACTIVITY OF ENTERPRISES

In modern conditions, it is important correctly made the analyze the impact of the macro environment on the company's activity and evaluate the long-term impact, because it can not only save a lot of money, for the company, but even make it even more successful.

In the conditions of volatility of the macro environment of the enterprise, not only in Ukraine, but also world-wide, the problem of assessing the impact of macroeconomic factors on the enterprise is very relevant.

In our time distinguish six main macroeconomic factors: the economic situation in the country, the state of the investment market, the legislative and tax base, the political situation in the state, technological progress, social and demographic situation in the country.

All macroeconomic factors can be separated to favorable or unfavorable for the enterprise.

In the world practice, the following four methods for evaluating the impact of macroeconomic factors on enterprise activities are the most common: SWOT-analysis, PEST-analysis, 5X5 method and the "List of 4 questions" method.

External economic factors need to be constantly evaluated, as the economic situation in the state and beyond its borders affects the activity and efficiency of the enterprise, not only in the financial, but also in the production plane.

The risk of harming an enterprise from the macroeconomic impact depends on how effective the enterprise management is.

In the realities of modern Ukraine, there is some uncertainty, which is based on the instability of the economic and political environment and the rapid change of events. Therefore, industrial enterprises should regularly analyze the impact of the macroeconomic environment; seek to reduce the negative impact and use opportunities from such changes.

Based on the analysis conducted in the article, the main steps were defined to assess the impact of macroeconomic factors on the activities of the enterprise. First of all, the head of the enterprise need to gather and analyze all possible information about external factors that affect the company. Next step is to develop the best strategy taking into account the chosen factors and at the last stage this strategy is being implemented.

ІНВЕСТИВАННЯ У ВІДНОСИНИ ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК В КОНЦЕПЦІЇ «ІНДУСТРІЯ 4.0»

INVESTMENT IN SUPPLY CHAIN RELATIONSHIPS IN THE CONCEPT OF "INDUSTRY 4.0"

Впровадження концепції «Індустрія 4.0» на промислових підприємствах актуалізує необхідність інвестування у розвиток відносин в ланцюгу поставок, що вимагає забезпечення гармонізації технічної інфраструктури, процедур прийняття рішень і засобів комунікації в ланцюгу поставок. Доведено необхідність інвестування промисловим підприємством як у виробничі технології, так і в інтегроване між учасниками ланцюга поставок програмне забезпечення, в обмін даними, знання працівників, що дасть змогу втілити модель "just-in-time" в усі ланки ланцюга поставок.

Ключові слова: ланцюг поставок, інвестиції, «Індустрія 4.0», розумне виробництво, технічна інфраструктура, засоби комунікації.

Внедрение концепции «Индустрия 4.0» на промышленных предприятиях актуализирует необходимость инвестирования в развитие отношений в цепи поставок, что требует обеспечения гармонизации технической инфраструктуры, процедур принятия решений и средств коммуникации в цепи поставок. Доказана необходимость инвестирования промышленным предпри-

ятием как в производственные технологии, так и в интегрированное между участниками цепи поставок программное обеспечение, в обмен данными, знания работников, что позволит внедрить модель "just-in-time" во все звенья цепи поставок.

Ключевые слова: цепь поставок, инвестиции, «Индустрия 4.0», разумное производство, техническая инфраструктура, средства коммуникации.

Implementation of the industry "Industry 4.0" concept in industrial enterprises emphasizes the need to invest in the development of relations in the supply chain. That requires the harmonization of technical infrastructure, decision-making procedures and communication tools in the supply chain. The necessity of investing by industrial enterprise in both – the production technologies and the software integrated between the partners in supply chain, the exchange of data, knowledge of the workers – is proved. That would enable to implement "just-in-time" model for all parts of the supply chain.

Key words: supply chain, investment, "Industry 4.0", intelligent production, technical infrastructure, communication tools.

УДК 658.7:001.895

Фалович В.А.

к. е. н., доцент,
доцент кафедри промислового
маркетингу

Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя

Постановка проблеми. Вживання, розвиток та досягнення ринкового успіху ланцюгів поставок зумовлені низкою чинників впливу. Не останнє місце, а швидше головне посідає пошук інвестиційних ресурсів. Низький рівень інвестиційних витрат порівняно з країнами ЄС є однією з основних проблем економіки України, оскільки інвестиції мають значний вплив на розвиток та конкурентоспроможність промислового підприємства на ринку і формування ефективного ланцюга поставок.

Основним двигуном розвитку промислових підприємств, а особливо тих, що виробляють інвестиційні товари, повинна стати держава, бо саме вона покликана створити умови для зростання економіки, поліпшення інвестиційного клімату в країні. Виникає необхідність розроблення державних програм для розвитку галузей, які орієнтуються як на внутрішній, так і на зовнішній ринки. Особливо тоді, коли провідні компанії світу впроваджують у свою діяльність основні положення «Індустрії 4.0», українським підприємствам, щоб бути конкурентоспроможними на світовому ринку, вже сьогодні необхідно інвестувати у власний розвиток, втілювати в свою практичну діяльність новітні бізнес-моделі, брати участь у вітчизняних і міжнародних програмах, для реалізації яких можна залучити додаткові інвестиційні ресурси. Втілення концепції «Індустрія 4.0» на промисловому підприємстві потребує істотних змін не тільки у про-

цесах виробництва, але й у постачанні сировини, матеріалів і комплектуючих, що вимагає певних змін в ланцюгу поставок. Впровадження новітніх виробничих технологій, ІТ-технологій, навчання персоналу для роботи з новими технологіями актуалізують проблему пошуку інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В епоху ринкової економіки для промислового підприємства розвиток є не тільки метою його діяльності, але й умовою ефективного функціонування на ринку, а необхідність здійснення інвестицій є результатом зростаючої конкуренції на ринку та прагнення задовольнити очікування клієнтів.

В Україні питаннями, які пов'язані з інвестуванням, займалися такі вчені, як, зокрема, О.Г. Біла [1], І.О. Бланк [2], М.М. Лук'яник [7], Т.В. Майорова [8], А.А. Пересада [9] О.М. Ястремська [16]. У роботах [11; 16] авторами на основі дослідження теоретичних джерел проведено детальний аналіз таких понять, як «інвестиції» та «інвестиційна діяльність», подано власне тлумачення цих економічних категорій. Ними встановлено, що має місце різноманітність щодо тлумачення цих економічних категорій. В джерелі [18] автором проведено аналіз тлумачення поняття «інвестиції» з трьох позицій, таких як вкладення, витрати і цінності, що дало змогу у власному трактуванні інвестицій використати їх комплексно.

Щодо проблем інвестування в розвиток логістичних систем, то проблемами інвестування в проекту-

вання та створення об'єктів логістичної інфраструктури займалась Н.Б. Савіна [13], а інвестуванню в розвиток ділового партнерства між постачальниками, виробниками та збутовими структурами присвятив свої дослідження Р.Б. Черкес [15].

Проведений аналіз публікацій українських та зарубіжних вчених, що стосуються інвестування в ланцюгах поставок промислових товарів, свідчить про те, що цей напрям ще не достатньо вивчений, особливо з урахуванням світових реалій. У «власний» інвестувати традиційно, а інвестувати поза межі організації – ще рідкість. Постає завдання того, як зробити це пріоритетом підприємства, як це передбачити в стратегії його розвитку з огляду на те, що існують значно більші ризики, передусім ризики зміни відносин в ланцюгу поставок, відсутність попиту на послуги і товари.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження рівня інвестиційного забезпечення розвитку промислових підприємств України та обґрунтування для ланцюгів поставок інвестиційних товарів як розширеної організації, концептуальних підходів до вибору джерел і напрямів інвестування у відносини в ланцюгу поставок їх продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналізуючи економічну категорію «інвестиції», визначення якої викладене в літературі предмета, розуміємо, що вони відіграють значну роль у діяльності компанії, бо їх більшість приносить для неї фінансові вигоди, підтримує розвиток та покращує її ринкову позицію. Поняття «інвестиції» відноситься до економічних категорій, що мають особливе значення в умовах ринкової економіки. Класичне визначення інвестицій говорить про те, що інвестиції – це фінансові витрати, які спрямовані на досягнення запланованого обсягу виробництва шляхом поновлення, створення, модернізації та придбання нових основних засобів. Сучасні економісти вказують на те, що інвестиції слід розуміти не як придбання окремих акцій або облігацій, а як придбання підприємствами насамперед інвестиційних товарів. Згідно з багатьма визначеннями інвестиції розглядаються під кутом придбання основних засобів, обладнання, будівельних об'єктів та створення запасів, які можуть бути використані для виробництва нових товарів та послуг. Польський вчений Д. Дебски, розширюючи визначення категорії «інвестиції», долучаючи вкладання коштів в нематеріальну сферу, стверджує, що інвестування у вигляді витрат на фізичні та фінансові ресурси, витрат на дослідження та розробку нових продуктів, на сучасні ІТ-технології, на отримання нових знань і вмій, на маркетингові заходи комунікаційної політики в майбутньому обов'язково принесе користь, тобто бажаних переваг на конкурентному ринку буде досягнуто, але згодом. Тобто він розглядає інвестування як діяльність з відстроченими ефек-

тами в часі, що спрямована на підвищення ефективності операційної діяльності, посилення ринкової позиції, покращення фінансового результату. Щоб отримати додаткові грошові надходження від інвестицій, часто необхідно вкладати кошти заздалегідь. Завдяки інвестиціям компанії досягають своїх цілей, пов'язаних не тільки з виживанням, але й з розвитком, а також вони є необхідною умовою утримання своїх конкурентних позицій.

Щодо ланцюга поставок, то інвестиції також означають фінансову участь будь-якого підприємства (ланки ланцюга поставок) в надії на отримання більшого прибутку, тобто отримання з вкладених фінансових ресурсів, а не його споживання, певної користі в майбутньому.

Отже, одним з основних чинників, що визначає виживання та розвиток ланцюгів поставок як будь-якої організаційної структури, є капітал. Саме він встановлює межі свободи економічного вибору, що здійснюються суб'єктами господарювання в ланцюгу поставок. Рівень капіталу, який мають у своєму розпорядженні підприємства, тобто ланки ланцюга поставок, формує їх основні інвестиційні можливості. Капітал є основним визначальним фактором ділової активності організації незалежно від її розміру та типу. Всі економічні процеси, що відбуваються в кожній господарській одиниці, зумовлені її капіталом, отриманими доходами та понесеними витратами для їх отримання. З огляду на вищесказане, а також на іманентну особливість капіталу, тобто його обмеженість, на перший план виходить проблема отримання фінансових ресурсів. Вони незамінні у веденні бізнесу в ланцюгу поставок незалежно від етапу його життєвого циклу. Капітал є невід'ємним ресурсом на початковому етапі функціонування ланцюга поставок, на етапі проведення поточних операцій та на етапі розроблення і втілення проектів з його розвитку, що зумовлює необхідність вибору конкретних інструментів джерел інвестування, а саме таких, які були б найбільш економічними. На рис. 1 подано основні джерела фінансування діяльності підприємств, які структуровані за ознаками на власні і позичені.

Фінансування розвитку та супровідної інвестиційної діяльності вимагає залучення капіталу. Відповідно до теорії ієрархії джерел фінансування підприємство може використовувати зовнішні джерела капіталу, коли вичерпані внутрішні джерела фінансування, а також зовнішні джерела фінансування, які не є джерелами капіталу. Отже, попит на підприємстві на капітал та його структуру визначається фазою циклу, в якому знаходиться підприємство, а також його поточним фінансовим становищем.

Позиція невеликого тільки створеного підприємства відрізняється від можливостей великого підприємства зі стабільною позицією на ринку. Розрізняють такі етапи життєвого циклу компа-

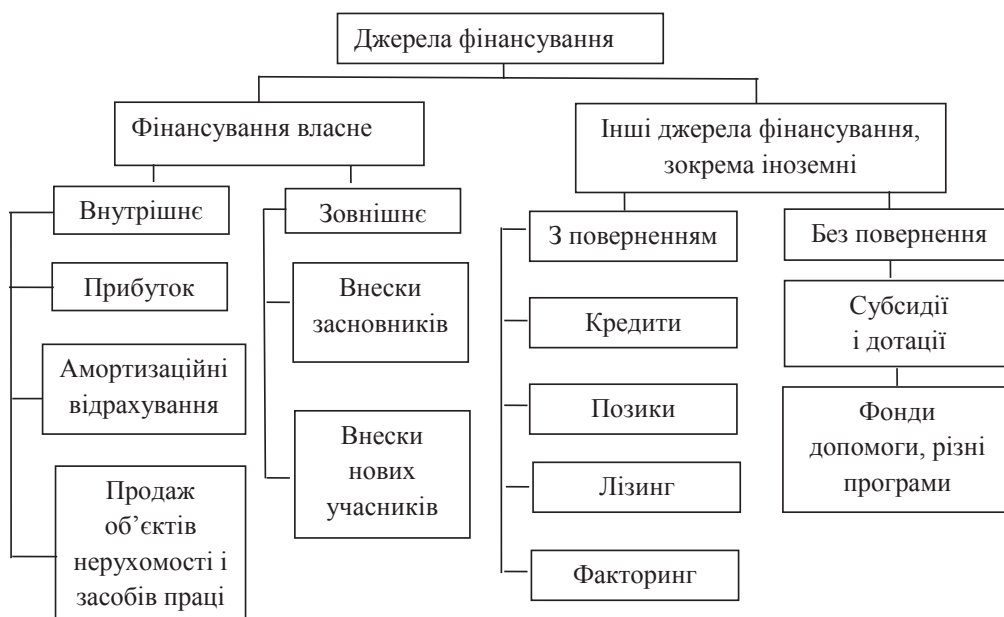


Рис. 1. Джерела інвестування в розвиток ланцюга поставок

Джерело: побудовано на підставі [1; 7; 12; 24]

нії: 1) фаза формування; 2) початковий розвиток; 3) фаза росту; 4) фаза зрілості; 5) фаза зниження діяльності. На вибір джерел фінансування підприємств в окремих фазах життєвого циклу перш за все впливають три чинники, а саме можливість розвитку підприємства, сума отриманого ним фінансового прибутку та рівень операційного ризику.

Етап початкового розвитку підприємства, ймовірно, є найважчим періодом в його життєвому циклі з точки зору пошуку джерел фінансування. Інвестиції, що забезпечують початок діяльності, вимагають постійного вкладання капіталу, а його джерела, як внутрішні, так і зовнішні, надзвичайно обмежені. Це пов'язане з тим, що операційний ризик на цьому етапі дуже високий, а прибуток від діяльності здебільшого відсутній. Як наслідок, переважно використовується власний капітал. Компанія шукає кошти на нерегульованому ринку окремих інвесторів (так званих бізнес-ангелів) або у фондах венчурного капіталу. Частка кредитів у фінансуванні підприємств на цьому етапі досить невелика через складність оцінки кредитоспроможності підприємства. Додатковим джерелом на цьому етапі розвитку перш за все може бути торговельний (комерційний) кредит. Формування партнерських відносин в ланцюгах поставок дає змогу створювати більш сприятливий інвестиційний клімат і виявляти найбільш критичні ланки, які потребують інвестування, що за зваженої інвестиційної політики дає можливість підвищити продуктивність ланцюга поставок загалом.

Аналіз джерел інвестування в економіку України свідчить про те, що саме внутрішні інвестиції, а не іноземні є джерелами розвитку підприємств та ланцюгів поставок (рис. 2).

Частка іноземного капіталу в інвестиціях в основний капітал переважно складає 2–3%. За роки незалежності на 1 жовтня 2016 р. в Україну надійшло ПІІ на суму \$45,2 млрд. дол. Найбільші ці надходження були в 2008 р.

Динаміку структури капіталовкладень у період 2010–2016 рр. ілюструє рис. 3, на якому видно, що частки коштів державного та місцевих бюджетів є порівняно невеликими, що свідчить про невизначеність в стратегічному напрямі розвитку держави.

У сфері інвестування відбуваються позитивні зміни, але вони далеко не задовольняють потреби підприємств, а найбільше підприємств, що виробляють інвестиційні товари. Хоча в усьому світі саме їм приділяється найбільша увага держави, особливо під час виходу з кризових ситуацій. У 2016 р. Україна покращила свою позицію в світовому рейтингу за легкістю провадження бізнесу на 28 пунктів і посіла 112 місце, на що вплинули заходи щодо дерегуляції в будівництві, реєстрації власності і доступу до кредитування. У субрейтингу захисту інвесторів Україна залишається серед світових аутсайдерів і посідає 128 місце [14].

Надалі ВВП на душу населення в Україні є найнижчим серед усіх країн СНД і становить трохи більше 2,26 тис. дол. Слід зауважити, що за 9 місяців 2017 р. обсяг капітальних інвестицій в Україні збільшився на 20,7%, що становить 259,5 млрд. грн., причому частка капітальних інвестицій у розвиток машин, обладнання та транспортних засобів становить 49,7%, в будівлі та споруди – 42,7% усіх інвестицій [4]. 7,9% від загального обсягу було спрямовано на капітальний ремонт активів. Необхідно звернути увагу на те, що в інвестиційних програмах України на 2017 р. (рис. 4), як і в 2016 р., не передбачене



Рис. 2. Порівняльна характеристика обсягів інвестицій в економіку України за різними джерелами інвестування

Джерело: [17]

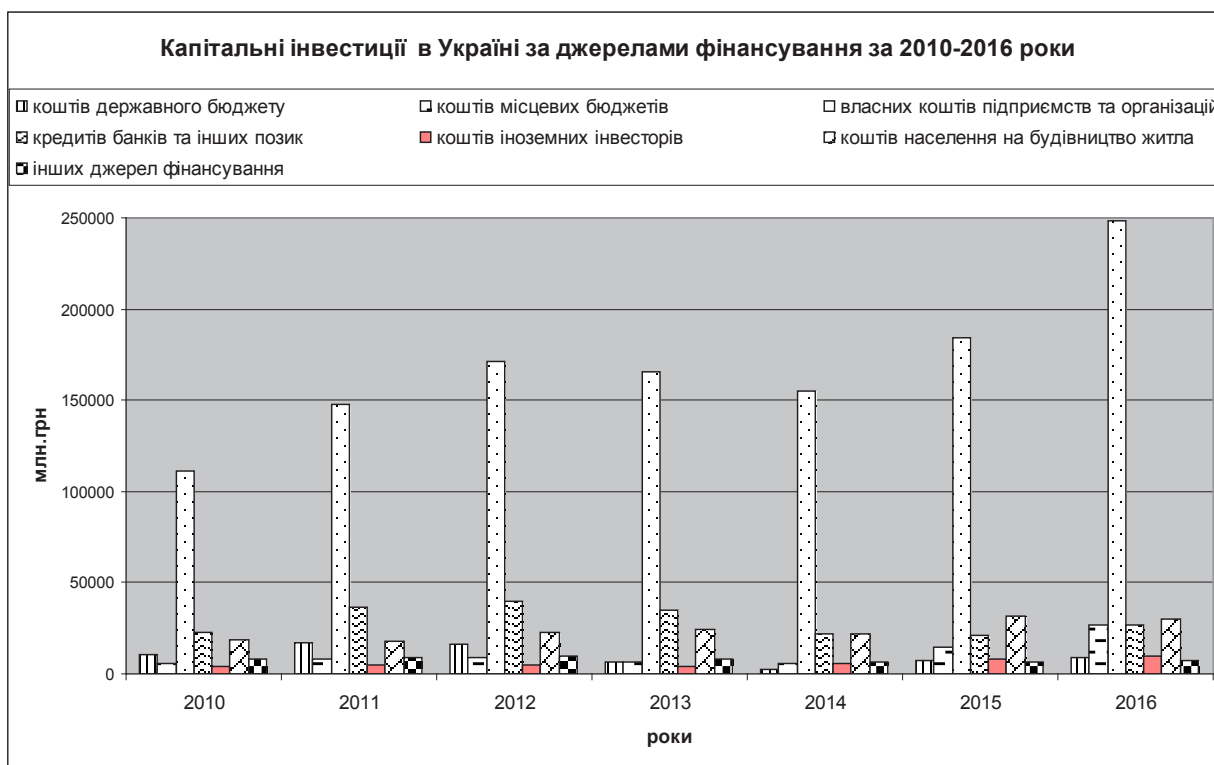


Рис. 3. Структура капітальних інвестицій в Україні, млн. грн.

Джерело: [3]

вкладання коштів у підприємства таких галузей, що впливатимуть на створення доданої вартості, зростання ВВП, збільшення експорту тощо [17].

Ще в 2016 р. в Україні був започаткований рух «Індустрія 4.0», учасники якого, тобто представники ринку ІТ-технологій і промисловці, об'єдналися з метою розробки спільних програм і заходів, щоб підвищити конкурентні позиції підприємств України на світовому ринку.

Маючи за приклад розвинуті країни світу і розуміючи, що Україна мусить впроваджувати передові технології у виробничі процеси, представники цього руху спрямували свої зусилля на розробку спільних проектів щодо стимулювання внутрішнього ринку, підвищення ринкових позицій в секторах економіки з високою доданою вартістю на національному, а також на глобальному рівнях. У створеному ним рейтингу найбільш розвинутих

підприємств, на які можуть бути спрямовані спільні проекти, немає жодного підприємства машинобудівної галузі, окрім ДП «Антонов».

Інститутом суспільно-економічних досліджень України [10] як незалежного аналітичного центру для вибору сучасної високотехнологічної моделі розвитку галузі української економіки поділено на чотири групи залежно від їх обсягів експорту та використання високотехнологічних засобів праці. Тут машинобудуванню, виробництву електричного устаткування та виробництву транспортних засобів віддається пріоритетність, бо на них припадає досить висока частка у зростанні ВВП України (рис. 5).

Вже сьогодні таким підприємствам необхідно розробляти стратегічні бізнес-плани, щоб брати участь в державних регіональних програмах, використавши можливості отримання субсидій та дешевих кредитів. Німеччина, яка впроваджує принципи «Індустрії 4.0» на своїх підприємствах з 2011 р., вже сьогодні отримала позитивні результати.

«Індустрію 4.0» слід розглядати як збірний термін, що означає інтеграцію інтелектуальних машин, інформаційних систем та внесення змін у виробничі процеси, спрямованих на підвищення їх ефективності, впровадження можливостей гнучких змін в асортиментному ряді вироблених продуктів.

«Індустрія 4.0» – це не тільки нові технології, але й нові способи праці та ролі людей у промисловості. Людство вже пережило три промислові революції. Сутність четвертої можна подати як інтеграцію систем та створення мереж, інтегра-

цію людей та комп'ютерів з цифровим керуванням з Інтернетом та інформаційними технологіями. Оскільки компоненти і матеріали, які необхідні для виробництва, завжди можна ідентифікувати, вони як одиниця інформації можуть як самостійно комунікувати між собою, так і мати необхідний інформаційний зв'язок з працівником підприємства. Потік інформації здійснюється вертикально від окремих компонентів до IT-відділу підприємства та від IT-відділу до компонентів. Другий напрям інформаційного потоку реалізується горизонтально, а саме між машинами, що беруть участь у виробничому процесі та виробничій системі компанії. За допомогою програмного забезпечення машини отримали більшу ефективність, точність та гнучкість, а концепція моделі "just-in-time" у виробництві і в ланцюгах поставок буде перенесена на вищий рівень (рис. 6).

Середовище «Індустрії 4.0» охоплює весь ланцюг вартості, а саме від розміщення замовлення та постачання компонентів для кінцевого виробництва до відправлення товарів покупцям та забезпечення післяпродажного обслуговування. Системи планування та управління виконують координаційну роль в межах ланцюга створення вартості.

«Індустрія 4.0» підтримує і забезпечує доступ практично до будь-якої корисної інформації в будь-який час з будь-якої точки світу, що дає змогу здійснювати економічно вигідне виробництво індивідуальних продуктів та коротких серій продукту (англ. "Mass Customization"). Виробники, які реалізують рішення «Індустрії 4.0», можуть змен-



Рис. 4. Структура державних інвестиційних проектів на 2017 р.

Джерело: [15]

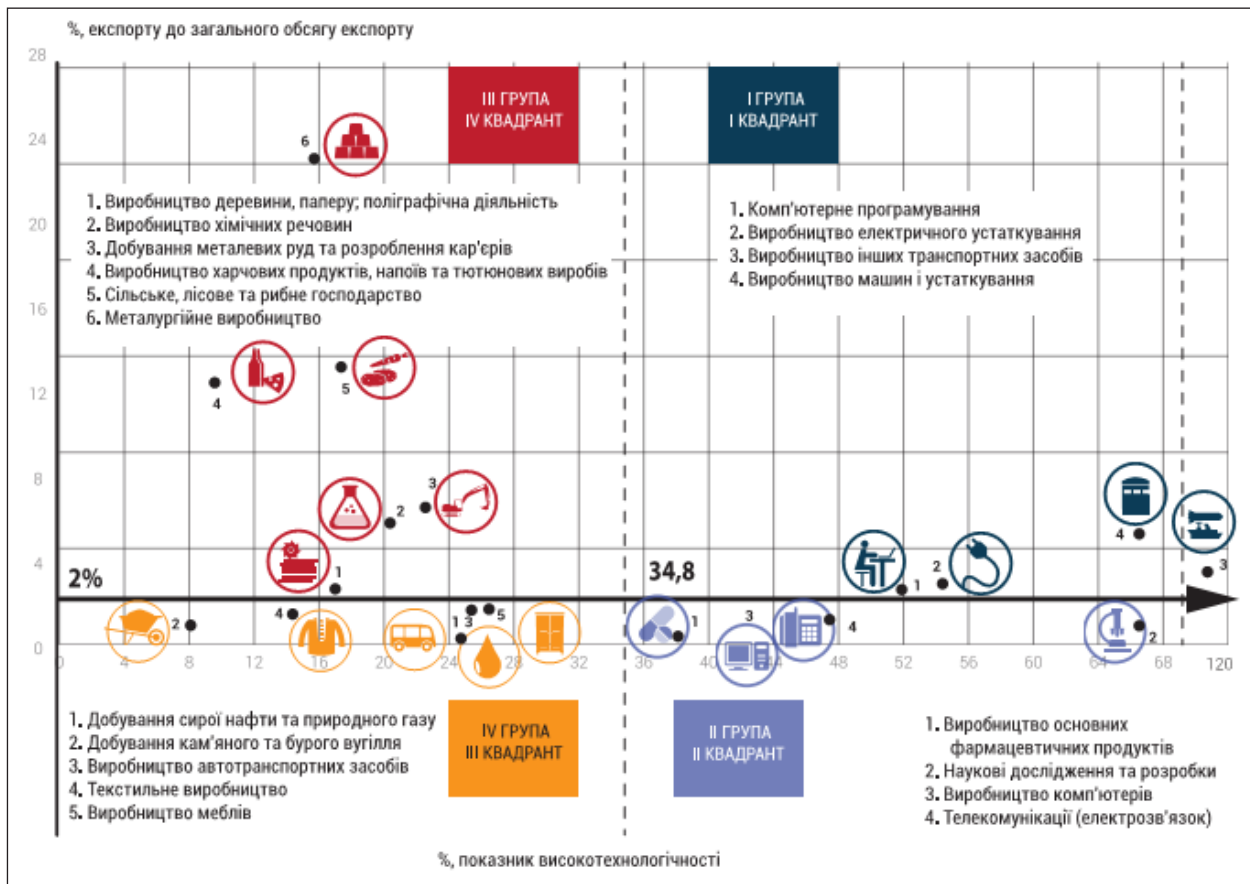


Рис. 5. Групування видів економічної діяльності в Україні

Джерело: [10]

шити витрати на виробництво та гнучко реагувати на запити клієнтів. Таким чином, вони отримують значну перевагу перед конкурентами. Нові інноваційні виробничі системи не просто демонструють більш високий ступінь функціональної інтеграції. Крім того, дані, створені цими системами, стають більш доступними, тому приносять більшу користь.

«Індустрія 4.0» не може реалізовуватись, якщо підприємства не будуть схильні інвестувати в розвиток відносин в ланцюгу поставок. За логістичною концепцією це означає, що логістичні потоки (матеріальні, інформаційні, фінансові) мають переборювати простір між організаціями та час без зайвих перешкод з мінімальними витратами, ніби гомогенно [23]. Для цього треба забезпечити гармонізацію:

- технічної інфраструктури;
- процедур прийняття рішення;
- комунікаційних засобів (людей, контактів тощо).

Слід зауважити, що в ланцюгах поставок у сфері постачання і в сфері роздрібних продажів інтегрується велика кількість малих і середніх підприємств, які не володіють достатніми ресурсами для інвестицій, тому це мають робити провідні ланки ланцюга поставок, лідери, переважно виробники.

«Індустрія 4.0» дає змогу створювати нові бізнес-моделі. Завдання полягає в тому, щоб ці нові

моделі в найкоротші терміни впровадити та зосередити увагу на отриманні економічних переваг, які вони пропонують. За допомогою чипів RFID індивідуальні елементи та етапи виробництва ідентифікуються, що дає змогу визначати кожний наступний крок в процесі збирання. У процесі виробництва потрібна кількість необхідних частин (компонентів) постачається залежно від попиту на них у визначеному місці. Система керування машинами отримує відповідну інформацію із сервера. Слід зауважити, що, на відміну від попередніх концепцій, таких як, наприклад, CIM (Computer Integrated Manufacturing), «Індустрія 4.0» не призначена для створення підприємств, на яких працівники замінюються роботами. «Індустрія 4.0», навпаки, робить робоче місце працівника кращим місцем для роботи. Люди незмінно є найважливішими, і завдяки новим рішенням вони отримують значно більшу підтримку у своїй професійній діяльності, ніж раніше. Гарним прикладом втілення «Індустрії 4.0» є фірма «Bosch Rexroth», яка на виробничій лінії в Гамбурзі збирає понад 200 різноманітних варіантів гідравлічних клапанів з використанням універсальної виробничої лінії, яку не треба фізично переналагоджувати. Виробнича лінія пропонує підтримку співробітнику за допомогою технології «Bluetooth» через екран

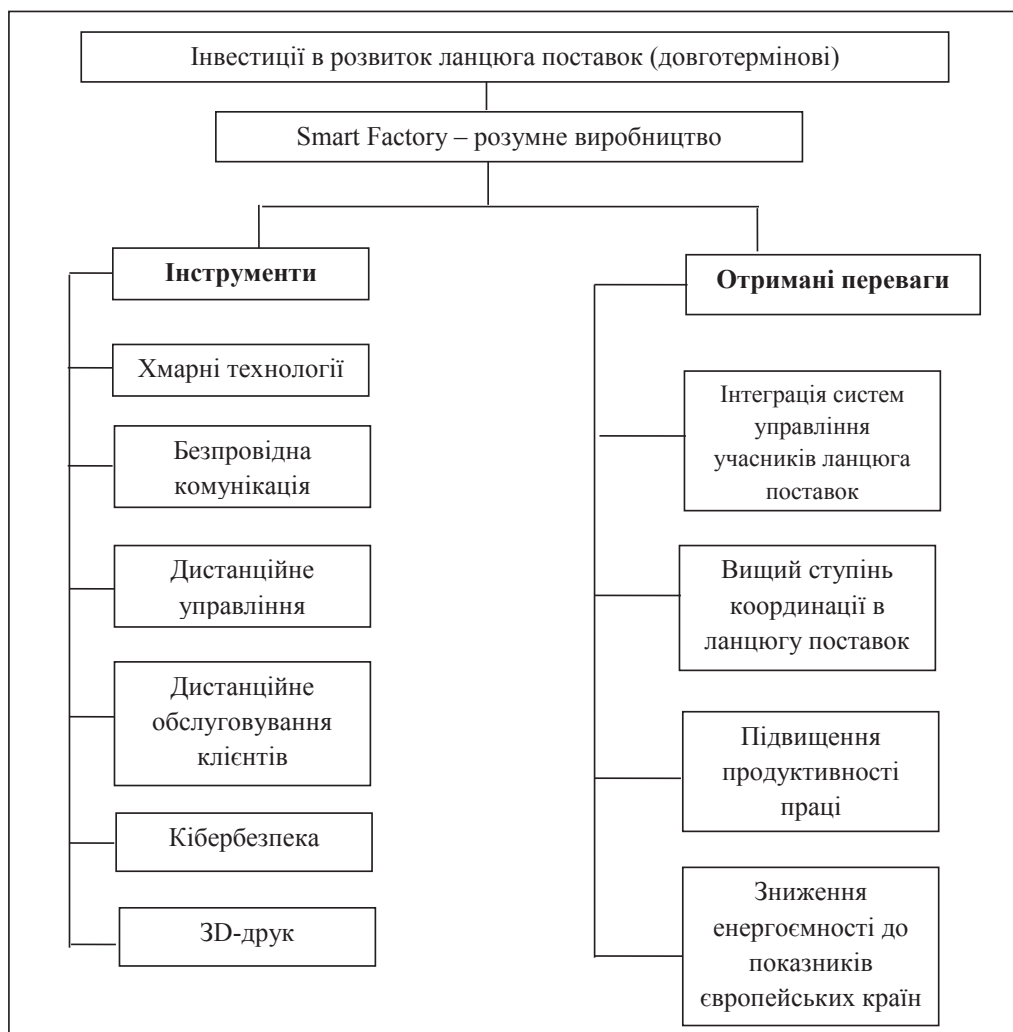


Рис. 6. Інвестування в новітні ІТ-технології в ланцюгах поставок інвестиційних товарів

Джерело: власна розробка на підставі [20]

монітора, на який подаються необхідна інформація щодо варіанта продукту, інструкція щодо послідовності операцій на мові, якій віддає перевагу працівник, відповідно до кваліфікації працівника. Така перебудова виробничого процесу і, як наслідок, усього ланцюга поставок, звичайно, має вплив на підвищення якості кінцевого продукту та рівень задоволення потреб клієнтів. «Індустрія 4.0» на підприємстві “Bosch Rexroth” показує, як на практиці відбувається інтеграція людини, машини та процесу, в результаті якої виробляється еластична (допасована до потреб клієнта), економічно вигідна продукція з 200 варіантами гідравлічних клапанів. Порівняно з наявними виробничими лініями така нова лінія створює на 10% вищу ефективність виробництва та на 30% зменшує матеріальні резерви.

Втілення принципів «Індустрії 4.0» на заводах “Tesla”, що виробляють електромобілі, дало змогу компанії розпочати їх виробництво в Каліфорнії, а не в Китаї, що знизило витрати, які пов’язані з оплатою праці, транспортуванням готової продукції.

Окрім того, компанія “Tesla”, яка на ринку тільки з 2008 р., обігнала за капіталізацією “Ford Motors”, на розвиток якої вплинули у свій час винахід конвеєра та перехід на масове виробництво [23].

Щодо відносин між людиною та машиною, то нинішня промислова революція приведе до більш високого рівня співпраці між людиною та машиною завдяки розвитку інтелектуальних інтерфейсів. Роль працівника буде розвиватися в напрямі управління діяльністю, що стане джерелом швидкого зростання продуктивності праці.

Для ланцюгів поставок важливим є інвестування в рішення інтегрованого програмного забезпечення, в обмін даними, знання працівників і ділення знаннями, що може допомогти підвищенню ефективності ланцюга поставок шляхом створення гнучкого та відкритого обміну інформацією, скоротити відстані перевезень і час, необхідний для здійснення поставок.

Висновки з проведеного дослідження. Рівень розвитку ланцюга поставок інвестиційних товарів та перспективу його на майбутнє можна

визначити шляхом дослідження в часі різних показників, до яких насамперед потрібно включити кількість активних підприємств у ланцюгу поставок, величину інвестицій, рівень інновацій або його участь у створенні ВВП держави.

Встановлено, що сьогодення вимагає від виробників інвестиційних товарів розробляти довгострокові рішення щодо інвестування в інноваційні виробничі системи, новітні ІТ-технології та інтегроване програмне забезпечення, що дасть змогу підвищити рівень конкурентоспроможності як на національному, так і на глобальному ринках. Впровадження засад «Індустрії 4.0» дасть змогу охопити увесь ланцюг поставок від постачання необхідних матеріалів і компонентів для виробництва кінцевого продукту до відправлення товарів покупцям та забезпечення післяпродажного обслуговування, дасть можливість втілити модель «just-in-time» в усіх ланках ланцюга поставок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Біла С.О. Питання теорії як на загальнодержавному, так і регіональному рівні та практики інвестиційних процесів у трансформаційній економіці України (90-ті роки ХХ – початок ХХІ ст.). Історія народного господарства та економічної думки України. 2007. Вип. 39–40. С. 32–42.
- Бланк І.А. Основы инвестиционного менеджмента. Т. 1. Киев.: Эльга – Н, Ника-Центр, 2001. 536 с.
- В Україні найнижчий ВВП на душу населення серед країн СНД – Moody's. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/10/26/630495>.
- В Україні пришвидшився ріст капітальних інвестицій. URL: <http://biz.nv.ua/ukr/markets/v-ukrajini-zbilshivsja-rist-kapitalnih-investitsij-2260140.html>.
- Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- Крикавський Є.В., Кубрак Н.М. Сучасні акценти у формуванні конкурентоспроможності підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. № 3, Т. 3. С. 54–57.
- Лук'яник М.М. Сутність інвестицій як економічної категорії. Вісник Сумського нац. аграрн. ун-ту Серія: Фінанси і кредит. 2003. № 2. С. 107–110.
- Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навч. посібн. Київ: ЦУЛ, 2003. 376 с.
- Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. Київ: Лібра, 2002. 472 с.
- Політика економічного прагматизму / Інститут суспільно-економічних досліджень. URL: <http://iser.org.ua/proekti/doslidzhennia/t-vperv>.
- Правдюк Н.Л., Славинська А.В. Сутність інвестиційної діяльності: роль та значення інвестицій. Вісник Запорізького національного університету. 2010. № 2 (6). С. 195–198.
- Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-ІІ зі змінами від 19 січня 2006 р. № 3370-ІV (3370-15). Відомості Верховної Ради України. 2006. № 22. С. 184.
- Савіна Н.Б. Інвестиційне забезпечення розвитку економічних систем. ЕКОНОМІКА: реалії часу. 2014. Вип. 2 (12). С. 101–110. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>.
- Україна рекордно покращила позиції у рейтингу легкості ведення бізнесу Світового банку. URL: http://ipress.ua/news/ukraina_rekordno_pokrashchyla_pozytsii_u_reytingu_legkosti_vedennya_biznesu_svitovogo_banku_31818.html.
- Черкес Р.Б. Инвестирование в развитие хозяйственных отношений промышленного предприятия на принципах партнерского маркетинга. Устойчивое развитие. 2014. № 17. С. 37–42.
- Шевченко С.Ю. Економічна сутність інвестицій та інвестиційної діяльності. Інвестиції: практика та досвід. 2010. № 1. С. 7–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2010_1_4.
- Шість міфів про інвестиції в Україні. URL: <http://news.finance.ua/ua/news/-/391895/shist-mifiv-pro-investytsiyi-v-ukrayini>.
- Шут С.О. Інвестиції: сучасний підхід до трактування економічної сутності категорії. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2015. Вип. 5. С. 222–225. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/5_2015ua/52.pdf.
- Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: наукове видання. Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. 472 с.
- Czwarta rewolucja przemysłowa i Przemysł 4.0 – Co oznaczają te pojęcia? URL: <http://www.controlengineering.pl/menu-gorne/artykul/article/czwarta-rewolucja-przemyslowa-i-przemysl-40-co-oznaczaja-te-pojecia>.
- Iwin-Garzyńska J. Weryfikacja teorii inwestowania w przedsiębiorstwach polskich, w: Bernas B. (red.), Zarządzanie finansami firm – teoria i praktyka, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 48, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław, 2009. S. 328–337.
- Lee H. Sekret najbardziej efektywnych łańcuchów dostaw [w:] Sztuka zarządzania łańcuchami dostaw, ICAN Institute, Warszawa, 2013.
- Michalak A. Finansowanie inwestycji w teorii i praktyce. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 69.
- Sieńko B. Źródła finansowania rozwoju przedsiębiorstw – wyniki badań w województwie podkarpackim, w: P. Karpus (red.), Finanse przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej, Lublin, 2006. S. 223–228.

REFERENCES:

- Bila S.O. (2007) Pytannia teorii yak na zahalnoderzhavnomu, tak i rehionalnomu rivni, ta praktyky investytsiinykh protsesiv u transformatsiunii ekonomitsi Ukrainy (90-ti roky XX – pochatok XXI st.) [Problems of the theory both at the national and regional level, and the practice of investment processes in the transformational economy of Ukraine (90th years XX - the beginning of the XXI century)]. Istoriiia nar. hosp-va ta ekon. dumky Ukrainy [History of the national economy and economic thought of Ukraine], vol. 39–40, pp. 32–42 (in Ukrainian).

2. Blank Y.A. (2001) Osnovy investytsyonnoho menedzhmenta [Fundamentals of Investment Management]. Kyiv: Elha – N, Nyka-Tsentr, vol. 1, 536 p. (in Ukrainian).
3. V Ukraini nainyzhchyi VVP na dushu naselennia sered krain SND – Moodys Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/10/26/630495>.
4. V Ukraini pryshvydshyvsia rist kapitalnykh investytsii [Modern emphasis in shaping the competitiveness of enterprises]. Available at: <http://biz.nv.ua/ukr/markets/v-ukrajini-zbilshivsja-rist-kapitalnih-investitsij-2260140.html>.
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Krykavskiy Ye.V., Kubrak N.M. (2010) Suchasni aktsenty u formuvanni konkurentospromozhnosti pidpriemstv [Modern emphasis in shaping the competitiveness of enterprises]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky [Bulletin of the Khmelnytsky National University. Economic sciences]. No. 3, vol. 3, pp. 54–57 (in Ukrainian).
7. Lukianyuk M.M. (2003) Sutnist investytsii yak ekonomichnoi katehorii [The essence of investment as an economic category]. Visnyk Sumskoho nats. ahrarn. un.-tu Serii: Finansy i kredyt [Bulletin of the Sumy National Agrarian University. Series: Finance and Credit]. No. 2, pp. 107–110 (in Ukrainian).
8. Maiorova T.V. (2003) Investytsiina diialnist. [Investment activity]. Kyiv: TsUL, 2003. 376 p. (in Ukrainian).
9. Peresada A.A. (2002) Upravlinnia investytsiynym protsesom [Investment process management]. Kyiv: Libra, 472 p. (in Ukrainian).
10. Polityka ekonomichnogo prahmatyzmu / Instytut suspilno-ekonomichnykh doslidzhen. Available at: <http://iser.org.ua/proekti/doslidzhennia/t-vperv>.
11. Pravdiuk N.L., Slivinska A.V. (2010). Sutnist investytsiinoi diialnosti: rol ta znachennia investytsii [The essence of investment activity: the role and importance of investment]. Visnyk Zaporizkoho natsionalnogo universytetu [Bulletin of the Zaporizhzhya National University]. No. 2(6), pp. 195–198 (in Ukrainian).
12. Pro investytsiinu diialnist: Zakon Ukrainy vid 18.09.1991 r. № 1560-XII zi zminamy vid 19.01.2006 № 3370-IV (3370-15) [On Investment Activity: Law of Ukraine] (2006). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy [Information from the Verkhovna Rada of Ukraine]. No. 22, pp. 184 (in Ukrainian).
13. Savina N.B. (2014) Investytsiine zabezpechennia rozvytku ekonomichnykh system [Investment support for the development of economic systems]. EKONOMIKA: realii chasu [ECONOMY: realities of time], vol. 2(12), pp. 101–110. – Available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html> (in Ukrainian).
14. Ukraina rekordno pokrashchyla pozytsii u reytynhu lehkosti vedennia biznesu Svitovoho banku. Available at: http://ipress.ua/news/ukraina_rekordno_pokrashchyla_pozytsii_u_reytingu_legkosti_vedennya_biznesu_svitovogo_banku_31818.html.
15. Cherkes R.B. (2014). Investyrovanye v razvytye khoziaistvennykh otnoshenyi promyshlennoho predpriiatyia na pryntsypakh partnerskoho marketynha [Investing in the development of economic relations of an industrial enterprise on the principles of partner marketing]. Ustoichyvoe razvytye [International Journal of Sustainable Development], no. 17, pp. 37–42 (in Bulgaria).
16. Shevchenko S.Yu. (2010). Ekonomichna sutnist investytsii ta investytsiinoi diialnosti [The economic essence of investment and investment activity]. Investytsii: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience.]. No. 1, pp. 7–10. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2010_1_4 (in Ukrainian).
17. Shist mifiv pro investytsii v Ukraini. Available at: [/news.finance.ua/ua/news/-/391895/shist-mifiv-pro-investytsiyi-v-ukrayini](http://news.finance.ua/ua/news/-/391895/shist-mifiv-pro-investytsiyi-v-ukrayini).
18. Shut S.O. (2015). Investytsii: suchasnyi pidkhid do traktuvannia ekonomichnoi sutnosti katehorii [Investments: a modern approach to the interpretation of the economic essence of the category]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnogo universytetu [Scientific herald of Uzhgorod National University]. Vol. 5, pp. 222–225. Available at: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/5_2015ua/52.pdf (in Ukrainian).
19. Yastremska O.M. (2014) Investytsiina diialnist promyslovykh pidpriemstv: metodolohichni ta metodychni zasady [Investment activity of industrial enterprises: methodological and methodical principles]. Kharkiv: Vyd. KhDEU, 472 p. (in Ukrainian).
20. Czwarta rewolucja przemyslowa i Przemysl 4.0 – Co oznaczaja te pojecia? Available at: <http://www.controlengineering.pl/menu-gorneartykul/article/czwarta-rewolucja-przemyslowa-i-przemysl-40-co-oznaczajate-pojecia>.
21. Iwin-Garzyńska J. (2009), Weryfikacja teorii inwestowania w przedsiębiorstwach polskich [Verification of investment theory in Polish enterprises] w: Bernas B. (red.), Zarzadzanie finansami firm – teoria i praktyka [Business finance management - theory and practice], Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu [Scientific works of the University of Economics in Wrocław], no. 48, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, pp. 328–337 (in Poland).
22. Lee H. (2013), Sekret najbardziej efektywnych łańcuchów dostaw [The secret to the most effective supply chains]. Sztuka zarządzania łańcuchami dostaw [The art of supply chain management] Warszawa: ICAN Institute (in Poland).
23. Michalak A. (2007) Finansowanie inwestycji w teorii i praktyce [Financing investments in theory and practice]. PWN, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe, p. 69 (in Poland).
24. Sieńko B. (2006) Źródła finansowania rozwoju przedsiębiorstw – wyniki badań w województwie podkarpackim [Sources of financing the development of enterprises - research results in the Podkarpackie voivodship]. P. Karpus (red.), Finanse przedsiębiorstwa [Finance company]. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej, pp. 223–228 (in Poland).

INVESTMENT IN SUPPLY CHAIN RELATIONSHIPS IN THE CONCEPT OF INDUSTRY 4.0

Survival, development and achievement of supply chains' market success are caused by a number of factors. The low level of investment costs in Ukraine in comparison with EU countries is one of the main problems of the Ukrainian economy, since investments have a significant impact on the competitiveness of the industrial enterprise on the market and on the formation of an efficient supply chain.

The purpose of the article is to study the level of investment support for the development of industrial enterprises in Ukraine and to substantiate supply chains for investment products as an expanded organizing of conceptual approaches for the choice of sources and directions of investments in supply chain relations of their products.

Implementation of the "Industry 4.0" concept in the industrial enterprises emphasizes the need of investment into development of supply chain relationships. According to the logistic concept, this means that the logistics flows (material, informational, financial) should overcome the space between organizations and time without unnecessary obstacles, with minimal cost, as homogeneously. To achieve this, harmonization must be ensured in: technical infrastructure, decision-making procedures, communication tools (people, contacts, etc.).

In the supply chain of delivery and in the retail sector, a large number of small and medium-sized enterprises do not have sufficient investment resources, so it must be done by leading sections of the supply chain, by leaders, mainly by producers.

It has been found that according to the hierarchical theory of sources of financing, the enterprise can use external sources of capital when domestic sources of funding is exhausted, as well as external sources of financing when that are not sources of capital. Demand for capital and its structure are defined by the phase of the cycle, in which the company is located, and by its current financial position.

The level of development of the supply chain of investment goods and its future perspective can be determined by studying in time various indicators, which, first of all, have to include: the number of active enterprises in the supply chain, the magnitude of investment, the level of innovation or its participation in the creation of the GDP.

It is established that the present requires from the manufacturers of investment products to develop long-term solutions for investing in innovative production systems, the latest IT technologies and integrated software that help to increase the competitiveness level both in the national and global markets. The introduction of the Industry 4.0 framework would cover the whole supply chain – from supplying the necessary materials and components to the production of the final product, from the production to the delivery of goods to customers and the provision of after-sales services, would enable to implement "just-in-time" model on the all levels of the supply chain.

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ В МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ

USE OF ELECTRONIC MARKETING IN MARKETING TERRITORIES

У статті розглянуто сутність маркетингу територій, електронного маркетингу та особливості використання інструментів електронного маркетингу в маркетингу територій для підвищення конкурентоспроможності регіонів та міст. Обґрунтовано доцільність використання інструментів електронного маркетингу в діяльності суб'єктів маркетингу територій.

Ключові слова: маркетинг територій, суб'єкти маркетингу територій, електронний маркетинг, інструменти електронного маркетингу.

В статье рассмотрена сущность маркетинга территорий, электронного маркетинга и особенности использования инструментов электронного маркетинга в маркетинге территорий для повышения

конкурентоспособности регионов и городов. Обоснована целесообразность использования инструментов электронного маркетинга в деятельности субъектов маркетинга территорий.

Ключевые слова: маркетинг территорий, субъекты маркетинга территорий, электронный маркетинг, инструменты электронного маркетинга.

The article deals with the essence of territory marketing, electronic marketing and the peculiarities of using e-marketing tools in marketing territories to increase the competitiveness of regions and cities. Is substantiated the expediency of using e-marketing tools in the activity of subjects of marketing territories.

Key words: Marketing, marketing, marketing, e-marketing, Internet marketing tools.

УДК 339.138:004.001

Ярмолюк О.Я.

к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Національний авіаційний університет

Клівода Д.С.

студент
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Нестабільність зовнішнього та внутрішнього середовища економіки України, збільшення з кожним роком конкуренції за інвестиції, туристів, мешканців, підприємців та таланти серед регіонів, міст, курортів, тематичних парків або об'єктів комерційної нерухомості та інші фактори стають передумовами для пошуку більш ефективних методів управління маркетинговою діяльністю. Муніципальна влада, керівники девелоперських компаній і великих земельних об'єктів, власники курортів і готелів, виробники експортних територіальних продуктів усе чіткіше розуміють, що сьогодні неможливо обійтися без сильного територіального маркетингу, системи просування та брендингу. Завдяки розвитку мережі Інтернет, яка все більше охоплює усі ланки суспільного життя, та інструментів електронного маркетингу стає можливим більш ефективно проводити стратегії територіального маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Розробленням даної тематики займалися такі вчені, як: Дж. Джекобс, Ф. Котлер, К. Асплунд, І. Рейн, Д. Хайдер, М. Портер, Д.В. Візгалов, О.А. Дурандіна, Т.А. Калюжнова, І.В. Князєва, О.С. Куликова, С.Ф. Смерічевський, О.І. Соскін, Ю.Н. Старцев, Г.А. Яшева, С.Є. Раменська, В.Л. Сібрук та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення маркетингових аспектів та принципів використання інструментів електронного маркетингу в маркетингу територій діяльності суб'єктів України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У 2015 р. в нашій країні розпочалася децентралізація влади, тобто передача значних повноважень та бюджетів від державних органів органам місцевого самоврядування, щоб останні мали більше повноважень, які вони в змозі реалізовувати більш ефективно. У рамках децентралізації розроблено програму U-LEAD, яка підтримує створення прозорості

та підзвітної багаторівневої системи управління, яка реагує на потреби громадян [6]. Саме тому питання маркетингу територій стало дуже актуальним.

Стосовно самого поняття маркетингу територій, то інформаційні джерела дають такі тлумачення та підходи до визначення.

Територіальний маркетинг (регіональний маркетинг, маркетинг місць) – особливий вид управлінської діяльності, маркетинг в інтересах території [2].

Територіальний маркетинг (регіональний маркетинг, маркетинг місць) – комерційна, політична, соціальна та інша діяльність, заснована на принципах маркетингу, для створення, підтримки та зміни відносин і поведінки приватних осіб і організацій комерційного та некомерційного характеру, щодо конкретної території, зміна іміджу цієї території.

Завданням маркетингу території є комплексне поліпшення території, засноване на трьох основних призначеннях території: територія як місце проживання; територія як місце відпочинку (природне середовище); територія як місце господарювання (інвестування, виробництва, видобутку і переробки).

У науковій літературі визначено основні цілі територіального маркетингу, а саме його спрямування на створення і підтримку:

- іміджу, престижу території;
- підвищення прибутковості бюджету;
- зміни інвестиційного клімату регіону;
- реалізації потенціалу регіону;
- залучення в регіон нематеріальних ресурсів (трудових, інтелектуальних);
- виконання соціальних регіональних програм.

Поняття маркетингу територій може застосовуватися до географічного регіону (наприклад, Карпати), політичного регіону (Україна), до міста (Київ) чи туристичного напрямку в рамках географічного регіону.

- Територіальний маркетинг передбачає:
- брендинг регіону (місця, території);
 - PR (зв'язки з громадськістю);
 - просування;
 - маркетинг персоналу;
 - подієвий (event) маркетинг;
 - рекламу інфраструктурних проектів.

Проблематику маркетингу місць розробляли Філіп Котлер [4], Сеппо Райністо [5] та ін. Поняття «брендинг місць» (place branding) уперше використав Саймон Анхольт у 2002 р. [1].

Щодо вітчизняних науковців, то слід звернутися до історії української економічної думки, де записані певні ідеї, розвинувши які можна було б прийти до необхідності маркетингу територій. Наприклад, український економіст І.В. Вернадський [7] стверджував, що кожна місцевість має свій ідеал, кожна країна – свої форми досконалості, не властиві іншій, і саме це є головною причиною відмінності, яка існує в господарському, суспільному та політичному становищі. Згідно з роботами Вернадського про рівень розвитку суспільства тієї чи іншої країни, можна судити за ступенем розвитку потреб людей, які там проживають. Тобто такий підхід є маркетинговим із погляду території, оскільки пов'язує рівень розвитку території (фактично її конкурентоспроможність) із рівнем потреб населення.

Виходячи із цього, можна стверджувати, що перші ідеї маркетингу територій виникали в українських мислителів ще задовго до ХХ ст. А нині з програмою децентралізації територіальний маркетинг стає одним із привабливих напрямів теоретичних і прикладних розробок та як механізм підвищення конкурентоспроможності регіону заслуговує на велику увагу всіх суб'єктів територіального маркетингу.

Одним із ключових показників маркетингу територій виступає привабливість території, яка оцінюється зазвичай як відношення темпів зростання валового продукту на певній території до темпів його зростання у цілому, наприклад у країні, до якої належить регіон як інфраструктурна, територіальна та політична одиниця.

Використання територіального маркетингу означає перетворення територіальних органів влади в особливого роду партнера для підприємців, здатного не тільки враховувати індивідуальність свого регіону під час прийняття рішень щодо комплексного соціально-економічного розвитку території, а й здійснювати взаємодію між органами влади та цільовими ринками: виробниками, споживачами, інвесторами, новими жителями, туристами й іншими суб'єктами.

До основних суб'єктів маркетингу територій відносять виробників територіального продукту (товарів, послуг, умов проживання і господарювання), його споживачів (покупці, користувачі) та посередників.

Брати участь у маркетингових відносинах можуть органи управління, сфери економіки (транспорт, торгівля і сфера виставково-ярмарко-

вої діяльності, індустрія гостинності, туризму і відпочинку), засоби масової інформації, навчальні та наукові установи, громадські організації.

Активними учасниками територіального маркетингу можуть виступати територіальні органи реєстрації фізичних та юридичних осіб, податкові органи, органи статистики, територіальні органи влади й управління, місцеві економічні агентства розвитку, туристичні оператори та агентства, торгові дома, спортивні комітети і федерації, будь-які інші структури, локалізовані на певній території, які ведуть свою діяльність для залучення уваги до неї можливих споживачів (замовників продукції) й утримання наявних.

Суб'єктами, що користуються особливою увагою в маркетингу територій, є цільові групи «споживачів територій», які можуть бути класифіковані за низкою ознак та критеріїв.

Для успішної реалізації територіального маркетингу необхідно сформувати і вивчити його інструменти. Інструменти маркетингу території здебільшого є універсальними і можуть використовуватися на будь-якому рівні: в маркетингу країни, в маркетингу регіону, в маркетингу міста.

Умовно всі інструменти можна поділити на традиційні та специфічні (сучасні) (табл. 1).

Таблиця 1

Інструменти територіального маркетингу

Традиційні інструменти	Специфічні інструменти
Індикатори	Інформаційно-рекламні
Індекси	Виставки, ярмарки
Рейтинги	Спонсорство
SWOT-аналіз та ABC-аналіз	Туризм
Аналіз цільових ринків	Міжнародне співробітництво
Позиціонування територій	Інноваційні інструменти

Сучасний інструментарій територіального маркетингу являє собою набір можливих засобів, які застосовуються для досягнення цілей соціально-економічного розвитку певного регіону.

До інструментів територіального маркетингу зазвичай відносять:

- інформаційно-рекламні інструменти (необхідна інформація про власні можливості і пропозиції; путівники, буклети, брошури, тощо; публікації в ЗМІ; пошта; Інтернет-ресурси; спеціальні розсилки);
- лобювання, або вплив на офіційних осіб, що представляють владні структури, бізнес для просування своїх інтересів;
- спонсорство (спеціальні акції із залучення уваги і формування хорошого іміджу території: підтримка спорту, культури і мистецтва, проведення фестивалів, свят і т. д.);
- візити, зустрічі, презентації; конференції і семінари; виставки, ярмарки, міжнародне співробітництво; спеціальні проекти; обслуговування потенційних інвесторів за принципом єдиного

вікна, використання високопрофесійного персоналу; супровід і підтримка стратегічних інвесторів.

До інноваційних інструментів маркетингу відносять бенчмаркінг, брендинг, PR, електронний маркетинг, концептуальне моделювання розвитку територій, SWOT- та ABC-аналіз ресурсних можливостей регіону.

Застосування традиційних інформаційно-комунікаційних засобів для досягнення розвитку окремих територій не дає змоги забезпечувати необхідного рівня гнучкості управління. Крім того, це досить дорого, що в умовах недостатніх фінансових можливостей певних регіонів має велике значення.

Для подолання таких фінансових проблем призначені технології, які бурхливо розвиваються, а саме передові електронно-інформаційні технології та, зокрема, мережа Інтернет. Інтернет надає принципово нові можливості для реалізації територіального маркетингу за допомогою доступу до світових інформаційних ресурсів, широкого охоплення цільової аудиторії, надійності і швидкості зворотного зв'язку, що полегшує оцінку ефективності проведеної маркетингової політики та стратегії.

Електронний маркетинг стає новим інструментом та рушійним механізмом управління розвитком територій, що забезпечує відкритість та доступність суб'єктів управління для споживачів ресурсів певної території, дає змогу проводити моніторинг і своєчасний аналіз змін, що відбуваються в регіоні та за його межами, вести статистичну та аналітичну маркетингову діяльність, сприяє координації процесу управління, полегшує контроль та впливає на процес прийняття управлінських рішень. Це дає змогу регіональним суб'єктам управління адаптуватися до гнучких умов зовнішнього і внутрішнього середовища в максимально короткі терміни і, таким чином, відповідати сучасним вимогам управління (бути Agile, тобто гнучкими).

Електронний маркетинг території – це діяльність із формування електронного інформаційно-комунікаційного діалогового середовища, посилення й адресного просування привабливих внутрішніх умов, переваг території для залучення зовнішніх щодо неї ресурсів (фінансових, людських, виробничих тощо) та підвищення інтересу до тих ресурсів, що на території є в надлишку або на які є значний попит. Електронний маркетинг території передбачає гіпертекстове мультимодальне он-лайнове уявлення різними категоріями суб'єктів та споживачів структурованої інформації стосовно географічного, соціально-економічного, політичного становища території, її переваг та напрямів розвитку з використанням технологічних можливостей Інтернету.

До завдань електронного маркетингу в контексті маркетингу території поряд із завданнями, притаманними маркетингу територій, належать:

– удосконалення процесу управління регіоном, містом, підприємствами, організаціями внаслідок

полегшення доступу до великих інформаційних ресурсів, оперативного обміну інформацією, наявності зворотного зв'язку;

– збір інформації про осіб (юридичних та фізичних), які зацікавлені регіоном, містом, по предметах їх інтересів, характеристиках запитуваної інформації для структурування інформаційних запитів споживачів по цільових групах і налагодження з ними конструктивного діалогу.

Сьогодні актуальний комплексний електронний маркетинг складається з таких заходів:

- залучення цільового трафіку;
- поліпшення конверсії – умов для того, щоб користувач здійснив ту чи іншу дію, наприклад замовив товар чи послугу;
- як результат – потенційні покупці стають клієнтами.

Виділимо найбільш популярні інструменти електронного маркетингу, що вирішують завдання маркетингу територій.

SEO-оптимізація. Допомагає підвищити продажі, зробити бренд чи територію популярнішою і збільшити дохід та привабливість. Сайт території чи суб'єкта маркетингу територій високо оцінюється пошуковими системами (займає перші місця в пошуковій видачі), і правильно виконане просування буде приносити вигоду. Аудиторія споживачів або потенційних інвесторів почне краще довіряти Інтернет-ресурсу, що знаходиться на перших сторінках видачі, кількість клієнтів збільшиться.

SMM – Social Media Marketing (маркетинг у соціальних мережах). У соціальних мережах легко знайти людей залежно від їх інтересів, захоплень, віку, створити співтовариство й інформувати відвідувачів про найрізніші новини та зміни, що відбуваються на певній території, місті, країні, музеї тощо. Рекламу, що розміщується у соціальних мережах, майже ненав'язлива і спрямована на цільову аудиторію, що підбирається за дуже багатьма параметрами. Соціальні мережі повністю адаптовані під мобільні пристрої, тому з них дуже легко збирати трафік та вести аналітичну діяльність маркетингологам.

Контекстна реклама. Ефективний спосіб підвищення продажів. У суб'єктів територіального маркетингу є можливість вибирати аудиторію за віком, інтересам, географічним розташуванням, інтересам та багатьма іншими параметрами. Найбільш поширений сервіс контекстної реклами в нашій країні – Google Adwords (оскільки «Яндекс Директ» став неактуальний згідно з указом президента України стосовно блокування доступу до певних ресурсів компаній Російської Федерації).

Банерна реклама. Це статичні або анімовані зображення з рекламним текстом і гіперпосиланням на сайт рекламодавця певного розміру, зазвичай розташовані на видних місцях веб-ресурсів. За допомогою банерної реклами можна ефективно донести до цільової аудиторії інформацію про територіальний продукт чи місце.

Email-маркетинг. Один із давніх інструментів електронного маркетингу, ефективність якого нині залишається на рівні 4–6%. Надає можливість установити ефективний двосторонній зв'язок між підприємцем і споживачем. Кожному клієнту індивідуально приходять електронні повідомлення про компанії, діяльність фірми, нові товари в Інтернет-магазині, новини адміністрацій тощо. Витрати на таку рекламу мінімальні, а за допомогою зворотного зв'язку можна відстежувати реакцію користувачів.

SMS-маркетинг. Розсилки повідомлень робляться по SMS чи за допомогою повідомлень у месенджерах (Skype, Viber, Whatsapp, Telegram) і тільки тим користувачам, які чекають і згодні отримувати такі повідомлення. Спаму тут бути не може або він мінімальний, оскільки оператори стільникового зв'язку активно з ним борються. Найбільш ефективна розсилка та, яка складена під час дії програми лояльності і передбачає використання клубних (бонусних) карт. Клієнти, зацікавлені у повідомленнях і згодні заповнювати спеціальні анкети, а також дають згоду на отримання розсилок по SMS (і якщо бажають – електронною поштою).

Ведення блогу або тематичного форуму (блогінг). За допомогою нього можна об'єднувати користувачів у тематичні союзи, публікувати та оновлювати інформацію про компанію або продукти, знайти нових споживачів. Зручний веб-ресурс для спілкування з аудиторією та отримання відгуків.

Відеомаркетинг. Відеоролик (промовідео) можна створити та завантажити на відеохостинг, наприклад Youtube, а потім поширювати його за допомогою email-розсилки. Маленькі відео можна завантажувати в Instagram. Візуальний контент завжди легше сприймається.

Ремаркетинг. Ремаркетинг – це інструмент Google AdWords. Являє собою контекстну рекламу, що показується користувачам, які вже побували на певному сайті (виражається у вигляді банерної реклами, що починає бігати за споживачем по різних сайтах). Дуже дієвий інструмент для збільшення продажів та залучення потенційних інвесторів або людей, яким стане цікавий той чи інший регіон чи місце.

Event marketing (Івент-маркетинг – маркетинг подій). Це просування продукту за допомогою певних заходів: вебінарів, форумів, семінарів. Між споживачем і брендом налагоджується емоційний контакт, клієнт отримує всю необхідну інформацію про товар або послугу. Основні складники будь-якої події: анонс (інформування), його проведення та наслідки після проведення.

Нині не можна орієнтуватися лише на один інструмент електронного маркетингу, найбільш ефективним є комплексний електронний маркетинг. Наприклад, попит зручно формувати за допомогою контекстної реклами, а трафік найкраще генерується за допомогою SEO. Email- і SMS-маркетинг допо-

магають під час роботи з клієнтами, які вже переконалися в якості територіального продукту, місця чи території та зацікавлені в подальших комунікаціях.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи, можна стверджувати, що комплексне використання інструментів електронного маркетингу в стратегії маркетингу територій зменшує фінансове навантаження на суб'єктів територіального маркетингу, сприяє створенню привабливого інвестиційного клімату та залученню внутрішніх і зовнішніх інвесторів, розвитку інфраструктурних проєктів. Інструменти електронного маркетингу прискорюють процес поширення маркетингової інформації, надають необхідні дані для маркетологів, а також створюють канали комунікацій із потенційними інвесторами та споживачам та надають можливість більш гнучкого управління взаємовідносинами між усіма суб'єктами маркетингу територій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition, Edited by Nigel Morgan, Annette Pritchard and Roger Pride, Oxford, UK, Butterworth Heinemann 2002.
2. URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/.
3. URL: <https://wikipedia.org/>.
4. Kotler P., Haider D.H. & Rein I. (1993). Marketing Places, New York: Free Press.
5. Place marketing in Europe: the branding of the Øresund Region, Intereconomics: Review of European Economic Policy, 39, 5, 271-279 by G.J. Hospers, 2004.
6. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо добровільного приєднання територіальних громад)» від 18 березня 2017 р.
7. Злупко С.М. Економічна думка України: навчальний посібник. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. С. 181.

REFERENCES:

1. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition, edited by Nigel Morgan, Annette Pritchard and Roger Pride, Oxford, UK, Butterworth Heinemann 2002.
2. [marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/territorialnyy_marketing/).
3. <https://wikipedia.org/>.
4. Kotler P. Haider D.H. & Rein I. (1993). Marketing Places, New York: Free Press.
5. Place marketing in Europe: the branding of the Øresund Region, Intereconomics: Review of European Economic Policy, 39, 5, 271-279 by G.J. Hospers, 2004.
6. Zakon Ukrainy «Pro vnesennja zmin do dejakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy (shhodo dobroviljnogho pryjednannja terytorialjnykh ghromad)» vid 18 bereznja 2017 roku (in Ukrainian).
7. Zlupko S.M. Ekonomichna dumka Ukrainy: Navchalnyj posibnyk. – Ljviv: LNU im. Ivana Franka, 2002. – S. 181 (in Ukrainian).

Yarmoliuk O.Y.Ph.D., Associate Professor of Department Marketing
National Aviation University**Klivoda D.S.**Student
National Aviation University

USE OF ELECTRONIC MARKETING IN MARKETING TERRITORIES

The article deals with the essence of territory marketing, electronic marketing and the peculiarities of using e-marketing tools in marketing territories to increase the competitiveness of regions and cities. It substantiates the expediency of using e-marketing tools in the activity of subjects of marketing territories.

The instability of the external and internal environment of Ukraine's economy, the increase with each year of competition for investment, tourists, residents, entrepreneurs and talents among regions, cities, resorts, theme parks or commercial real estate objects, and other factors, become the preconditions for finding more effective management methods marketing activity. Municipal authorities, managers of development companies and large land sites, owners of resorts and hotels, producers of export territorial products all understand more clearly that today it is impossible to do without strong territorial marketing, systems of promotion and branding. The development of the Internet, which increasingly covers all aspects of public life, and e-marketing tools, it becomes possible to more effectively pursue the strategies of territorial marketing.

The use of traditional information and communication tools to achieve the development of individual territories does not allow for the necessary level of management flexibility. In addition, it is quite expensive that in the conditions of insufficient financial capacity of certain regions, it is very important.

In order to overcome such financial problems, the technologies that are rapidly developing, namely, advanced electronic information technologies and, in particular, the Internet are called. The Internet provides fundamentally new opportunities for the implementation of territorial marketing, through access to world information resources, broad reach of the target audience, reliability and speed of feedback, which facilitates an assessment of the effectiveness of the marketing policy and strategy.

E-marketing becomes a new toolkit and a driving mechanism for managing the development of territories. Electronic marketing of the territory is an activity on the formation of an electronic information and communication dialogue environment, strengthening and targeted promotion of attractive internal conditions, advantages of the territory for attracting external resources (financial, human, industrial, etc.)

Most popular tools e-marketing for marketing of the territory is: SEO, SMM, E-mail marketing, Blogging, Video marketing, Banner advertising, Contextual advertising, Remarketing, Event marketing.

To sum up, it can be argued that the integrated use of e-marketing tools in the marketing strategy of the territories, reduces the financial burden on the subjects of territorial marketing, promotes the creation of an attractive investment climate and the attraction of domestic and foreign investors, the development of infrastructure projects. E-marketing tools accelerate the process of disseminating marketing information, provide the necessary data for marketers, and also create communication channels with potential investors and consumers, and provide an opportunity for more flexible management of the relationship between all marketing subjects of the territories.

РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКАПЕРСПЕКТИВИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ
PROSPECTS OF GREEN TOURISM IN POLTAVA REGION

УДК 338.48:63(477.53)

Федірець О.В.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри менеджменту

Полтавська державна аграрна академія

Ярмола В.Ю.

студент

Полтавська державна аграрна академія

Московець С.В.

студент

Полтавська державна аграрна академія

У статті досліджено загальний стан та потенціал зеленого туризму в Україні загалом та в Полтавській області зокрема, визначено проблеми та перспективи його розвитку. Проаналізовано основні чинники, які впливають на розвиток сільського туризму в нашій країні. Обґрунтовано напрями та шляхи розвитку сільського зеленого туризму для Полтавського регіону.

Ключові слова: сільські території, зелений туризм, екотуризм, рекреаційна територія, стратегія розвитку.

В статье исследованы общее состояние и потенциал зеленого туризма в Украине в целом и в Полтавской области в частности, определены проблемы и перспективы его развития. Проанализированы основные факторы, влияющие на развитие сель-

ского туризма в нашей стране. Обоснованы направления и пути развития сельского зеленого туризма для Полтавского региона.
Ключевые слова: сельские территории, зеленый туризм, экотуризм, рекреационная территория, стратегия развития.

The article analyzes the general condition and potential of green tourism in Ukraine as a whole and in the Poltava region; in particular, the problems and prospects of its development are determined. The main factors influencing the development of rural tourism in our country are analyzed. The directions and ways of development of rural green tourism for the Poltava region are substantiated.

Key words: rural territories, green tourism, ecotourism, recreational territory, development strategy.

Постановка проблеми. В сучасних умовах за наявності гострих економічних та соціальних проблем сільської місцевості актуальними є пошук нових та покращення наявних шляхів і методів розвитку сільських територій, перш за все на основі визначення стратегічних перспектив майбутнього села. Сучасна соціально-економічна ситуація в Україні, яка пов'язана з наявністю значної кількості безробітних у районах і селах, має стійкий системний характер, вимагає таких механізмів і коштів, завдяки яким з'являться можливості сільським жителям розвивати свою власну справу

Зелений туризм є однією з високоприбуткових галузей світової економіки. Він посідає важливе місце серед факторів соціального та культурного розвитку, підтримання рівня та якості життя в країні. Активний розвиток туризму викликав жвавий інтерес до вимірювання впливу туризму на економічний розвиток країн та регіонів, особливо в сільській місцевості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання розвитку сільського зеленого туризму займалась низка науковців. В процесі узагальнення питання розвитку сільського зеленого туризму більшість науковців-дослідників акцентує свою увагу на теоретичних аспектах, не поглиблюючись у специфіку сільських територій. Проблемами розвитку та розширення кордонів сільського зеленого туризму займались протягом багатьох років і займаються тепер вітчизняні та закордонні вчені, такі як, зокрема, Н. Гордецька, Ф. Заставний, Ю. Зінько, О. Єрмаков, Л. Лендсел, В. Липчук, М. Рутинський, О. Сарапіна, Л. Чернюк,

Б. Фіногеева, але в роботах цих науковців недостатньо уваги приділено формуванню інноваційно-інвестиційного клімату в цій галузі і розвитку сільського туризму на основі появи нових форм ведення господарства.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз наявного стану та визначення перспектив розвитку зеленого туризму в Полтавській області; обґрунтування ключових напрямів зеленого туризму як важливого джерела соціально-економічного зростання регіону, що забезпечує сприяння відродженню та поширенню традицій та культури в Полтавському регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільський туризм – це діяльність сільського населення, що пов'язана із сільським середовищем, сільським будинком і заняттям. У центрі уваги знаходяться природа і людина. Сільський туризм не має шкідливого впливу на навколишнє середовище, на відміну від масового, і водночас робить істотний внесок у регіональний розвиток. Він дає змогу використовувати наявний житловий фонд і не вимагає значних інвестиційних витрат.

У світі сільський зелений туризм розглядається як альтернатива сільському господарству за розмірами отриманих прибутків. До того ж розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких значних капіталовкладень, як інші види туризму, і може здійснюватися за рахунок коштів самих селян без додаткових інвестицій. Скорочення міграції з сіл до міст дасть змогу заощадити значні фінансові та матеріальні ресурси, адже, згідно з підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та роз-

витку, облаштування в місті вихідця із сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі [2].

Дослідники доводять, що туризм може мати як переваги, так і недоліки в окремому регіоні та країні загалом. Завдяки ефективному застосуванню основних управлінських функцій, зокрема ретельному плануванню, туризм може сприяти створенню нових робочих місць і збільшенню надходжень до бюджетів різних рівнів. Розширення туристичної діяльності навіть має позитивний вплив на кваліфікацію і рівень підготовки робочої сили.

Зелений туризм виник як альтернатива класичному курортному відпочинку. Адже у світі спостерігається перехід від так званої SSS-моделі відпочинку (Sea – Sun – Sand: Море – Сонце – Пісок) до моделі LLL (Lore – Landscape – Leisure: Знання – Ландшафт – Дозвілля) [5].

Але така послуга не є абсолютно новою для України. Адже ще на початку ХХ ст. до карпатських сіл приїздили на відпочинок відомі українські письменники, художники, артисти, політики. Законодавча база для розвитку зеленого туризму створена, але вона має низку недоліків, а саме відсутнє чітке визначення терміна «зелений туризм», а це створює незручності в бізнесі (проблеми оформлення, реєстрації, податкового обліку тощо).

Стаття 4 Закону «Про туризм» визначає, що залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак поряд з такими видами туризму, як, зокрема, дитячий, гірський, пригодницький, існують екологічний (зелений) та сільський туризм. Зазначається також, що розвиток тих чи інших видів туризму регулюється законами, а також що серед основних пріоритетних напрямів державної політики в галузі туризму є розвиток сільського та екологічного (зеленого) туризму [4].

І більше про екологічний (зелений) та сільський туризм в Законі «Про туризм» немає нічого. На сайті КМУ знаходимо таке визначення: сільський зелений екотуризм – це специфічний вид туризму. Він передбачає не тільки відпочинок у сільському будинку, але й можливість спостерігати рослинний і тваринний світ, ознайомитися з традиціями певного регіону, відчути взаємозв'язок людини з природою. Зелений туризм – це туристська діяльність на території натуральних природних ландшафтів з елементами благоустрою, де існують умови для короткочасного відпочинку (від 5–10 годин до 1–2 днів), збирання ягід та грибів, відпочинку на пляжах тощо [3].

Таким чином, можемо зробити висновок, що зелений і сільський туризм – це господарська діяльність у сфері туристичних послуг, яка включає в себе принаймні надання місця для проживання чи знаходження туриста на лоні природи,

наприклад у лісі, в горах, в селі. Тобто, на нашу думку, термін «зелений туризм» є більш широким поняттям, що, зокрема, включає в себе категорію «сільський зелений туризм». Єдина відмінність між сільським та зеленим туризмом полягає в тому, що зелений туризм не прив'язується до знаходження (проживання) туриста в селі.

Для розвитку сільського туризму необхідно забезпечити три важливі умови, серед яких є наявність житла для розміщення приїжджих, створення B&V-місць («ліжко і сніданок»), забезпечення дозвілля.

Позитивний вплив на розвиток сільського зеленого туризму в Україні мають такі фактори, як, зокрема, ріст попиту на відпочинок у сільській місцевості; унікальна історично-етнографічна спадщина українських сіл; багаті рекреаційні ресурси; екологічна чистота сільської місцевості; наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів; традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок; можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях [1, с. 138–143].

Основними проблемами, що стоять на шляху розвитку сільського зеленого туризму в Україні, є:

- відсутність дієвого правового забезпечення розвитку сільського зеленого туризму;
- відсутність механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб туризму;
- відсутність маркетингової політики у сфері сільського туризму;
- низький рівень кадрового забезпечення щодо діяльності в сільському туризмі.

Стратегічною метою розвитку сільського зеленого туризму в Україні має стати:

- створення конкурентоспроможного національного продукту не тільки для внутрішнього ринку, але й для світового, який здатний задовольнити вибагливого споживача;
- розширення переліку послуг внутрішнього ринку;
- забезпечення комплексного розвитку рекреаційних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів їх населення.

Розвиток зеленого туризму в Україні має характер зонального, адже райони розвитку цього виду туризму є традиційними. Нині на ринку в Україні розрізняють три види зеленого туризму. По-перше, агротуризм, що є видом сільського зеленого туризму як пізнавального, так і відпочинкового характеру, пов'язаним з використанням підсобних господарств населення або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовують в аграрній сфері. Цей вид може не мати обмежень у навантаженні на територію і регламентуванні різновидів розважального відпочинку.

По-друге, відпочинковий туризм (відпочинок на селі). Базою його розвитку є капітальний житловий фонд на садибах господарів та наявні природні, рекреаційні, історично-архітектурні, культурно-побутові та інші надбання тієї чи іншої місцевості.

По-третє, екотуризм, що є науково-пізнавальним видом сільського зеленого туризму, характерним для сільських місцевостей і сіл, розташованих у межах територій національних парків, заповідних зон, природних парків тощо, де передбачені відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовані види розважального відпочинку.

Зелений туризм на Полтавщині має всі шанси стати одним з провідних напрямів у туристичній сфері України. На річках Дніпро, Ворскла, Псел можна порибалити і влаштувати пікнік або сходити на тихе грибне полювання.

Крім відпочинку на природі, область приваблює своїм колоритом та визначними місцями. Насамперед це гоголівські місця, а саме Диканька, Гоголеве, Великі Сорочинці, місто-курорт Миргород, а також столиця гончарства – Опішня. В село Березова Рудка на Полтавщині туристи приїжджають подивитися на справжню піраміду, створену за зразком єгипетських. Усипальницю для власного роду свого часу побудував власник села – поміщик Ігнатій Закревський. Збереглася також садиба Закревських з прекрасним маєтком.

Розвитку сільського туризму буде сприяти рівень гостинності в сільській садибі, який залежить не в останню чергу від рівня якості та привабливості матеріально-технічної бази та вміння господарів створити в оселі атмосферу невимушеності, неформальності та сімейного сільського затишку. Розрахунки за відпочинок доцільно здійснювати за принципом «все враховано» (“all included”).

Актуальною для розвитку сільського туризму є поява нових форм ведення господарства, особливо фермерства. Агротуризм, створений на цій основі, може принести комплексне задоволення туристам від особистої добровільної участі в технологічних процесах з виробництва сільськогосподарської продукції, зокрема по догляду за тваринами. Агротуризм – вагомий соціально-економічний чинник відродження культури села, який реально може і повинен стати одним із визнаних напрямів розвитку позасільськогосподарської діяльності сільського населення та підвищення рівня його добробуту.

З огляду на результати проведеного дослідження можемо рекомендувати організаціям, що займаються розвитком сільського зеленого туризму в Полтавській області і районах цього регіону, вжиття таких заходів:

- провести облік та категоризацію агроосель;
- розробити заходи (передусім анімаційні) для збільшення тривалості перебування відпочиваючих в агрооселях;

- налагодити обмін досвідом з іншими країнами, де накопичено чималий практично-господарський досвід розвитку сільського зеленого туризму;

- регулярно проводити тренінги для господарів агроосель та сільських жителів, задіяних в агротуристичному сервісі;

- розробити та підтримувати впровадження пілотних проектів, які дадуть змогу наочно продемонструвати користь від сільського зеленого туризму для різних сільських громад та накопичити досвід;

- створити веб-сторінку Полтавського регіону як осередку сільського зеленого туризму;

- розробити централізовану (передусім, комп'ютерну) систему резервування місць;

- створити інформаційні центри, які б займалися збором та оперативним поновленням інформації про власників агроосель, атракційні місця, стан заповнення наявних агроосель, кон'юнктуру цін та іншої інформації, необхідної для туристів; менші за масштабом виконуваних функцій інформаційні центри варто також створити майже в усіх районних центрах Полтавського регіону або місцях з великою привабливістю для туристів;

- розробити заходи з поліпшення іміджу Полтавського регіону як осередку відпочинку, оздоровлення та духовного екозбагачення особистості, такі як, зокрема, публікація рекламних проспектів, виступи у засобах масової інформації, проведення різноманітних рекламних акцій [6].

Управління розвитком туризму в межах сільських територій Полтавського регіону має враховувати такі об'єктивні обставини: не всі сільські місцевості підходять для розвитку сільського зеленого туризму; не всі сільські громади можна залучити до розвитку зеленого туризму; не всі форми туристичної діяльності прийнятні у кожній місцевості; мають бути ліміти в розвитку кількості агроосель у кожній окремо взятій місцевості; спеціальні механізми управління повинні бути застосовані для того, щоб перешкодити негативному впливу відвідувачів на довкілля.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, сільський зелений туризм здійснює позитивний вплив на відродження, збереження та розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини, а також розширює канали реалізації продукції підсобного господарства селянина.

В подальшому для забезпечення розвитку сільського зеленого туризму в Україні вбачається доцільним розробити нормативно-правову базу як на державному, так і на регіональному рівнях; постійно проводити моніторинг показників щодо розвитку сільського зеленого туризму та вивчення потреб ринку послуг сільського зеленого туризму; створити інфраструктуру державної фінансово-кредитної підтримки розвитку сільського зеленого туризму.

Принциповим моментом формування подальшої стратегії розвитку туризму в Україні є питання офіційного визнання місця і ролі цієї галузі в економічній структурі конкретних регіонів, а отже, напрацювання відповідних регіональних комплексних програм.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Биркович В. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети: науково-аналітичний щоквартальний збірник. 2008. № 1 (6). С. 138–143.
2. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www2.unwto.org>.
3. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category>.
4. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. С. 241.
5. Сільський зелений туризм – пріоритетна сфера розвитку туризму у період економічної кризи. URL: <http://uzhgorod.net.ua/news/34499>.

6. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <http://www.greentour.com.ua>.

REFERENCES:

1. Byrkovych V. (2008). Silskyi zelenyi turizm – priorytet rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy [Rural green tourism is a priority of the development of the tourism industry in Ukraine], Stratehichni priorytety. Naukovo-analitychnyi shchokvartalnyi zbimyk. pp. 138–143 (in Ukrainian).
2. Vsesvitnia turystychna orhanizatsiia. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www2.unwto.org>.
3. Ofitsiynyi sait Kabinetu Ministriv Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category>.
4. Pro turizm: Zakon Ukrainy vid 15 veresnia 1995 r. № 324/95-VR. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. 1995. № 31. S. 241.
5. Silskyi zelenyi turizm – priorytetna sfera rozvytku turizmu u period ekonomichnoi kryzy. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://uzhgorod.net.ua/news/34499>.
6. Spilka spryiannia rozvytku silskoho zelenoho turizmu v Ukraini. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.greentour.com.ua>.

Fedirets' O.V.

Candidat of Economic Sciences, Docent
Poltava State Agrarian Academy

Yarmola V.Yu.

Bachelor of Higher Education
Poltava State Agrarian Academy

Moskovets' S.V.

Master of Higher Education Degree in Higher Education
Poltava state agrarian academy

PROSPECTS OF GREEN TOURISM IN POLTAVA REGION

Rural tourism is the activity of the rural population, which is connected with the rural environment, rural home and occupation. The focus is on nature and man. Rural tourism does not have a harmful impact on the environment, unlike the mass, and at the same time makes a significant contribution to regional development. It allows you to use an existing housing stock and does not require significant investment costs.

In the world, rural green tourism is considered as an alternative to agriculture in terms of profits. In addition, the development of rural tourism infrastructure does not require such significant investment as other types of tourism, and can be carried out at the expense of the peasants themselves without additional investment.

For the development of rural tourism, three important conditions need to be ensured, among which are: availability of accommodation for accommodating visitors, establishment of B&B places (bed and breakfasts), and leisure provision.

The main problems facing the development of rural green tourism in Ukraine are:

- lack of effective legal support for the development of rural green tourism;
 - lack of a mechanism for rational and ecologically balanced use of natural and historical and cultural potential for tourism needs;
 - lack of marketing policy in the field of rural tourism;
 - low level of staffing for activities in rural tourism.
- The strategic goal of the development of rural green tourism in Ukraine should be:
- the creation of a competitive national product not only for the domestic market, but also for the world, which is able to satisfy the discerning consumer;
 - to expand the market of services of the internal market;
 - ensuring the integrated development of recreational areas and tourist centers, taking into account the socio-economic interests of their population.

Green tourism in Poltava region has all chances to become one of the leading directions in the tourist sector of Ukraine. On the rivers Dnipro, Vorskla, Psel you can fish and arrange a picnic. Or go to a quiet mushroom hunt.

In addition to outdoor activities, the area is attractive with its colorful and prominent places. First of all, it is Gogol's places – Dikanka, Gogoleva, Velikie Sorochintsy, the resort town of Mirgorod and the capital of pottery – Opishna. In the village of Berezovaya Rudka in Poltava region, tourists come to look at the real pyramid, created on the model of Egyptian. The abbey for his own family at one time was built by the owner of the village – the landowner Ignatius Zakrevsky. Preserved also Zakrevsky estate with a beautiful estate.

In the future, in order to ensure the development of rural green tourism in Ukraine, it seems appropriate to: develop a legal and regulatory framework both at the state and at the regional level; to continuously monitor indicators related to the development of rural green tourism and to study the needs of the rural green tourism services market; to create the infrastructure of state financial and credit support for the development of rural green tourism.

The fundamental moment in shaping the future tourism development strategy for Ukraine is the question of the official recognition of the place and role of this industry in the economic structure of specific regions, and hence the development of relevant regional integrated programs.

РОЗДІЛ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЄДИНОЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЄС

CHALLENGES AND THREATS OF IMPLEMENTING THE GENERAL CONCEPT OF EU SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

У статті розглянуто основні засади формування та процес реалізації єдиної концепції соціально-економічного розвитку країн Європейського Союзу. На сучасному етапі країни ЄС демонструють позитивні тенденції розвитку, про що свідчать окремі макроекономічні показники та загальний стан суспільного добробуту. Однак існують нагальні виклики та загрози, зокрема поглиблення міграційних процесів, зростання кількості біженців, реформування освітньої системи підготовки та підвищення кваліфікації працівників, наявна дискримінація, диспропорції розвитку, врахування яких є обов'язковою умовою ефективною реалізації загальної європейської стратегії соціально-економічного розвитку. Вибраний в рамках спільних програм розвитку ЄС набір методів та інструментів демонструє нині позитивні зрушення як в напрямі соціально-економічного розвитку цього регіону, так і щодо подолання глобальних негативних наслідків наявних диспропорцій для розвитку світової економіки загалом.

Ключові слова: соціально-економічний розвиток, соціальна економіка, загальний добробут, диспропорції економічного розвитку, система соціально відповідального державного управління.

В статье рассмотрены главные основы формирования и процесс реализации единой концепции социально-экономического развития стран Европейского Союза. На современном этапе страны ЕС демонстрируют положительные тенденции развития, о чем свидетельствуют отдельные макроэкономические показатели и общее состояние общественного благополучия. Однако существуют срочные вызовы и угрозы, в частности углубление миграционных процессов, рост количества беженцев, реформирование образовательной системы подготовки и повышение квалификации работников, существующая дискриминация, диспропорции развития, учет

которых является обязательным условием эффективной реализации общей европейской стратегии социально-экономического развития. Выбранный в рамках общих программ ЕС набор методов и инструментов демонстрирует сейчас положительные изменения как в направлении социально-экономического развития данного региона, так и касательно преодоления глобальных отрицательных последствий существующих диспропорций для развития мировой экономики в целом.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, социальная экономика, общее благополучие, диспропорции экономического развития, система социально ответственного государственного управления.

The article deals with the basic principles of the formation and process of realization of a unified concept of social and economic development of the countries of the European Union. At the current stage, the EU countries show positive trends of development, as evidenced by separate macroeconomic indicators and the general state of social welfare. However, there are urgent challenges and threats, including the deepening of migration processes, the increase in the number of refugees, the reform of the educational system for training and professional development of workers, existing discrimination, developmental disparities, which are considered as prerequisites for the effective implementation of a common European strategy for socio-economic development. The selection of methods and tools within the framework of joint EU development programs demonstrates, at the moment, positive changes both in the direction of socio-economic development of this region and in overcoming the global negative effects of existing imbalances for the development of the global economy as a whole.
Key words: socio-economic development, social economy, social welfare, disproportions of economic development, system of socially responsible state management.

УДК 330.3:339.9

Приятельчук О.А.

к. е. н., доцент кафедри міжнародного бізнесу
Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Останнє десятиліття ознаменувалось подальшою інтеграцією та регіональною глобалізацією економічних процесів в рамках об'єднаного ЄС, характерною рисою чого стало формування загальної моделі соціально-економічного розвитку. Однак сучасні міжнародні процеси та національні особливості розвитку формують новітні умови, наявні нагальні виклики та загрози реалізації загальної концепції соціально-економічного розвитку ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання соціалізації системи державного управління, створення на цій основі концепції соціально-економічного розвитку та ефективної її реалізації є основними об'єктами досліджень провідних економістів нашого часу, таких як Ф. Фукуяма; нобелівські лауреати Е. Рот, Л. Шеплі, Дж. Тіроле, А. Дейтон; українські науковці В. Скуратівський, А. Філіпенко, О. Палій; а також сферою аналізу низки міжнародних

організацій та науково-дослідницьких центрів, зокрема Європейського Союзу.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення ключових аспектів побудови на засадах національних моделей загальної західноєвропейської концепції соціально-економічного розвитку та аналіз основних викликів і загроз, що виникають на сучасному етапі світового економічного розвитку та реалізації концепції соціальної економіки загального добробуту.

Виклад основного матеріалу дослідження. В рамках подальшої інтеграції та реалізації єдиної стратегії розвитку спільний підхід країн ЄС до побудови та імплементації концепції соціально-економічного розвитку цілком природний та закономірний. Подібні тенденції соціально-економічного розвитку спостерігаються в цьому регіоні з середини ХХ століття, коли після закінчення Другої світової війни активізувались кроки держав ЄС до подальшої інтеграції з метою запобігання виникненню та удосконалення методів протидії кризовим явищам в майбутньому. Невід'ємною частиною цього процесу стала реалізація одновекторної економічної та соціальної моделі, прийнятої як державами-засновниками, так і майбутніми членами ЄС. Подібна соціальна згуртованість стала в подальшому головним принципом та запорукою економічного розвитку і зростання регіону загалом. Правоустановчі договори ЄС проголошують необхідність збалансованого економічного зростання, заснованого на досягненні повної зайнятості та соціального прогресу. Економічна та соціальна єдність, цілісність соціально-економічного зростання стали ключовими принципами подолання історично сформованих відмінностей між країнами-членами ЄС.

В основі моделі соціально-економічної солідарності та інтеграції лежать три базові переконання: 1) колективні дії є більш ефективними за індивідуальні з метою досягнення соціально-економічного розвитку; 2) всі верстви населення та кожен член суспільства здатні та повинні сприяти цьому розвитку; 3) соціальний характер економічного розвитку реалізується через активну державну політику в забезпеченні певного рівня загального добробуту (у формі надання універсальних послуг, таких як охорона здоров'я та освіта) як передумови економічного зростання. Формування загального добробуту є певним індикатором економічного розвитку та сполучною ланкою між державою та ринком.

Черговий рівень прискореного процесу об'єднання було пройдено затвердженням Лісабонської програми, за якою було встановлено «нову стратегічну мету <...> стати найбільш конкурентоспроможною та динамічною економікою, заснованою на знаннях, здатною до стійкого економічного зростання на умовах соціальної єдності». В документі також зазначалось, що «для досяг-

нення цієї мети потрібна загальна стратегія, спрямована на <...> модернізацію європейської соціальної моделі, інвестування в людей та боротьбу із соціальною ізоляцією» [4, с. 58].

Однак за умови зміни виключно моделі соціально-економічного розвитку та збереження старих інструментів її реалізації отримання позитивних результатів досить сумнівне. Це довела економічна криза кінця 2000-х років, змінивши клімат та структуру світової економіки. В рамках більш насиченої та складної економічної екосистеми держава більше не може розглядатись як єдиний можливий гарант балансу між соціальною справедливістю та економічною свободою.

З огляду на вищезгадані нові умови виникла стратегія «Європа 2020». Новітня європейська модель розвитку має враховувати вплив глобалізаційних процесів на економіку, низькі темпи сучасного економічного зростання, суспільну неоднорідність та зростання попиту на новітні сервіси, диктуючи умови та окреслюючи перспективи подальшої реструктуризації та розвитку світової економіки.

Окрім того, демографічні та економічні зрушення, що відбулися протягом останніх десятиліть, призвели до значних змін в соціальних потребах населення, зокрема збільшилась середня тривалість життя, а отже, виникли додаткові потреби пошуку нових способів догляду за людьми похилого віку; зросла частка осіб жіночої статі в загальній кількості трудоактивного (економічно активного, зайнятого) населення, що створило потребу в розширенні послуг з виховання дітей; відбувалось масове використання експатріантів як частини регіонального європейського та окремих національних ринків праці, що вимагає розробки нових інструментів соціально-економічної політики з метою ефективної інтеграції мігрантів до єдиного європейського економіко-політичного простору; спостерігається інтелектуалізація економіки та зростанні ролі людського ресурсу та людського капіталу у формуванні національного продукту та підвищенні рівня загального добробуту, що потребує диверсифікації та вдосконалення наявної освітньої системи підготовки та перепідготовки кадрів з урахуванням сучасних та прогнозованих на майбутнє тенденцій розвитку світової економіки; суспільство вимагає знайти відповіді на питання зміни клімату та скорочення природних ресурсів.

Таким чином, поява нових проблем та посилення диференціації наявних визначили сучасні вектори формування взаємозалежної соціально-економічної політики країн ЄС. Активна позиція держави, властива класичній моделі загального добробуту, зберігається за сучасних умов, незважаючи на такі характерні риси ринкової економіки, як лібералізм, вільна конкуренція та економічна

свобода. Це пов'язане перш за все з наявними труднощами через зростання податкового тиску та обмежень, необхідністю забезпечення високої якості послуг за умови розширення їх кількості та асортименту, зростанням диспропорції між попитом та пропозицією на ринку соціальних послуг, зокрема охорони здоров'я, освіти.

Безсумнівно, протягом останнього часу рівень добробуту більшості країн зріс, як і номінальні доходи їх громадян. Однак водночас значно зросла соціальна та економічна нерівність. В глобальних розмірах зменшилися темпи «зростаючої соціальної мобільності», спостерігаються погіршення якості життя більшої частини суспільства та втрата соціальної згуртованості як на національному, так і на регіональному рівнях. Неконтрольованість негативних економічних явищ сприяє ще більш глибоким негативним соціальним перетворенням, пов'язаним зі зниженням соціальної активності у вирішенні загальних суспільних проблем.

У зв'язку з цим в рамках ЄС спостерігається суттєва деформація сучасного суспільства. Зокрема, більшість представників молодого покоління розглядає необхідність формування відмінних від традиційних організаційних форм діяльності, а саме децентралізованих, соціально відповідальних, економічно активних. Концепція розмежування індивідуальної моралі та соціального ладу, що супроводжувала та стимулювала економічне зростання протягом останнього часу, нині проходить етап суцільного реформування. Поточна криза прискорила необхідність переоцінки відповідних функцій та ролей ринку, держави, соціальної економіки, «третього сектору», зокрема індивідуума. В умовах зростаючої ролі соціальної економіки та соціального підприємництва висувуються нові очікування та вимоги до основних демографічних змін, структури державного бюджету, нових форм організації співпраці та взаємодії державного сектору, громадських суспільних організацій, приватних підприємств та громадян. Всі вищеперераховані суб'єкти, об'єднані відчуттям спільної відповідальності щодо соціального та економічного розвитку, реалізують одно-векторну соціальну поведінку.

Нині спостерігається тенденція подальшої синергії напрямів соціально-економічної політики всіх країн-членів ЄС. Єдність напрямів її реалізації в різних секторах економіки та країнах приводить до виникнення позитивних соціальних напрямів економічної діяльності.

Подібна підвищена увага до соціальних проблем обумовлена як розширенням діяльності наявних суб'єктів господарювання, так і створенням абсолютно нових типів організацій та поведінки. Нині спостерігаються такі основні тенденції цього процесу, як індивідуальне прийняття соціально відповідальної поведінки громадянами та бізнес-

структурами; надання послуг з урахуванням загальних інтересів всіх груп громадян; підвищена увага до соціальних наслідків економічної та фінансової діяльності в різних секторах економіки (зокрема, зростаюча увага до соціальних інновацій).

Характерною складовою соціальної економіки країн ЄС є соціальні підприємства. Зростаюча кількість та роль цього сектору є «ендогенною реакцією» громадян на недосконалість механізму вільного ринку та недоліки державної системи управління. Діяльність цих організацій ґрунтується перш за все на принципах солідарності, взаємності, безпосередньої участі в управлінні, прагнення справедливості та рівності, відповідальності за досягнення соціального ефекту (впливу). Подібна система управління реалізується з урахуванням балансу інтересів нинішніх і майбутніх поколінь та економічної ефективності.

Досвід функціонування соціального підприємництва доводить факт взаємного впливу дій приватних осіб та економічного розвитку: з одного боку, економічний розвиток активізує та цілеспрямовує дії приватних осіб, а з іншого – інноваційна комбінація колективних та приватних дій у сфері виробництва суспільних благ приводить до економічного розвитку з позитивним соціальним ефектом (впливом).

Економічну ефективність соціального підприємництва, що ставиться часто під сумнів, доводять не лише позитивний вплив на громадськість через створення суспільних благ та підвищення рівня загального добробуту, але й той факт, що навіть за умови кризових явищ підприємства цієї категорії не лише не скоротили свою діяльність та обмежили кількість робочих місць, як спостерігалось у суб'єктів традиційних секторів економіки, але й активізували та розширили свою діяльність.

Окрім соціальних підприємств, спостерігається соціалізація діяльності інших підприємств. Все більше підприємств звертають увагу на соціальні наслідки своєї діяльності та є відкритими для соціуму. Ця відкритість разом з визнанням важливості соціального капіталу та репутації в рамках бізнес-процесів приводить до того, що більшість європейських компаній включає соціальну складову у загальну місію своєї діяльності [2, с. 26]. Отже, традиційний економічний вимір діяльності підприємств нині доповнюється соціальним, збагаченим іншими значеннями, які поділяє решта суспільства, що і є запорукою досягнення інноваційного сталого розвитку.

Соціально-економічний розвиток держави є прямим наслідком державної соціально-економічної політики і водночас визначальним фактором її формування.

Державна соціально-економічна політика – це дії держави в соціальній сфері, що переслідують певні цілі, співвіднесені з конкретно-історич-

ними обставинами, підкріплені необхідними організаційними та пропагандистськими зусиллями, фінансовими ресурсами, а також розраховані на певні етапні соціальні результати.

Незважаючи на те, що головним суб'єктом соціально-економічної політики є держава, поряд з нею активну роль у соціальній політиці виконують інші, недержавні суб'єкти, зокрема профспілки та політичні партії. Головними показниками ефективності соціальної політики є рівні добробуту, освіти, здоров'я населення, соціальної стабільності, конструктивності відносин соціальних груп тощо.

Важливе місце в досягненні поставленої мети посідає стратегія соціально-економічної політики, яка є своєрідним планом розв'язання соціальних проблем країни на кожному конкретно-історичному етапі. У демократичному суспільстві плюралізм ідеологій та наявність різних суб'єктів породжує розмаїття цілей та багатоманітність стратегій соціальної політики. Кожна стратегія входить складовою частиною в ту чи іншу ідеологію та програму суспільного розвитку [1, с. 12].

З огляду на багатовекторність соціально-економічної політики в процесі її проведення важливо враховувати усі її напрями, не захоплюючись одними та не ігноруючи інші. Ефективність реалізації будь-якого її рівня найбільшою мірою залежить від стану економіки, наявності необхідного фінансування соціальних програм за рахунок держави, органів місцевого самоврядування, підприємств, спонсорів тощо.

Показники економічного розвитку країн ЄС яскраво демонструють тісний зв'язок та взаємозалежність соціального та економічного в загальному розвитку. Зокрема, головними чинниками сталого економічного зростання на рівні +1,7% стали зростання приватного споживання та позитивні тенденції удосконалення ринку праці, зниження рівня безробіття до 8,0% та стійкі темпи збільшення кількості новостворених робочих місць [3, с. 47].

Однак ці усереднені показники поєднуються з досить широким діапазоном національних особливостей соціально-економічного розвитку. Зокрема, досить високим, на відміну від усереднених показників ЄС, залишається рівень безробіття в Греції, Іспанії, тоді як ринки праці в Чехії, Німеччині та деяких інших країнах характеризуються досить сталими тенденціями розвитку, повною зайнятістю та навіть дефіцитом робочої сили в певних галузях [5, с. 15].

Серед інших показників економічного розвитку слід відзначити сталі показники інвестиційної активності, зумовлені високими корпоративними прибутками та низькими відсотковими ставками. Проте темпи інвестування уповільнюються через поглиблення політичної невизначеності в низці провідних країн ЄС. Постійно висока політична

нестабільність, ескалація геополітичної напруженості навіть за умов активізації ділової активності, стрімкого розвитку фондових ринків, стійких темпів економічного розвитку призводять до значного скорочення приватних інвестицій. З цих же причин уповільнюються темпи зростання експорту з країн ЄС до країн поза об'єднанням, зокрема Великобританії та США.

Негативні економічні наслідки очікуються від розпочатого в 2017 році процесу виходу Великобританії з ЄС. Цей факт вимагає суттєвих змін у сфері єдиної до цього часу соціально-економічної та торговельно-інвестиційної політики. Подібні зміни, а також можливі двосторонні протекціоністські заходи, можливо, матимуть негативні наслідки для перспектив зростання та розвитку країн, що мають тісні торговельні зв'язки з Великобританією.

Відповідно до звіту Світової організації торгівлі за 2016 рік торговий протекціонізм, незважаючи на задекларовану лібералізацію торгівлі, продовжує зростати переважно за рахунок посилення дії нетарифних бар'єрів. Посилення обмежень у глобальному торговельному середовищі уповільнює прогрес на шляху до досягнення загального добробуту з огляду на тісний зв'язок між категоріями торгівлі, продуктивності та зростання доходів. На противагу цьому, скорочення торговельних обмежень, безперечно, сприятиме підвищенню експортного потенціалу, продуктивності, а також стимулюватиме подальші якісні структурні перетворення.

Ще одним глобальним викликом на шляху соціально-економічного розвитку та побудови держави загального добробуту є незбалансованість політики. Зокрема, внаслідок світової фінансової кризи основна увага була зосереджена на сфері грошово-кредитної політики з метою управління недоліками сукупного попиту. Однак тоді, коли були досягнуті позитивні результати стабілізації економіки, виник дисонанс із середньо- та довгостроковими показниками, зокрема темпами стійкого зростання, боротьбою з бідністю, нерівністю, руйнуваннями внаслідок кліматичних змін.

Цей набір інструментів разом з успішними заходами фіскальної політики є запорукою ефективної соціально-економічної політики, що реалізується на основі структурних перетворень. Наприклад, реформування бізнес-середовища сприятиме спрощенню адміністративних процедур та захисту прав власності; активна промислова політика може бути використана для усунення дисбалансу на ринку, заохочення інвестицій та впровадження новітніх технологій у виробничий процес; видаткова політика (регулювання доходів населення) допоможе подолати бідність, розширити соціальний захист; інвестування у сферу освіти, охорони здоров'я, інфраструктури, еко-технологій сприятимуть прогресу в напрямі досягнення стратегічних

соціальних та екологічних цілей, а також економічного зростання в рамках забезпечення сталого розвитку; регуляторна політика має бути розроблена таким чином, щоб мінімізувати фінансові ризики та одночасно забезпечити фінансування малих та середніх підприємств.

Реалізація соціального спрямування спільної економічної політики країн ЄС здійснюється в рамках Програми сталого розвитку – 2030 на основі побудови загальної багатосторонньої інтегрованої торговельної системи за підтримки розширених міждержавних регіональних та національних програм фінансової та іншої допомоги з розвитку, а також за умови координації напрямів політики в таких сферах, як підтримка клімату, передача екологічно чистих технологій та регулювання міграційних потоків, а також вирішення все зростаючих глобальних проблем, пов'язаних з рухом біженців та мігрантів.

Єдина одновекторна міжнародна торгівля, що реалізується країнам ЄС на основі універсальних принципів недискримінації, відкритості та справедливості, завжди була ключовим фактором економічного зростання та залишається беззаперечною умовою соціально-економічного розвитку зараз.

Однак в окремих випадках з огляду на національні особливості структури промисловості та ринку праці відкрита торгівля призвела до скорочення робочих місць, зростання безробіття та зниження середнього рівня заробітної плати деяких категорій працівників. У зв'язку з цим можна спрогнозувати, що подальший економічний розвиток приведе до поглиблення технологічної дифузії між окремими країнами та підвищить ефективність розподілу ресурсів, підтримуючи баланс попиту на робочу силу в країнах-учасницях торговельних відносин.

З метою досягнення глобальних ефектів соціально-економічного розвитку у сфері міжнародної торгівлі промислово розвинуті країни пропагують перевагу багатосторонніх зв'язків над двосторонніми шляхом корегування обсягів міжнародної фінансової допомоги країнам, що розвиваються.

Міжнародна кооперація з метою соціально-економічного розвитку здійснюється не лише у сфері торгівлі та зовнішньоекономічної діяльності, але й у сфері управління потоками біженців та переміщених осіб, що нині становить значну проблему та глобальні загрози для багатьох країн, зокрема ЄС. Приплив мігрантів та біженців створює величезний тиск на інституційний потенціал у країнах призначення та транзиту, часто здійснюючи негативний вплив на соціальну та екологічну згуртованість і розвиток. Для вирішення цих проблем держави-члени в 2018 році прагнуть укласти глобальний договір, основні положення якого розроблені в рамках міждержавних переговорів щодо біженців, а також безпечної, регульованої та впорядкованої міграції. За багатосторонньої співпраці

та сприяння ООН та інших міжнародних фінансових установ можливим є досягнення відчутних результатів у цій сфері та подолання наявних прогалин в аспектах фінансування, технічного співробітництва, збору та обробки інформації, надання кваліфікованої консалтингової допомоги в означених сферах тощо.

Загалом провадження спільної одновекторної політики у сфері соціально-економічного розвитку всіма країнами ЄС допомагає усунути наявні глобальні виклики та загрози в цій сфері (окреслені вище), а також досягнути відчутних зрушень та результатів в побудові соціальної економіки та реалізації загальноєвропейської концепції загального добробуту.

Більшість країн-членів ЄС здійснює діяльність у сфері соціальних інновацій. Середня вартість національних проектів в цій сфері становить 1,7 млрд. євро. Характер та методи реалізації подібних проектів дуже різняться в окремих країнах регіону, однак зазвичай включають інновації у сферах освіти, охорони здоров'я, підприємництва, тією чи іншою мірою фокусуючись на окремих проблемних категоріях, зокрема проблемах молоді, жінок, біженців, мігрантів, інвалідів. Європейський соціальний фонд (ЄСФ) проводить моніторинг та консалтинг національних органів влади з метою обміну досвідом та ефективної реалізації конкретних програм на місцях. ЄСФ надає рекомендації щодо корегування загальноєвропейського плану дій у сфері соціальної інтеграції та згуртованості з урахуванням нагальних викликів та загроз, зокрема ускладненої ситуації у сфері міграційної політики. Зокрема, відповідно до останніх нововведень, були розроблені програми побудови житла, надання медичних послуг мігрантам, забезпечення доступу до освіти дітей-мігрантів та сприяння розвитку стартапів з метою організації самозайнятості прибулого населення як елементу їх соціально-економічної інтеграції в ЄС.

Загалом загальноєвропейська стратегія зростання побудована з урахуванням соціальної складової, а саме боротьби з бідністю та соціальною ізоляцією. Головними цілями цієї стратегії є забезпечення економічної, соціальної та територіальної єдності; гарантування поваги до основних прав людей, що зазнають бідності та соціальної ізоляції, а також надання їм можливості гідно жити та брати активну участь у житті суспільстві; мобілізація інтеграції обездолених в громади, де вони живуть, їх навчання, допомога їм в пошуку роботи; забезпечення доступу до соціальних пільг.

Висновки з проведеного дослідження. Результати моніторингу 2017 року свідчать про швидкі темпи економічного зростання країн ЄС. Пов'язані з цим інвестиції забезпечують конкретні зрушення в досягненні високого загального рівня добробуту населення та підвищенні конкретних

показників якості життя людей в ЄС, зокрема в таких сферах, як соціально-економічний розвиток, зайнятість, охорона здоров'я, охорона навколишнього середовища, а також здатність реагувати на нагальні виклики, такі як міграційна криза. Хоча існують певні диспропорції розвитку в окремих країнах-членах ЄС, пов'язані перш за все з існуванням національних характерних викликів та загроз, реалізація загальної стратегії соціально-економічного розвитку демонструє цілком позитивні результати, підтверджені як зростанням економічних показників, так і вирішенням соціальних проблем на шляху досягнення загального суспільного добробуту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Семигіна Т. Соціальна політика у глобальному вимірі. Київ: Пульсари, 2003.
2. Скуратівський В., Палій О. Основи соціальної політики. Київ, 2002.
3. Morel N., Palier B., Palme J. Towards a Social Investment Welfare State: Ideas, Policies and Challenges. The Policy Press. 2012. 317 p.

4. Treaty of Lisbon amending the Treaty of European Union and the Treaty establishing the European Community. Official Journal of the European Union. Series C. 2007. Vol. 50. № 306.

5. World Economic Situation and Prospects 2017 (United Nations publication, Sales No. E. 17. II. C. 2), p. 15.

REFERENCES:

1. Semyhina T. (2003) Sotsialna polityka u hlobalnomu vymiri [Social policy in global dimension]. – Kyiv: Pulsary (in Ukrainian).
2. Skurativskiy V., Palii O. (2002) Osnovy sotsialnoi polityky [The basics of social policy]. – Kyiv (in Ukrainian).
3. Morel N., Palier B., Palme J. (2012). Towards a Social Investment Welfare State: Ideas, Policies and Challenges. London: The Policy Press.
4. Treaty of Lisbon amending the Treaty of European Union and the Treaty establishing the European Community // Official Journal of the European Union. Series C. – 2007. – Vol. 50. – № 306.
5. World Economic Situation and Prospects 2017 (United Nations publication, Sales No. E. 17. II. C. 2), p. 15.

Pryjatel'chuk O.A.

PhD, Associate Professor, Department of International Business
Institute of International Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

CHALLENGES AND THREATS OF IMPLEMENTING THE GENERAL CONCEPT OF EU SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

At the present stage, the EU countries show positive trends of development, as evidenced by separate macroeconomic indicators and the general state of social welfare.

Currently there is a tendency for further synergy in the directions of socio-economic policy of all EU member states. Unity of directions of its realization in various sectors of economy and countries leads to positive social directions of economic activity.

Such increased attention to social problems is due to the expansion of the existing business entities, and the creation of completely new types of organizations and behavior. Currently, there are the following main trends of this process: individual adoption of socially responsible behavior by citizens and business structures; provision of services taking into account the general interests of all groups of citizens; increased attention to the social consequences of economic and financial activity in various sectors of the economy (including increasing attention to social innovation).

The overall European growth strategy is based on the social component, namely the fight against poverty and social exclusion. The main objectives of this strategy are: the provision of economic, social and territorial unity; guaranteeing respect for the fundamental rights of people experiencing poverty and social exclusion, and giving them the opportunity to live in dignity and take an active part in society; mobilizing the integration of the deprived in the community where they live, their learning and help in finding a job; providing access to social benefits.

However, there are urgent challenges and threats, including the deepening of migration processes, the increase in the number of refugees, the reform of the educational system for training and professional development of workers, existing discrimination, developmental disparities, etc., which are considered as a prerequisite for the effective implementation of a common European strategy for socio-economic development. The selection of methods and instruments of economic socialization, selected in the framework of joint EU development programs, shows, at the moment, positive progress both in the direction of socio-economic development of this region and in overcoming the global negative effects of existing imbalances on the development of the global economy as a whole.

РОЗДІЛ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ЛІЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ANALYSIS OF THE LEASING SERVICES MARKET IN UKRAINE

У статті розглянуто основні тенденції, що визначають розвиток ринку лізингових послуг в Україні. Охарактеризовано основних учасників ринку фінансового лізингу. Проаналізовано основні показники, що характеризують надання послуг фінансового лізингу в Україні. Виявлено основні проблеми, що стримують розвиток та ефективне використання лізингу для фінансування потреб українського бізнесу. Виділено основні напрями та перспективи подальшого розвитку лізингових відносин в Україні.
Ключові слова: лізинг, фінансовий лізинг, лізинговий ринок, лізингові угоди, лізингові компанії, лізингодавці.

В статье рассмотрены основные тенденции, определяющие развитие рынка лизинговых услуг в Украине. Охарактеризованы основные участники рынка финансового лизинга. Проанализированы основные показатели, характеризующие предоставление услуг финансового лизинга в Украине. Выявлены основные проблемы, сдерживающие

развитие и эффективное использование лизинга для финансирования потребностей украинского бизнеса. Выделены основные направления и перспективы дальнейшего развития лизинговых отношений в Украине.
Ключевые слова: лизинг, финансовый лизинг, лизинговый рынок, лизинговые сделки, лизинговые компании, лизингодатели.

The article considers the main trends, which determine the development of the leasing market in Ukraine. The main participants of the financial leasing market are described. Main indicators, which characterize the provision of financial leasing services in Ukraine, have been analyzed. Revealed basic problems, which hamper the development and effective use of leasing to finance the needs of Ukrainian business. Highlighted main directions and prospects of leasing relations in Ukraine further development.

Key words: leasing, financial leasing, leasing market, leasing agreements, leasing companies, lessors.

УДК 336.774(477)

Борисюк І.О.

к. е. н., доцент кафедри економіки
Національний авіаційний університет
Цибульська А.С.
студентка
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. Нині лізинг є одним із найбільш перспективних і дієвих інструментів фінансування капіталовкладень підприємств, який здатний ефективно розвивати виробництво та активізувати інвестиційний процес в країні. Він сприяє оновленню застарілої матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання, отриманню ними доступу до найновішої техніки та сучасних технологій за порівняно невисоку ціну, розвитку малих та середніх підприємств. Тому розвиток цієї фінансової послуги на фінансовому ринку України є необхідним та актуальним.

У розвинених країнах через лізинг здійснюється майже третина інвестицій в основні засоби, тоді як в Україні цей показник останніми роками не перевищує 4%. В країнах ЄС для представників малого та середнього бізнесу лізинг є другим за поширеністю джерелом фінансування після кредитних ліній. В Європі 24% лізингодержувачів є ФОП або підприємцями-початківцями у власному мікробізнесі. Незважаючи на велике поширення лізингу у розвинутих країнах, в економічному середовищі України такий вид взаємовідносин ще дуже мало поширений через його порівняну новизну, незначний досвід і недосконалість законодавчої бази.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

На сучасному етапі розвитку фінансових інструментів в Україні лізинг привертає увагу багатьох іноземних та вітчизняних учених, про що свідчить велика кількість публікацій з теми лізингу. Питання

організації лізингових відносин та розвитку лізингових послуг в Україні досліджувалися в працях Л. Бенювської, Г. Грідіної, О. Грищенко, О. Кузьміна, Н. Лісовської, С. Лукаш, Б. Луціва, В. Міщенко, Г. Холодного, В. Черненко та інших науковців. Однак автори спираються на застарілі статистичні дані, що ускладнює уявлення про сучасний стан речей на ринку лізингу, оскільки він постійно перебуває в динаміці.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз динаміки, виявлення тенденцій, проблем та напрямів подальшого розвитку ринку лізингових послуг в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Лізинг – це підприємницька діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингодержувачу майна. Таке майно є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингодержувачем у відповідного продавця майна за умови сплати лізингодержувачем періодичних лізингових платежів [1].

Залежно від особливостей здійснення лізингових операцій лізинг може бути двох видів, а саме фінансовим та оперативним. За формою здійснення лізинг може бути зворотним, пайовим, міжнародним тощо. Об'єктом лізингу може бути нерухоме і рухоме майно, призначене для використання як основні фонди, яке не заборонене

законом до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в лізинг.

Ринок фінансового лізингу складається з таких двох основних учасників:

1) фінансові компанії, які, крім фінансового лізингу, надають інші фінансові послуги (кредитування, гарантії та поруки тощо), однак ця група компаній, яких налічується близько 400, фактично не здійснює фінансовий лізинг;

2) лізингодавці – юридичні особи, які є в Реєстрі Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (далі – Нацкомфінпослуг); вони не є фінансовими установами, але саме на них припадає основна частка фінансового лізингу; на кінець 2017 року було зареєстровано близько 200 таких установ [2].

Станом на 30 вересня 2017 року до Переліку юридичних осіб, які мають право надавати фінансові послуги та перебувають на обліку в Нацкомфінпослуг, внесено інформацію про 193 юридичних осіб-лізингодавців, а до Державного реєстру фінансових установ внесено інформацію про 408 фінансових компаній, що надають послуги фінансового лізингу (рис. 1).

З метою сприяння розвитку відкритого та рівнодоступного ринку оперативного і фінансового лізингу в Україні шляхом координації діяльності підприємств, що об'єдналися для захисту спільних інтересів, у 2005 році було створено Асоціацію «Українське об'єднання лізингодавців» як добровільне об'єднання професійних учасників ринку лізингу [3].

Рейтинг лізингових компаній за розміром лізингового портфеля, який розробила Асоціація «Українське об'єднання лізингодавців», показано в табл. 1.

В першій трійці перебувають компанії з іноземним капіталом. Так, засновником ПП «ВТБ Лізинг Україна» є «Лафлукс трейдінг» (Кіпр); ТОВ «Райффайзен Лізинг Аваль» – дочірня компанія «Райффайзен Банк Аваль» та «Райффайзен Лізинг Інтер-

Таблиця 1

Рейтинг лізингових компаній за результатом 1 півріччя 2016 року [4]

№	Назва лізингової компанії	Лізинговий портфель, млн. грн.
1	ВТБ Лізинг Україна	3 838,350
2	Райффайзен Лізинг Аваль	2 013,245
3	УніКредит Лізинг	1 571,323
4	ІНГ Лізинг Україна	1 449,600
5	ОТП Лізинг	842,325
6	Порше Лізинг Україна	471,830
7	Хюпо Альпе-Адрія-Лізинг	468,151
8	ALD Automotive/ Перша лізингова компанія	384,000
9	Євро Лізинг	366,822
10	VAB Лізинг	314,700
11	Сканія Кредит Україна	241,000
12	Ілта	204,883
13	AVIS Україна	203,000
14	СГ Еквіпмент Лізинг Україна	153,000
15	Кредит Європа Лізинг	84,556
16	Адванс-Лізинг	57,600
17	Укіо Банк Лізинг	53,000
18	Автоприват	52,100
19	Оптіма-лізинг	20,770
20	ВФС Україна	16,500
	Разом	12 806,755

нешнл» (Австрія); «УніКредит Лізинг» є частиною міжнародної фінансової групи «UniCredit» (Італія).

Дослідження розвитку ринку лізингу та його сучасного стану в Україні проведено на основі статистичної інформації Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг та Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців» [2; 3].

Сьогодні вітчизняний ринок надання лізингових послуг активно розвивається та демонструє зростання. Бурхливе зростання економіки, створення нової та розбудова наявної інфраструктури, а також популяризація лізингу як зручного інструмента для фінансування техніки та обладнання потужними фінансовими структурами з іноземним капіталом і досвідом сприяли росту лізингового ринку у 2007–2013 роках. Економічна криза 2008–2009 років дещо сповільнила темпи, більшість суб'єктів господарю-

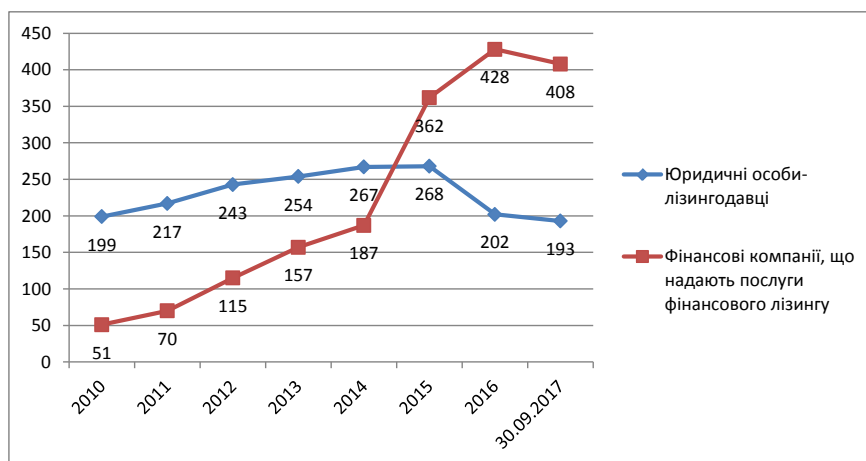


Рис. 1. Кількість юридичних осіб-лізингодавців та фінансових компаній, що надають послуги фінансового лізингу в Україні в 2010–2017 роках [2]

вання почала економити на оновленні основних засобів, виросли проценті, валютні, кредитні ризики, більшість клієнтів стала неплатоспроможною, невеликі лізингові компанії почали виходити з ринку та зачиняти свої філії. Однак вже у 2010–2011 роках приріст об'ємів лізингового портфеля провідних компаній перевищив найоптимістичніші прогнози. Така тенденція утримувалася протягом 2012–2013 років, але вже з 2014 року ситуація різко змінилася негативним трендом, оскільки погіршилися ситуації в економічній та фінансовій сферах у зв'язку з військово-політичними подіями на сході України, що зумовили зростання ризиків та вартості фінансових ресурсів, ускладнення доступу лізингодавців до ринків капіталів, падіння кредитоспроможності потенційних лізингоотримувачів тощо. І лише з 2016 року знову спостерігається зростання обсягів лізингових операцій [5; 6].

На відміну від банківського кредиту, що став менш доступним як для юридичних, так і для фізичних осіб, лізинг сьогодні виступає єдиним ресурсом довгострокового фінансування в країні. І якщо у 2007–2012 роках вважалося, що лізинговий продукт значно дорожчий від банківського, то з 2015 року відсоткові ставки лізингових компаній знизилися. Суттєво змінилися підходи, програми, продукти та умови для отримання позитивного рішення за лізинговою угодою, зокрема збільшився відсоток власного внеску (авансового платежу), скоротився строк лізингової угоди, зменшився ліміт на загальну суму фінансування, критерії оцінки ризиків стали ще більш жорсткими, що, з одного боку, привело до суттєвого скорочення лізингового ринку, а з іншого боку, підвищило якість портфеля та його обслуговування.

Інформація щодо вартості договорів фінансового лізингу та їх кількості, укладених юридичними особами та фінансовими компаніями протягом 2010–2017 років, представлена в табл. 2.

Найбільша кількість договорів фінансового лізингу припадала на 2013 рік і складала 11 083 договори, укладені фінансовими компаніями та юридичними особами на суму 31 553,1 млн. грн.

Протягом 2016 року фінансовими компаніями та юридичними особами, які не мають статусу фінансових установ, але можуть, згідно із законодавством, надавати фінансові послуги, укладено 9 160 договорів фінансового лізингу, що на 120% більше, ніж у 2015 році, а вартість договорів фінансового лізингу збільшилась на 56,9% і становила 9 822,3 млн. грн.

Кількість діючих договорів фінансового лізингу в 2016 році становила 17 тис. Цей показник виявився нижчим на 24% порівняно з показником 2015 року та на 30% нижчим порівняно з показником 2014 року. Вартість діючих договорів фінансового лізингу торік становила 22,8 млрд. грн., що на 13% менше, ніж у 2015 році, та втричі менше, ніж у 2014 році [7].

Для розуміння поточної ситуації на ринку фінансових послуг України необхідно дослідити структуру укладених договорів фінансового лізингу у розрізі галузей, що представлена на рис. 2.

На відміну від європейських країн, де найбільш популярною для лізингу є нерухомість, в Україні найбільшими споживачами лізингових послуг є транспортна галузь, сільське господарство, добувна промисловість, сфера послуг, будівництво. Цьому сприяє досить потужний попит на легковий та комерційний транспорт, зростання привабливості аграрного бізнесу для фінансових структур завдяки збільшенню його прибутковості, а також висока ліквідність предмета лізингу. У разі несплати платежів за договором його можна легко вилучити та реалізувати на вторинному ринку.

Розподіл вартості договорів фінансового лізингу за терміном їх дії зображено на рис. 3.

Станом на 31 грудня 2016 року спостерігається тенденція зменшення частки довгострокових дого-

Таблиця 2

Інформація щодо вартості договорів фінансового лізингу та їх кількості, укладених юридичними особами та фінансовими компаніями [2]

Період	Вартість договорів фінансового лізингу, укладених за період, (млн. грн.)		Кількість договорів фінансового лізингу (од.), укладених за період	
	юридичними особами	фінансовими компаніями	юридичними особами	фінансовими компаніями
2010 рік	4 965	7,6	5 090	14
2011 рік	11 327,7	9,7	10 906	14
2012 рік	14 708,8	1,7	10 826	6
2013 рік	31 536,6	16,5	11 051	32
2014 рік	7 181,0	257,4	8 940	26
2015 рік	6 241,4	20,2	4 098	21
2016 рік	9 755,0	67,3	9 122	38
9 місяців 2017 року	9 209,3	121,4	5 707	36

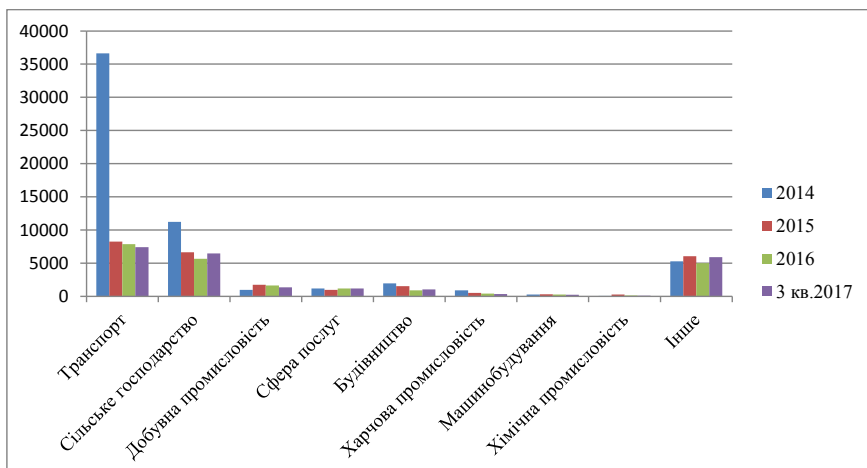


Рис. 2. Розподіл вартості договорів фінансового лізингу за галузями, млн. грн. [2]

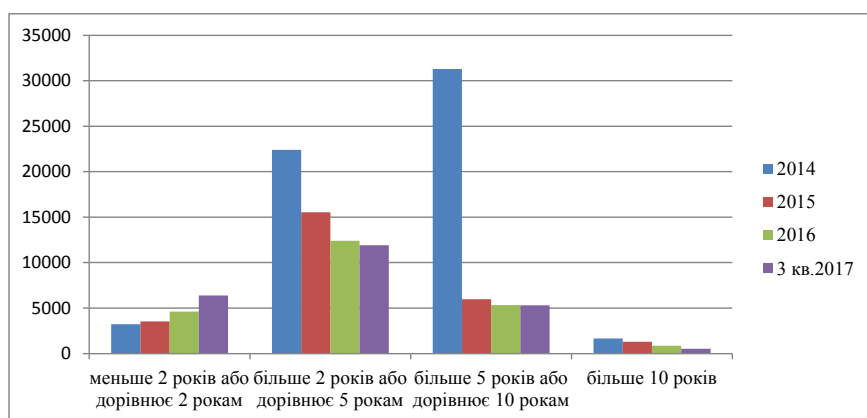


Рис. 3. Розподіл вартості договорів фінансового лізингу за терміном їх дії, млн. грн. [2]

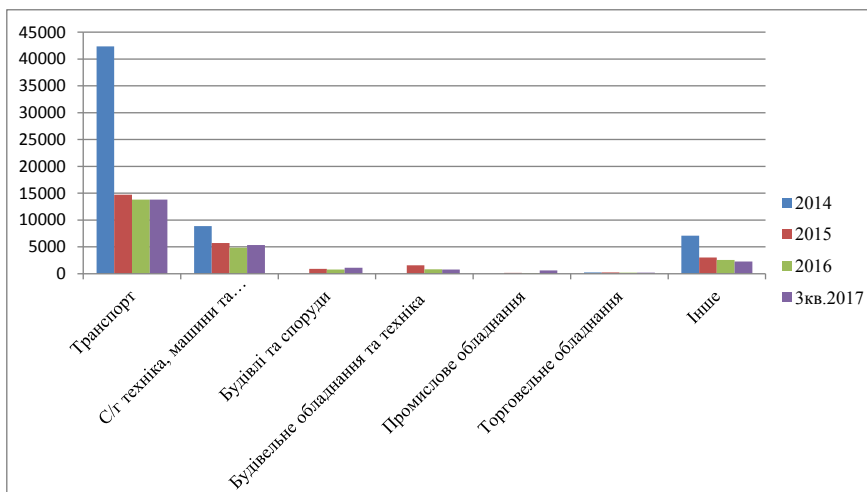


Рис. 4. Розподіл вартості договорів фінансового лізингу на кінець періоду за обладнанням, млн. грн. [2]

ворів лізингу. Вартість договорів, термін дії яких більше 5 або дорівнює 10 рокам порівняно з аналогічною датою минулого року, зменшилась на 11% (655,3 млн. грн.), договорів з терміном дії більше 10 років зменшилась на 33,8% (437,5 млн. грн.). Вартість договорів фінансового лізингу строком до

всіх проданих авто, або кожен дванадцятий автомобіль. Для порівняння, банки профінансували купівлю 12–13% авто. Аграрний сектор сумарно отримав 640 предметів лізингу на 2 млрд. грн.

За результатами 2017 року обсяг угод українських лізингових компаній збільшився майже вдвічі. Лізинго-

2 років показала ріст на 30,5% (1 075,8 млн. грн.), строком від 2 до 5 років зменшилась на 20,3% (3 153,1 млн. грн.).

Вартість договорів фінансового лізингу на кінець періоду за обладнанням представлена на рис. 4.

Основні об'єкти фінансового лізингу за чинними договорами станом на 31 грудня 2016 року такі: транспортні засоби – 13 828,2 млн. грн., або 59,7% від загальної суми договорів; техніка, машини та устаткування для сільського господарства – 4 845,2 млн. грн. (20,9%); будівельне обладнання та техніка – 821,0 млн. грн., або 3,5% від загальної суми договорів.

Джерела фінансування лізингових операцій за 2014–2017 роки, що здійснені юридичними особами, а саме лізингодавцями та фінансовими компаніями, наведено на рис. 5.

За 2016 рік загальний обсяг джерел фінансування юридичних осіб, а саме лізингодавців та фінансових компаній, становить 7 578,0 млн. грн., що на 2 635 млн. грн., або на 53,3%, менше порівняно з відповідним періодом 2015 року. У структурі джерел фінансування лізингових операцій юридичних осіб лізингодавців найбільшу частку займає власний капітал 48,9% (3 690,2 млн. грн.).

Отже, за результатами 2016 року ринок лізингу України, згідно з версією Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців», склав 0,2% від ВВП країни і близько 6% від усіх капітальних інвестицій. Структура лізингового ринку така: 70% – автомобілі, 27–28% – сільськогосподарська і спеціальна техніка. 5 800 автомобілів – максимальне проникнення в авторинок за всю історію лізингу в Україні. Це 8,3%

вий ринок не тільки повністю відновився, але й набирає значних обертів. Портфель лізингових компаній зараз зростає швидше, ніж ВВП країни. Цей сегмент розвивається темпами, набагато більшими, ніж банківське кредитування. Так, за 9 місяців 2017 року компаніями-учасниками Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців» надано в лізинг техніки та обладнання більше, ніж за весь 2016 рік. Вартість чинних договорів фінансового лізингу станом на 30 вересня 2017 року становить 24 139,4 млн. грн. Вартість об'єктів лізингу, що є предметом договорів, становить 7 509,8 млн. грн.

За три квартали 2017 року обсяг нового бізнесу лізингових компаній склав 6,89 млрд. грн. (сукупна вартість предметів лізингу), що на 103% перевищує аналогічні показники 2016 року. Це значно збільшило кількість замовлень на лізинг техніки різного призначення у вітчизняних компаній. Так, станом на 30 вересня 2017 року загальний обсяг портфеля лізингових компаній-членів Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців» склав 10,614 млрд. грн., що на 474 млн. грн., або 5%, більше, ніж за такий період минулого року. Лідерами за приростом лізингового портфеля стали такі компанії, як «Ленд Ліз» (торгова марка «Альфа-лізинг») (+62% по відношенню до загального обсягу лізингового портфеля станом на кінець 2016 року); «Теком-Лізинг» (+38%); «ОТП-Лізинг» (+28%) [5].

Збільшення обсягів фінансування предметів лізингу відбувається як за рахунок активізації роботи з клієнтами, які раніше мали досвід роботи з лізинговими компаніями, так і за рахунок налагодження співпраці з представниками малого і середнього бізнесу, реалізації різних роз'яснювальних програм, підвищення обізнаності щодо тих можливостей і переваг, які надає фінансовий лізинг. Малий та середній бізнес починає більше розуміти переваги різних небанківських способів фінансування, тоді як банківський ринок залишається «зарегульованим», дуже часто банківські кредити є недоступними для малого та середнього бізнесу.

Лізингові компанії нарощують обсяги фінансування на фоні негативної динаміки банківського кредитування: за 9 місяців 2017 року обсяг банківських кредитів, наданих суб'єктам господарювання, зменшився на 14,540 млрд. грн. (-1,7%) до 832,552 млрд. грн.; а обсяг кредитів, виданих фізичним особам, зріс на 1,050 млрд. грн. (+0,7%) до 158,435 млрд. грн. Небанківські компанії набагато швидше приймають рішення, ніж банки, вони є більш клієнторієнтованими та мають можливість пропонувати фінансування за більш низькими ставками.

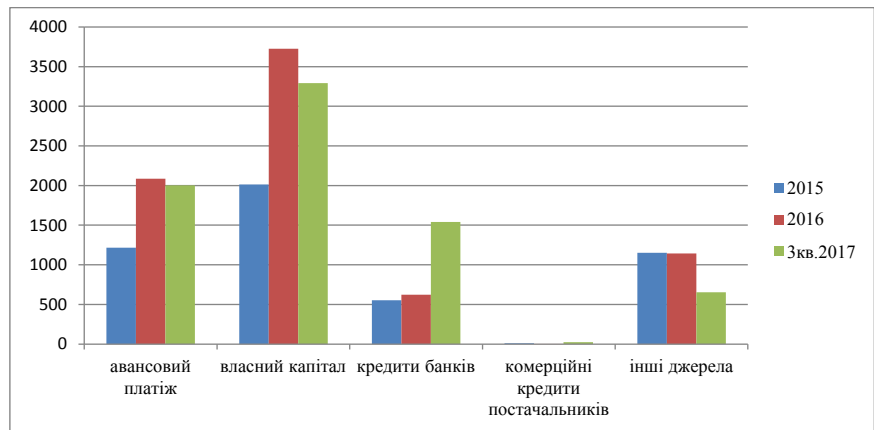


Рис. 5. Структура джерел фінансування лізингових операцій, млн. грн. [2]

Покращенню ситуації на ринку лізингових послуг деякою мірою сприяє і розширення джерел фондування лізингових компаній. Так, зокрема, в третьому кварталі 2017 року Європейським банком реструктуризації та розвитку вперше за його історію було надано кредит в розмірі 550 млн. грн. одній із учасниць асоціації для фінансування потреб малого та середнього бізнесу в Україні.

Зростання інтересу до лізингу обумовлене, зокрема, підвищенням обізнаності потенційних клієнтів щодо можливостей та переваг фінансового лізингу, чому сприяє розпочата в 2017 році активна довгострокова співпраця асоціації з проектом USAID «Трансформація фінансового сектору» в частині розвитку умов доступності малого та середнього бізнесу до фінансування, зокрема за рахунок фінансового лізингу. Крім популяризації лізингу, це сприяє покращенню умов у веденні бізнесу та питанню вдосконалення нормативної бази компаній [5].

З метою покращення якості надання послуг з фінансового лізингу та оздоровлення галузі були зроблені певні кроки. Так, у грудні 2016 року набула чинності Постанова КМУ про ліцензійні умови [8]. Першим під ліцензування потрапив фінансовий лізинг. Нині відбувається процес ліцензування тих учасників, які раніше надавали такі послуги, їм було надано термін до 10 червня 2017 року для приведення своєї діяльності у відповідність до цих вимог [7]. В 2017 році Нацкомфінпослуг завершила ліцензування лізингової діяльності. Станом на 1 грудня 2017 року ліцензію на надання послуг з фінансового лізингу отримали 364 компанії (86 лізингодавців, що є юридичними особами (нефінансовими установами) та 278 фінансових компаній).

Таким чином, надзвичайно позитивна динаміка збільшення обсягу лізингових операцій у 2016–2017 роках свідчить про те, що фінансовий лізинг є ефективною альтернативою банківському кредитуванню та єдиним доступним джерелом фінансування потреб українського бізнесу.

Основними тенденціями ринку лізингу в Україні можна назвати:

- зниження кількості лізингових компаній, які активно фінансують угоди;
- зосередження на ефективному адмініструванні наявного портфеля та максимізації повернення раніше інвестованих фінансових ресурсів;
- аграрний сектор як основний клієнт лізингових компаній;
- укладання угод на поодинокі та високоліквідні предмети (сільськогосподарська техніка, легкові автомобілі);
- співпраця виключно зі стабільними компаніями, що не менше 3-х років успішно функціонують на ринку;
- активна реалізація вилучених предметів у повторний лізинг чи продаж.

Однак існує декілька перешкод, які заважають нормальному функціонуванню ринку лізингу України. По-перше, це дискримінаційне оподаткування, зокрема ПДВ під час вилучення предметів лізингу. На відміну від банків, для лізингодавців це питання залишається неврегульованим другий рік. І внаслідок цієї дискримінації додатковий податок на галузь складає 20%. Для вирішення цієї проблеми Асоціація лізингодавців подала на розгляд Кабміну законодавчі ініціативи, які схвалив ЄБРР, а також сподівається на підтримку Уряду в цьому питанні. По-друге, в Україні існує застаріла нормативна база щодо лізингу. Асоціація спільно з профільним парламентським комітетом і регулятором ринку виступила з пропозицією прийняти новий Закон «Про фінансовий лізинг», який би створив поле для приходу нових гравців, підвищення конкуренції в галузі та зниження цін. По-третє, недоліки судової системи, що дають змогу боржнику користуватися автомобілем без оплати; діяльність на ринку шахраїв, які видають себе за професійні лізингові компанії, а також відсутність довгострокового гривневого фондування. По-четверте, відсутність пільг для становлення лізингу та укріплення його позицій на ринку фінансових послуг.

Подальший розвиток небанківських форм фінансування бізнесу в Україні буде залежати від змін в законодавчому регулюванні на ринку небанківського фінансування. Дуже важливим є прийняття нової редакції законопроекту «Про фінансовий лізинг» [9] та внесення змін до інших законодавчих актів, які його регламентують, а також регулюють питання захисту як лізингодавця, так і лізингоотримувача, що дасть змогу створити необхідні умови для залучення додаткових інвестицій в економіку. Жодна з програм Уряду щодо підтримки фінансування малого та середнього бізнесу, агросектору тощо не передбачає стимулювання використання фінансового лізингу саме для оновлення виробничих потужностей підприємств.

Експерти прогнозують подальше зростання ринку лізингових послуг в Україні, зокрема, якщо профільний Закон («Про фінансовий лізинг») приймуть, темпи розвитку ринку в подальших роках ще більше прискоряться. Якщо Уряд запровадить спеціальні програми стимулювання використання лізингу малим та середнім бізнесом, то ринок може взагалі зрости в 3–4 рази. Це може бути податкове стимулювання, різні компенсаційні механізми та програми здешевлення вартості обладнання, яке передається в лізинг.

Основними напрямками покращення ситуації на ринку фінансових послуг є вдосконалення законодавчої бази та її гармонізація з міжнародними нормами; зниження вартості кредитних ресурсів, які б не перевищували 20% річних, для забезпечення ефективності лізингових операцій; зниження вартості нотаріальних послуг з оформлення договору лізингу з метою послаблення фінансового навантаження на учасників лізингової угоди; сприяння розвитку інфраструктури ринку лізингових послуг; розвиток системи гарантій і страхування предметів лізингу; розробка комплексу заходів для збільшення іноземних інвестицій; посилення зацікавленості банків через систему пільг у довгостроковому кредитуванні лізингових угод; створення лізингових центрів, які б спеціалізувалися на наданні лізингових послуг для підтримки діяльності стартапів та малих підприємств; формування бази даних про попит і пропозицію на обладнання, транспорт та устаткування для покращення пропозиції лізингу [10].

Для активізації діяльності лізингових компаній необхідні відповідні макроекономічні умови, що передбачає зменшення середньозваженої ставки НБУ за всіма інструментами, зростання національної економіки, скорочення рівня безробіття, активізацію кредитування комерційними банками. Крім цього, необхідні відповідні інституційні умови, що визначає необхідність проведення глибоких реформ у державній політиці регулювання вітчизняного ринку лізингу, вдосконалення нормативно-законодавчого забезпечення захисту правових та майнових інтересів учасників лізингової діяльності, бухгалтерського та податкового обліку цих операцій, механізмів банківського кредитування лізингодавців [6].

Висновки з проведеного дослідження. Нині ринок лізингу в Україні перебуває на стадії становлення, очевидним є збільшення обсягів лізингових операцій, основна вартість лізингових угод припадає на транспорт і сільське господарство. Основними причинами нерозвиненості лізингових послуг під час фінансування бізнесу є застаріле законодавство, яке регулює небанківський сектор, незначний досвід та недостатній рівень фінансових знань підприємців.

Для розвитку ринку лізингових послуг необхідним є формування сприятливої нормативно-законодавчої бази, створення державних програм сти-

мулювання лізингу, зниження вартості лізингових послуг, підвищення платоспроможності споживачів лізингових послуг, розвиток інфраструктури ринку лізингу, підвищення рівня кваліфікації персоналу та обізнаності з питань лізингу серед громадян та представників малого і середнього бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: www.nfp.gov.ua.
3. Офіційний сайт Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців». URL: <http://www.uul.com.ua>.
4. Рейтинг лізингових компаній за результатами першого півріччя 2016 року. URL: <https://sites.google.com/site/finansidem/novini-ta-podiie/rejtinglizingovihkompanijzarezultatamipersogopivricca2012>.
5. Новини лізингового ринку. URL: <http://www.uul.com.ua/press/leasnews>.
6. Нетудихата К. Аналіз динаміки розвитку лізингу в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 12. С. 210–214.
7. Лізинг в Україні – 2016. URL: <https://finpost.com.ua/news/2401>.
8. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з надання фінансових послуг (крім професійної діяльності на ринку цінних паперів): Постанова Кабінету Міністрів України від 7 грудня 2016 року № 913. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/913-2016-p>.
9. Проект Закону України «Про фінансовий лізинг» від 19 квітня 2017 року № 6395. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH4XN00A.html.
10. Драбовський А. Лізинг як альтернативна форма фінансування та інвестування в сучасних умовах. Збірник наукових праць ВНАУ. 2012. № 3. С. 65–72. URL: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/721.pdf>.

REFERENCES:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003), Commercial Code of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (Accessed 25 January 2017).
2. Natsionalna komisiiia, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuвання u sferi rynkiv finansovykh posluh [National Commission for the regulation of financial services markets]. URL: www.nfp.gov.ua (Accessed 25 January 2017).
3. Asotsiatsiia "Ukrainske obiednannia lizynhodavtsiv" [Ukrainian Association of Lessors]. URL: <http://www.uul.com.ua> (Accessed 25 January 2017).
4. Reitynh lizynhovyykh kompanii za rezultatamy pershoho pivrichchia 2016 [Rating of leasing companies by results of the first half of 2016]. URL: <https://sites.google.com/site/finansidem/novini-ta-podiie/rejtinglizingovihkompanijzarezultatamipersogopivricca2012> (Accessed 25 January 2017).
5. Novyny lizynhovoho rynku [News of the leasing market]. URL: <http://www.uul.com.ua/press/leasnews> (Accessed 25 January 2017).
6. Netudykhata K. (2015) Analiz dynamiky rozvytku lizynhu v Ukraini [Analysis of the leasing development dynamics in Ukraine]. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment, vol. 12, pp. 210–214.
7. FinPost (2017) Lizynh v Ukraini – 2016 [Leasing in Ukraine – 2016]. URL: <https://finpost.com.ua/news/2401> (Accessed 25 January 2017).
8. Cabinet of Ministers of Ukraine (2016), Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of Licensing conditions for the conduct of economic activities for the financial services provision (except for professional activities in the securities market)". URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/913-2016-p> (Accessed 25 January 2017).
9. The Verkhovna Rada of Ukraine (2017), Draft Law of Ukraine "About financial leasing". URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH4XN00A.html (Accessed 25 January 2017).
10. Drabovskiy A. (2012) Lizynh yak alternatyvna forma finansuvannia ta investuvannia v suchasnykh umovakh [Leasing as an alternative form of financing and investment in modern conditions]. Zbirnyk naukovykh prats VNAU, vol. 3, pp. 65–72.

Borysiuk I.O.PhD in Economics,
Associate professor of the Department of Economics
National Aviation University**Tsybulska A.S.**Student
National Aviation University**ANALYSIS OF THE LEASING SERVICES MARKET IN UKRAINE**

For today, leasing is one of the most promising and effective tools for financing enterprises investments, which helps to upgrade the outdated material and technical base of business entities, obtaining access to the latest machines and modern technologies at a relatively low price, the development of small and medium enterprises.

Analyzed main indicators characterizing the provision of financial leasing services in Ukraine: number of legal entities – lessors and financial companies providing financial leasing services in Ukraine; the amount and value of financial lease agreements concluded by legal entities and financial companies; the value of financial leasing contracts by branches, their term of operation, equipment, sources of leasing operations financing.

The main trends that determine the development of the leasing market in Ukraine are: reducing the number of leasing companies that are actively financing deals; focusing on the effective administration of an existing portfolio and maximizing the return of previously invested financial resources; the agrarian sector and the transport industry as the main clients of leasing companies; conclusion of agreements on single and high-liquid items (agricultural machinery, cars); cooperation exclusively with stable companies, which have been successfully operating in the market for at least 3 years.

The main obstacles to development and effective use of leasing to finance the needs of Ukrainian business can be called as discriminatory taxation, including VAT after seizing items of leasing; outdated regulatory framework for leasing; disadvantages of the judicial system, allowing the debtor to use the car without payment; activity on the market of fraudsters, who make themselves professional leasing companies; the absence of privileges for the formation of leasing in the financial services market.

To enhance the activity of leasing companies and improve the situation on the leasing services market in Ukraine, it is necessary to improve the legislative framework and its harmonization with international norms, to create state incentive programs for leasing, reduce the cost of leasing services, increase the solvency of consumers leasing services, develop the infrastructure of the leasing market, improve the level of personnel qualification and awareness of leasing issues among citizens and representatives of small and medium businesses.

ПРОГНОЗУВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ: БАГАТОФАКТОРНА ЕКОНОМЕТРИЧНА МОДЕЛЬ

FORECASTING INFLATION IN UKRAINE: MULTIPLE FACTOR ECONOMETRIC MODEL

УДК 330.43:336.748.12(477)

Мирончук В.М.

к. е. н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки
Тернопільського національного
економічного університету

Чубар Ю.К.

магістр
Вінницький навчально-науковий
інститут економіки
Тернопільського національного
економічного університету

У статті розглянуто можливість прогнозування інфляції в Україні шляхом побудови багатофакторної моделі, що формується на розрахунках кореляційно-регресійного аналізу. Через механізм побудови моделі виявлено рівень впливу факторних величин на індекс інфляції, що дає можливість визначити ефективність впровадження основних інструментів антиінфляційної політики НБУ.

Ключові слова: інфляція, багатофакторна модель, прогнозування, антиінфляційна політика, кореляційно-регресійний аналіз.

В статье рассмотрена возможность прогнозирования инфляции в Украине путем построения многофакторной модели, которая формируется на расчетах корреляционно-регрессионного анализа. Через механизм построения модели выявлен уровень влияния факторных величин на

индекс инфляции, что позволяет определить эффективность внедрения основных инструментов антиинфляционной политики НБУ.

Ключевые слова: инфляция, многофакторная модель, прогнозирование, антиинфляционная политика, корреляционно-регрессионный анализ.

The article considers the possibility of forecasting inflation in Ukraine by constructing a multi-factor model, which is formed on the calculations of correlation-regression analysis. The mechanism of model construction revealed the level of influence of factors on the inflation index, which makes it possible to determine the effectiveness of implementing the basic tools of the NBU anti-inflationary policy.

Key words: inflation, multi-factor model, forecasting, anti-inflation policy, correlation-regression analysis.

Постановка проблеми. Проблема зниження та подолання інфляції посідає важливе місце в економічній науці, оскільки її рівень та соціально-економічні наслідки впливають на оцінку економічної безпеки держави та світового господарства загалом. Нині економіка України перебуває в незадовільному стані через інтенсивний вплив інфляції на основні процеси її функціонування. Наявні інфляційні процеси призводять до стрімкого зростання цін, знецінення національної грошової одиниці, порушення руху грошових потоків, зниження рівня виробництва і зниження життєвого рівня населення. Тому аналіз та прогнозування інфляції є надзвичайно важливими та актуальними завданнями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності інфляції, її впливу на економіку країни, методів подолання та прогнозування присвячено праці вітчизняних вчених, а саме роботи В. Базилевича, З. Ватаманюка, О. Зарицького, Б. Івасіва, Д. Коваленка, С. Мочерного, С. Панчишина, А. Сірка, Ю. Харазішвілі, а також праці зарубіжних науковців, таких як, зокрема, М. Бронфенбреннер, Ф. Гольцман, Дж.М. Кейнс, П. Лайдер, М. Паркін, Д. Ренсон, Дж. Тейлор, М.Фрідмен, Г. Фріш.

Постановка завдання. Численні напрацювання свідчать про високу актуальність зазначеного питання, однак саме питання можливості оцінювання і прогнозування дають змогу розглянути зазначену економічну категорію через призму перманентного існування і необхідності розробки та вдосконалення системи адаптації основних макроекономічних показників до інфляційних процесів. Зазначене актуалізує необхідність вирішення проблем теоретично-методичного характеру щодо оцінювання та прогно-

зування інфляції в Україні, що визначило завдання статті, яке полягає в побудові багатофакторної економічної моделі зазначеного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Інфляція – складна економічна категорія, що виникає під впливом різноманітних факторів як монетарного, так і немонетарного характеру. Саме тому одна з можливостей її прогнозування здійснюється через побудову багатофакторної моделі, що формується на розрахунках кореляційно-регресійного аналізу. Зазначений метод дає змогу визначити наявність кореляційного зв'язку між прогнозованою інфляцією та основними факторами, виділеними експертами, визначити форму зазначеного зв'язку, побудувати відповідне рівняння, а на його основі здійснити прогноз інфляції.

Взаємодія результуючого показника (Y) з факторними ознаками (x_1, x_2, \dots, x_n) традиційно описується рівнянням лінійної багатофакторної регресії, що визначається за формулою:

$$y_t = f(x_1 t, x_2 t, \dots, x_p t) + \varepsilon_t, \quad (1)$$

де $t = 1, 2, \dots, n$ – кількість спостережень;

p – кількість параметрів;

ε_t – збурювальна змінна.

Побудова моделі багатофакторної регресії включає декілька основних етапів:

- 1) вибір рівняння зв'язку;
- 2) вибір факторних ознак;
- 3) визначення числа спостережень.

Важливим етапом побудови рівняння множинної регресії є відбір і подальше включення в нього факторних ознак.

Серед основних факторів доцільно виділити ВВП (x_1); дефіцит державного бюджету (x_2); державний

зовнішній борг країни (x_3); рівень безробіття (x_4); грошовий агрегат МЗ (x_5); доходи населення (x_6); золотовалютні резерви НБУ (x_7); облікову ставку НБУ (x_8); курсові коливання UAH/USD (x_9) (табл. 1).

Для того щоб виміряти силу взаємозв'язку між вибраними факторними ознаками та результативним показником, побудуємо та проаналізуємо матрицю парних коефіцієнтів кореляції (табл. 2).

Відповідно до даних, відображених у табл. 2, можна зробити висновки про те, що найбільш вагомим фактором, що впливає на показник інфляції, є облікова ставка НБУ. Парний коефіцієнт кореляції у цьому випадку складає 0,8544. Відповідно до табличних даних [6] характер зв'язку між факторним (облікова ставка НБУ) та результативним показником (індекс інфляції) визначається як «сильний». «Помірний» зв'язок спостерігається між показниками курсових коливань та індексом інфляції і складає 0,5390. Всі інші фактори мають значення лінійного коефіцієнта кореляції менше 0,5, що свідчить про відсутність впливу на результативний показник. Крім того, слід відзначити високий рівень мультиколінеарності між факторами.

Отже, зазначений факт ще раз доводить правильність основних постулатів економічної теорії, які визначають головним чинником знецінення грошей випуск в обіг грошової маси, що є незабезпеченою виробленими товарами (послугами) або золотовалютними резервами. Адже основним монетарним інструментом, що регулює розмір грошової маси в обігу, є облікова ставка.

З урахуванням вищезазначеного для можливості подальшої побудови багатofакторної регресії доцільним є використання таких даних (табл. 3).

Розраховані показники x_1 та x_2 , що приведені у табл. 3, є вихідними даними для побудови рівняння, що визначає залежність показника інфляції від облікової ставки НБУ та курсових коливань гривні щодо долара США:

$$\hat{y} = 84,16 + 4,43x_1 - 0,016x_2. \quad (2)$$

Регресійну статистику, розраховану за допомогою табличного процесора "MS Excel", доцільно представити у табл. 4.

Відповідно до проведених розрахунків значення коефіцієнта детермінації складає $R^2=0,9309$ і показує, що 93,09% варіації результативного показника пояснюється варіацією факторних ознак x_1 та x_2 . Це означає, що вибрані фактори суттєво впливають на інфляційні процеси, що свідчить про правильність їх включення в рівняння регресії.

За допомогою показників df (число ступенів свободи), S^2 (сума квадратів відхилень), δ^2 (дисперсія), F (розрахункове значення F-критерію Фішера), F_p (значення рівня значущості, що відповідає розрахованому значенню F_p), що відображенні у табл. 5, визначено, що рівень значимості $\alpha_p = 8,63055E-05$, що значно менше 0,05 і підтверджує значимість R^2 .

Таблиця 1

Зведені дані для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторних величин на індекс інфляції (Y)

Рік	Індекс інфляції, % (Y)	ВВП, млн. грн. (x_1)	Дефіцит державного бюджету, млн. грн. (x_2)	Державний зовнішній борг країни, млн. грн. (x_3)	Рівень безробіття, % (x_4)	Грошовий агрегат МЗ, млрд. грн. (x_5)	Доходи населення, млн. грн. (x_6)	Золотовалютні резерви НБУ, млн. дол. США (x_7)	Облікова ставка НБУ, % (x_8)	Курсові коливання UAH/USD, грн. (x_9)
2007	116,6	720 731	9 812	53 488	6,9	396 156	623 289	32 479	8	505
2008	122,3	948 056	12 500,7	86 023	6,9	515 727	845 641	31 543	12	770
2009	112,3	913 345	35 517,2	135 926	9,6	487 298	897 669	26 505	10,25	798
2010	109,1	1 082 569	64 265,5	181 813	8,8	597 872	1 101 015	34 576	7,75	796
2011	104,6	1 316 600	23 557,6	195 806	8,6	685 515	1 251 005	31 794	7,75	798
2012	99,8	1 408 889	53 445,2	208 919	8,1	773 199	1 407 197	24 546	7,5	799
2013	100,5	1 454 931	64 707,6	223 016	7,7	834 364	1 529 406	20 415	6,5	799
2014	124,9	1 566 728	78 052,8	486 027	9,7	961 224	1 516 768	7 533	14	1 576,85
2015	143,3	1 979 458	45 167,5	826 270	9,5	994 060	1 735 858	13 299	22	2 380,74
2016	112,4	2 383 182	70 130,2	980 185	9,7	1 102 700	2 002 383	15 539	16,5	2 689,31

Джерело: складено авторами на підставі даних [1–5]

Таблиця 2

Матриця парних коефіцієнтів кореляції

	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
Y	1									
X ₁	0,2347	1								
X ₂	-0,1048	0,6278	1							
X ₃	0,4705	0,9470	0,5346	1						
X ₄	0,2664	0,6077	0,6216	0,6704	1					
X ₅	0,2290	0,9635	0,7407	0,8841	0,6103	1				
X ₆	0,1188	0,9734	0,7392	0,8693	0,6103	0,9831	1			
X ₇	-0,4393	-0,7478	-0,6611	-0,7551	-0,6118	-0,8497	-0,7681	1		
X ₈	0,8544	0,6689	0,1880	0,8332	0,5452	0,6136	0,5497	-0,6673	1	
X ₉	0,5390	0,9172	0,4878	0,9936	0,6701	0,8498	0,8257	-0,7493	0,8800	1

Джерело: складено авторами самостійно

Таблиця 3

Зведені дані для кореляційно-регресійного аналізу впливу значущих факторних величин на індекс інфляції (Y)

Рік	Індекс інфляції, % (Y)	Облікова ставка НБУ, % (x ₁)	Курсові коливання UAH/USD, грн. (x ₂)
2007	116,6	8	505
2008	122,3	12	770
2009	112,3	10,25	798
2010	109,1	7,75	796
2011	104,6	7,75	798
2012	99,8	7,5	799
2013	100,5	6,5	799
2014	124,9	14	1 576,85
2015	143,3	22	2 380,74
2016	112,4	16,5	2 689,31

Джерело: складено авторами самостійно на підставі даних [1; 3]

Таблиця 4

Регресійна статистика (рівняння $\hat{y} = 84,16 + 4,43x_1 - 0,016x_2$)

Показник	Значення
R	0,9649
R ²	0,9310
b ₀	3,9105
n	10

Джерело: складено авторами самостійно

Таблиця 5

Дисперсійний аналіз

Показники	df	S ²	δ ²	F	F _p
m	2	1 444,2519	722,1259	47,2224	8,63055E-05
n-(m+1)	7	107,0441	15,2920		
m +(n-(m+1))	9	1 551,2960			

Джерело: складено авторами самостійно

Слід також відзначити, що стандартні помилки показників x_1 (0,5502) та x_2 (0,0036) менше своїх стандартних помилок ($b_0 = 3,91$) (табл. 6). Крім того, вибрані коефіцієнти є значущими, адже значення показника t_p менше рівня значущості $\alpha = 0,05$.

Відповідно до проведеного аналізу можна говорити про те, що найбільший вплив на показник індексу інфляції здійснює перший фактор, а саме облікова ставка НБУ, менший вплив – коливання курсу гривні до долара США.

Враховуючи те, що найбільшу питому вагу на рівень інфляції здійснює облікова ставка, проведемо трендовий аналіз зазначеного показника графічним методом (рис. 1).

Як видно з рис. 1, поліноміальна лінія тренда показника у 2019 році має низький рівень апроксимації через значні коливання показника в попередні періоди. Тому вірогідність точності прогнозного значення вказаного показника є низькою.

Аналогічні розрахунки проведемо для показника «Курсові коливання UAH/USD».

Як видно з рис. 2, значення показника «Курсові коливання UAH/USD» має стійкі тенденції до зростання. Крім того, з урахуванням інструментів, які застосовує НБУ під час стримування росту курсу національної грошової одиниці, тенденції фактору x_2 на графіку коригуються відповідно до політики, що проводить регулятор.

Однак перевірка можливості прогнозування рівня інфляції за допомогою багатофакторної кореляційно-регресійної моделі на довільних даних ($x_1 = 14$ та $x_2 = 31$) дала такі результати: $\hat{y} = 145,69$. Тобто рівень інфляції за вибраних довільних даних складе 145,69%, що буде поглиблювати економічну кризу у країні.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, побудована багатофакторна модель дає змогу визначити тісноту зв'язку між прогнозованою інфляцією та основними факторами, які виділені експертами (облікова ставка НБУ та курсові коливання гривні щодо долара США). Трендовий аналіз облікової ставки НБУ і курсових коливань гривні до долара США та подальше використання отриманих даних

Таблиця 6

Розрахункові значення коефіцієнтів регресії

Показники	Значення коефіцієнтів	Стандартна помилка	t-статистика	t_p	Межа довірчих інтервалів (нижня 95%)	Межа довірчих інтервалів (верхня 95%)
Y	84,1620	3,3833	24,8754	0,0000	76,1616	92,1623
x_1	4,4348	0,5502	8,0607	0,0001	3,1339	5,7358
x_2	-0,0163	0,0036	-4,5150	0,0027	-0,0248	-0,0077

Джерело: складено авторами самостійно

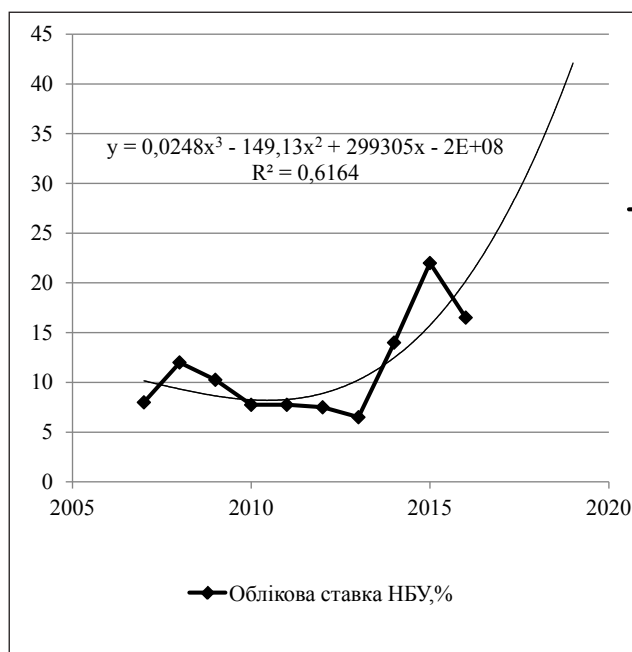


Рис. 1. Поліноміальна лінія тренда показника «Облікова ставка НБУ» за 2007–2019 роки

Джерело: складено авторами самостійно на основі даних [3]

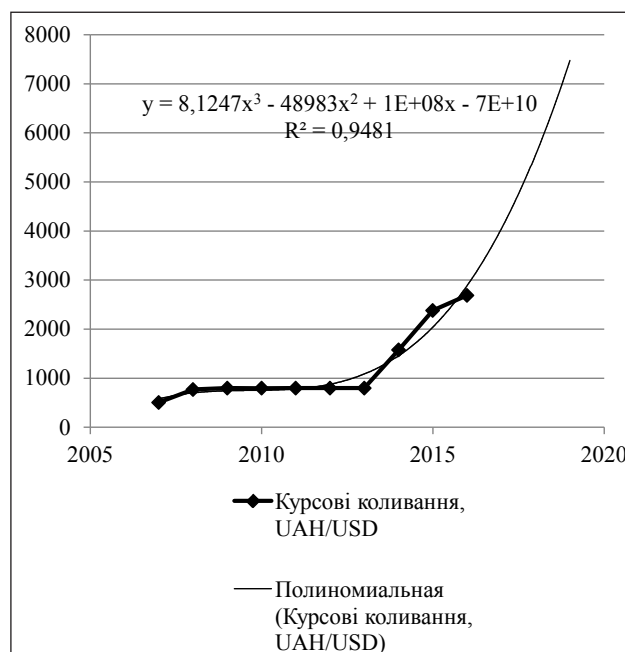


Рис. 2. Поліноміальна лінія тренда показника «Курсові коливання UAH/USD» за 2007–2019 роки

Джерело: складено авторами самостійно на основі даних [3]

у регресійній моделі прогнозування інфляції показали збільшення інфляційного тиску на економіку країни за умов подальшого зростання вибраних факторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Індекси цін та тарифів // Офіційний сайт інформаційної компанії «Мінфін». URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/2007>.
2. Доходи та витрати населення України // Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/arh_dvn_kv_u.htm.
3. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://www.bank.gov.ua/files/stat.pdf>.
4. Офіційний сайт інформаційного порталу «Ціна держави». URL: <http://cost.ua/budget/debt>.
5. Рівень безробіття в Україні // Офіційний сайт інформаційної компанії «Мінфін». URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2017>.
6. Багатофакторна регресія. URL: <http://helpiks.org/1-83803.html>.

REFERENCES:

1. Indeksy cin ta taryfiv [Elektronnyj resurs] // [Oficijnyj sayt informacijnoji kompaniji "Minfin"]. – Rezhym dostupu: <https://index.minfin.com.ua/economy/index/inflation/2007>.
2. Dokhody ta vytraty naselennja Ukrainy [Elektronnyj resurs] // [Oficijnyj sayt Derzhanoji sluzhby statystyky Ukrainy]. – Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/gdn/dvn_ric/dvn_ric_u/arh_dvn_kv_u.htm.
3. Oficijnyj sayt Nacionaljnogho banku Ukrainy. – [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.bank.gov.ua/files/stat.pdf>.
4. Oficijnyj sayt informacijnogho portalu "Cina derzhavy". – [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://cost.ua/budget/debt>.
5. Rivenj bezrobittja v Ukraini [Elektronnyj resurs] // [Oficijnyj sayt informacijnoji kompaniji "Minfin"]. – Rezhym dostupu: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2017>.
6. Baghatofaktorna reghresija. – [Elektronnyj resurs]. – <http://helpiks.org/1-83803.html>.

Myronchuk V.M.Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,Department of Finance, banking and insurance
Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics
Ternopil National Economic University**Chubar Yu.K.**

Master's degree

Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics
Ternopil National Economic University**FORECASTING INFLATION IN UKRAINE: MULTIPLE FACTOR ECONOMETRIC MODEL**

Inflation is a complex economic category that arises under the influence of various factors, both monetary and non-monetary. The possibility of estimating and forecasting this economic category allows us to consider it through the prism of the permanent existence and the need to develop and improve the system of adaptation of the main macroeconomic indicators to inflationary processes.

One of the possibilities of its forecasting is realized through the construction of a multifactorial model, which is formed on the calculations of correlation-regression analysis. This method allows determining the existence of a correlation between the projected inflation and the main, selected expert's factors, determining the form of the specified link, to construct the corresponding equation and on its basis to carry out a forecast of inflation.

When constructing a multi-factor regression model, it is determined that the NBU's discount rate is the most important factor influencing the inflation rate. The pair correlation coefficient in this case is 0.8544. A "moderate" correlation is observed between the rates of exchange rate fluctuations and the inflation index and is 0.5390. All other factors (GDP, deficit of the state budget, state external debt of the country, unemployment rate, monetary aggregate M3, income of the population, gold reserves of the NBU) have a linear correlation coefficient of less than 0.5, which indicates the absence of influence on the effective indicator.

Using the output indicators, an equation is constructed that determines the dependence of the inflation rate on the NBU discount rate and the exchange rate fluctuations of the hryvnia relative to the US dollar:

$$y = 84.16 + 4.43x_1 - 0.016x_2,$$

where x_1 – NBU discount rate;

x_2 – exchange rate fluctuations UAH / USD.

The polynomial trend line of the discount rate indicator, as determined by the graphical method, according to the forecasts in 2019, has a low level of approximation, due to significant fluctuations of the indicator in previous periods. Therefore, the probability of accuracy of the forecast indication of this indicator is low.

A similar analysis of the value of the indicator "Exchange fluctuations UAH / USD" revealed steady growth trends. In addition, taking into account the instruments used by the NBU to curb the growth of the national currency, the trends in the change in the values of the factor x_2 are adjusted in accordance with the policy pursued by the regulator.

However, the verification of the possibility of forecasting the inflation rate using the multi-factor correlation-regression model on arbitrary data ($x_1 = 14$ and $x_2 = 31$) yielded the following results: $y = 145.69$. That is, the inflation rate for selected random data will amount to 145.69%, which will deepen the economic crisis in the country.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

FINANCIAL STABILITY OF THE UKRAINIAN MACHINE-BUILDING ENTERPRISES AT THE CURRENT STAGE OF ECONOMIC DEVELOPMENT

У статті узагальнено підходи до визначення сутності фінансової стійкості. Проведено аналіз фінансової стійкості машинобудівних підприємств України за 2013–2016 рр. Виявлено її падіння, а також розкрито причини. Побудовано багатофакторну модель фінансової стійкості. Встановлено чинники, що на неї впливають.

Ключові слова: фінансова стійкість, машинобудівні підприємства, показники фінансової стійкості, модель фінансової стійкості.

В статье обобщены подходы к определению сущности финансовой устойчивости. Проведен анализ финансовой устойчивости машиностроительных предприятий Украины за 2013–2016 гг. Выявлено ее падение, а также раскрыты причины. Построена многофактор-

ная модель финансовой устойчивости. Установлены факторы, которые на нее влияют.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, машиностроительные предприятия, показатели финансовой устойчивости, модель финансовой устойчивости.

The approaches to defining the essence of financial stability were summarized in the article. The financial stability of engineering enterprises of Ukraine for 2013–2016 years was analyzed. Its fall was revealed and reasons were disclosed. The multifactor model of financial sustainability was built. The factors of the financial sustainability were established.

Key words: financial stability, engineering enterprises, indicators of financial stability, model of financial stability.

УДК 336.662

Нетудихата К.Л.

к. е. н., доцент
Чорноморський національний
університет імені Петра Могили

Постановка проблеми. Сучасні перетворення української економіки пов'язані зі зростанням невизначеності господарського середовища, складним і суперечливим характером трансформаційних процесів, що обумовлює необхідність суттєвої реорганізації систем та механізмів управління фінансами підприємств. Істотно підвищилася значимість фінансової стійкості суб'єктів господарювання як ключового фактору функціонування та розвитку. З урахуванням ролі фінансів машинобудівних підприємств у процесі суспільного відтворення проблема забезпечення їх фінансової стійкості отримала пріоритетний характер, що вимагає проведення її оцінки на постійній основі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням фінансової стійкості підприємства та розбудови системи її забезпечення присвячено наукові праці А.А. Вехоревої, Н.М. Гапака, Л.Т. Гіляровської, С.Я. Єлецьких, С.А. Капштан, О.С. Криштова, П.І. Огороднікова, І.І. Омельченко та інших вчених. Проте фінансова стійкість машинобудівних підприємств постійно змінюється, з'являються нові тенденції, які потрібно постійно вивчати з метою обґрунтування ефективних комплексних заходів її забезпечення на рівні держави та окремого підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає в узагальненні підходів до визначення фінансової стійкості, аналізі її динаміки для машинобудівних підприємств України, виявленні факторів, що на неї впливають. Методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання, методи індукції та дедукції, абстракції, статистичного та економетричного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині в науково-методичній літературі існує зна-

чна кількість визначень фінансової стійкості. С.Я. Єлецьких підкреслює, що фінансова стійкість є головним компонентом загальної (економічної) стійкості суб'єкта господарювання, оскільки є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин, формується в процесі його операційної, інвестиційної та фінансової діяльності [4, с. 191]. І.І. Омельченко визначає фінансову стійкість як здатність підприємства зберігати свою фінансову стабільність за постійної зміни ринкової кон'юнктури [8, с. 65]. На думку Л.Т. Гіляровської та А.А. Вехоревої, це поняття характеризує такий стан суб'єкта господарювання в процесі розподілу та використання наявних ресурсів, який забезпечує його поступальний розвиток з метою зростання прибутку і капіталу за збереження платоспроможності [2, с. 13]. Н.М. Гапак та С.А. Капштан вважали, що фінансова стійкість – це здатність підприємства здійснювати основну та інші види діяльності безперебійно, незважаючи на ризики й зміни в середовищі бізнесу, які можуть відбуватися в процесі його господарської діяльності [1, с. 192]. На думку О.С. Криштова, фінансова стійкість виступає як результат формування достатнього для розвитку господарюючого суб'єкта обсягу прибутку, що є визначальною ознакою його економічної незалежності [6, с. 42]. На думку П.І. Огороднікова та В.Б. Перунова, фінансова стійкість є кількісним результатом взаємодії біологічної та технічної компонент організації в єдиному контурі управління у взаємодії із зовнішнім середовищем [7, с. 236].

На основі аналізу наведених визначень можна виділити три підходи до визначення сутності поняття «фінансова стійкість». Відповідно до першого підходу це поняття розглядається у вузь-

кому сенсі, як один з показників фінансового стану суб'єкта господарювання. Прихильники другого підходу акцентують увагу на важливості показників фінансової стійкості для оцінки перш за все ділової активності та надійності підприємства, які визначають його конкурентоспроможність, виступаючи гарантом ефективної реалізації економічних інтересів, причому як самого підприємства, так і його партнерів. Нарешті, прихильники третього підходу пов'язують фінансову стійкість суб'єкта господарювання з ефективним формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів.

На нашу думку, під фінансовою стійкістю слід розуміти здатність підприємства фінансувати свою діяльність на розширеній основі, протистояти збуренням нестабільного зовнішнього середовища та підтримувати свою платоспроможність за несприятливих обставин.

На фінансову стійкість впливають різні фактори. Існують різноманітні трактування поняття «фактор». У сучасному економічному словнику дається таке тлумачення: «фактор – причина, рушійна сила будь-якого процесу, що визначає його характер або окремі його риси» [9, с. 435]. Як правило, фактори фінансової стійкості найчастіше поділяють на зовнішні та внутрішні.

Машинобудування має стратегічний пріоритет серед галузей промисловості України. Це обумовлюється тим, що завдяки технічним інноваціям воно впливає не тільки на розвиток своїх галузей і виробництв, але й на рівень технічного розвитку підприємств, які задіяні в інших видах економічної діяльності. Це пояснюється тим, що від машинобудування залежать інноваційність, прогресивність, ефективність розвитку сфер виробництва і послуг, оскільки немає підприємств і видів діяльності, які не використовують продукцію машинобудування.

Українське машинобудування перебуває на складному шляху розвитку, про що свідчить статистика (рис. 1). Виробництво продукції машинобудування у 2012–2015 рр. постійно зменшувалося.

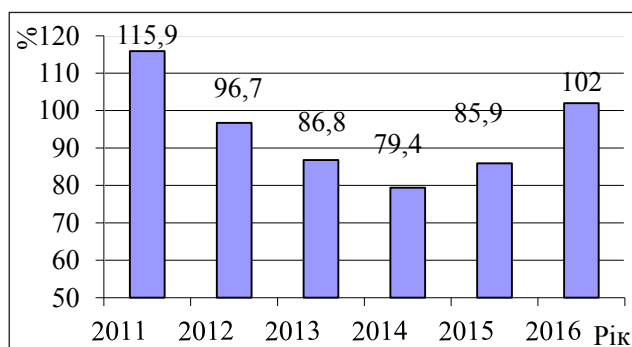


Рис. 1. Індеси продукції машинобудування у 2011–2016 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [5]

У 2012 р. воно скоротилося на 3,3%, у 2013 р. – на 13,6%, у 2014 р. – на 20,6%, а у 2015 р. – ще на 14,1%. Згідно з даними Державного комітету статистики частка продукції машинобудування у загальній структурі реалізації продукції промисловості у 2015 р. порівняно з 2011 р. знизилася на 3,6 п. п., а саме з 10,1% до 6,5%. А частка експорту продукції машинобудування у загальній структурі зовнішньої торгівлі України за цей же період знизилася на 4,9 п. п., а саме з 17,0% до 12,1%.

Падіння обсягів виробництва у 2012–2013 рр. обумовлене дією таких чинників: скорочення внутрішнього попиту на машинобудівну продукцію; зростання собівартості виробництва та вартості довгострокових фінансових ресурсів, так необхідних для розвитку виробництв з тривалим циклом; зниження світової інвестиційної активності, що обумовило падіння зовнішнього попиту на продукцію вітчизняної машинобудівної галузі.

У 2014–2015 рр. відбулося прискорення темпів падіння виробництва машинобудівної промисловості. Основними факторами стали військові дії на Сході України та анексія Криму; негативні тенденції в розвитку економіки України; недосконалість податкової та митної політики; реалізація варіанта «жорсткої» грошово-кредитної політики.

У 2016 р. машинобудування адаптувалося до складних умов та показало зростання виробництва продукції на 2,0% завдяки поживленню внутрішнього інвестиційного попиту. Аналіз підвидів машинобудування свідчить про те, що виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції збільшилося на 24,2%, електричного устаткування – на 0,9%, машин та устаткування, не віднесених до інших угруповань, – на 2,3%. Натомість виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів впало на 1,6%. Драйверами поживлення внутрішнього інвестиційного попиту стали збільшення державних закупівель, зокрема продукції військового призначення, розширення виробничих потужностей у реальному секторі, зростання ділової активності загалом. Проте, на жаль, частка продукції машинобудування у загальній структурі реалізації продукції промисловості у 2016 р. знизилася порівняно з попереднім роком на 0,4 п. п., а саме до 6,1%. Частка експорту його продукції у структурі зовнішньої торгівлі скоротилася на 0,6 п. п., а саме до 11,5%.

Проведемо аналіз структури балансу машинобудівних підприємств та показників їх фінансової стійкості. Горизонт охопту складає 2013–2016 рр. (табл. 1, 2).

Протягом 2013–2016 рр. валюта балансу машинобудівних підприємств зростає на 33 190,4 млн. грн. до 214 766,3 млн. грн., або на 18,27%. Така тенденція відображає як розширення діяльності підприємств, так і розвиток інфляційних

Таблиця 1

Структура балансу машинобудівних підприємств України за період з 2013 по 2016 рр.

Стаття	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.		Відхилення 2016 р. до 2013 р., млн. грн.
	млн. грн.	пит. вага, %	млн. грн.	пит. вага, %	млн. грн.	пит. вага, %	млн. грн.	пит. вага, %	
Необоротні активи	66 797,8	36,79	67 284,6	36,02	64 330,6	32,03	65 821,2	30,65	-976,6
Оборотні активи	114 711,1	63,18	119 370,5	63,90	136 446,2	67,94	148 904,3	69,33	34 193,2
Н. а. та г. в.	67	0,03	149	0,08	56	0,03	40,8	0,02	-26,2
Баланс	181 575,9	100	186 804,1	100	200 832,8	100	214 766,3	100	33 190,4
Власний капітал	65 418,8	36,03	42 025,8	22,50	25 602,2	12,75	27 757,6	12,92	-37 661
Довгострокові зобов'язання	31 233	17,20	37 419,8	20,03	38 287,9	19,06	38 404,0	17,89	7 171
Поточні зобов'язання	84 903,5	46,76	107 353,1	57,47	136 941,2	68,19	148 603,6	69,19	63 700,1
Зобов'язання, пов'язані з н. а. та г. в.	20,6	0,01	5,4	0,00	1,5	0,00	1,1	0,00	-19,5
Баланс	181 575,9	100	186 804,1	100	200 832,8	100	214 766,3	100	33 190,4

Примітка: н. а. та г. в. – необоротні активи та групи вибуття

Джерело: розроблено автором за даними [3]

Таблиця 2

Показники фінансової стійкості підприємств за період з 2013 по 2016 рр.

Показники	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Відхилення 2016 р. (+,-) від:	
					2013 р.	2015 р.
Коефіцієнт фінансової автономії	0,36	0,22	0,13	0,13	-0,23	0
Коефіцієнт фінансового ризику	1,78	3,44	6,84	6,74	4,96	-0,1
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	-0,02	-0,60	-1,51	-1,37	-1,35	0,14
Коефіцієнт фінансового леввериджу	0,48	0,89	1,50	1,38	0,9	-0,12
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,53	0,43	0,32	0,31	-0,22	-0,01

Джерело: розроблено автором за даними [3]

процесів в економіці. Зростанню валюти балансу перш за все сприяла динаміка оборотних активів. Так, їх обсяги збільшилися з 11 471,1 млн. грн. до 148 904,3 млн. грн., або на 29,81%. Відповідно, питома вага оборотних активів у валюті балансу зросла з 63,18% до 69,33%. Натомість вага необоротних активів зменшилася з 36,79% до 30,65%, а їх обсяги скоротилися на 976,6 млн. грн. за рахунок основних засобів.

У структурі пасивів найбільшу частку складають поточні зобов'язання та забезпечення. Їх питома вага у валюті балансу зросла з 46,76% до 69,19%, а обсяги збільшилися на 52 037,7 млн. грн. порівняно з 2013 р. Однак власний капітал зменшився на 37 661 млн. грн., або на 57,56%, що є дуже негативною тенденцією. Це відбулося за рахунок накопичення непокритих збитків. Питома вага власного капіталу у валюті балансу скоротилася з 36,03% до 12,92%. Відповідно, фінансова стійкість підприємств суттєво погіршилася.

З метою компенсації скорочення власного капіталу в стабільних джерелах фінансування діяль-

ності суб'єкти господарювання нарощували довгострокові зобов'язання і забезпечення. Так, останні зросли на 22,96%, досягши 38 404,0 млн. грн. Але повністю компенсувати скорочення власного капіталу довгостроковими зобов'язаннями і забезпеченнями не вдалося.

Необоротні активи та групи вибуття, а також зобов'язання за ними за обсягами є незначними та займають несуттєву частку у валюті балансу підприємств галузі.

Далі розрахуємо та проаналізуємо показники фінансової стійкості машинобудівних підприємств України з використанням коефіцієнтного підходу. Значення коефіцієнта фінансової автономії зменшилося з 0,36 до 0,13. Це свідчить про те, що суб'єкти господарювання стають більш залежними від зовнішніх кредиторів. Слід вказати, що 0,36 не відповідає нормативу 0,5, підприємства були фінансово нестійкими і до кризи. Протягом періоду значення коефіцієнта фінансового ризику зросло з 1,78 до 6,74. Підтверджується висновок щодо зростання залежності підприємств

від зовнішніх інвесторів та кредиторів. Коефіцієнт маневреності власного капіталу має від'ємні значення. Отже, машинобудівні підприємства не мають власного оборотного капіталу. За рахунок власного капіталу фінансуються необоротні активи. Крім того, на фінансування останніх залується позиковий капітал.

Зростання значення коефіцієнта фінансового левериджу з 0,48 до 1,38 характеризує підвищення залежності підприємств від довгострокових зобов'язань. Хоча у 2016 р. ця залежність несуттєво зменшувалась.

Протягом 2013–2016 рр. значення коефіцієнта фінансової стійкості скоротилося на 0,22 і становило 0,31. Тобто частка стабільних джерел фінансування у їх загальному обсязі зменшується, що свідчить про втрачання здатності суб'єктів господарювання підтримувати певний рівень виконання своїх перш за все довгострокових зобов'язань.

Загалом фінансова стійкість машинобудівних підприємств України погіршується, а можливості її поліпшення залишаються під питанням, як і перспективи розвитку галузі. Оскільки російський ринок майже втрачено, нові експортні можливості залишаються досить важкодоступними через наявність певних торговельних обмежень, низьку конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Виникає необхідність пошуку та дослідження внутрішніх факторів підвищення фінансової стійкості підприємств.

На нашу думку, слід звернути увагу на багатофакторний регресійний аналіз, який допомагає знайти явний вигляд залежності показника (показ-

ників) фінансової стійкості від факторів, що впливають на його (їх) зміну, а також кількісно оцінити такий вплив.

Так, приймемо коефіцієнт фінансової стійкості за залежну величину (y). На цей показник можуть впливати різні фактори, такі як коефіцієнт покриття x_1 (характеризує здатність підприємства забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільш легко реалізованої частини активів – оборотних коштів); коефіцієнт оборотності капіталу x_2 (показує інтенсивність використання капіталу, його ділову активність); коефіцієнт мобільності активів x_3 (характеризує загальну структуру активів); рентабельність продукції x_4 (відображає прибутковість господарської діяльності суб'єкта від основної діяльності); коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості x_5 (показує розширення або зниження комерційного кредиту, наданого підприємству); коефіцієнт зносу основних засобів x_6 (відображає технічний стан основних засобів).

Ці показники були розраховані на основі балансів та звітів про фінансові результати шістнадцяти машинобудівних підприємств за 2016 р. (табл. 3).

Перевіримо дані щодо мультиколінеарності, тобто наявності лінійної залежності між пояснювальними змінними (факторами) регресійній моделі. За наявності мультиколінеарності не можна точно визначити значення параметрів. Якщо повна колінеарність приводить до невизначеності значень параметрів, то часткова колінеарність – до нестійкості їх оцінок. Нестійкість виражається в збільшенні статистичної невизначеності (дисперсії оцінок). Це означає, що конкретні

Таблиця 3

Вхідні дані для побудови регресійної моделі фінансової стійкості машинобудівних підприємств

Підприємство	y	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6
ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря»	0,54	1,84	0,85	5,48	1,14	1,57	0,24
ПАТ «Радомишльський машинобудівний завод»	0,92	0,41	0,04	0,03	0,68	0,78	0,45
ПрАТ «Харківський машинобудівний завод «Плінфа»»	0,87	6,23	0,68	4,13	1,54	4,05	0,79
ПАТ «Монастирищенський машинобудівний завод»	0,54	1,28	1,93	1,44	1,21	2,08	0,67
ПАТ «Золотоніський машинобудівний завод ім. І. Лепса»	0,28	0,85	5,32	1,61	1,27	4,12	0,70
ПАТ «Верхньодніпровський машинобудівний завод»	0,92	9,14	0,94	3,37	1,60	9,08	0,75
ПАТ «Полтавський машинобудівний завод»	0,38	0,59	2,28	0,57	1,27	2,61	0,39
ПАТ «Красилівський машинобудівний завод»	0,19	0,74	1,41	1,52	1,13	2,32	0,58
ПАТ «Карлівський машинобудівний завод»	0,40	1,16	2,91	2,33	1,25	10,89	0,51
ПАТ «Машинобудівний завод «Елем»»	0,10	0,23	7,04	0,26	2,32	4,51	0,69
ПАТ «Дніпровський машинобудівний завод»	0,32	1,18	1,40	4,04	1,14	1,58	0,61
ПАТ «Азовський машинобудівний завод»	0,62	1,16	1,66	0,79	1,08	0,21	0,39
ПАТ «Новокраматорський машинобудівний завод»	0,86	4,42	0,62	1,76	1,47	2,92	0,50
ПАТ «Старокраматорський машинобудівний завод»	0,60	1,60	2,51	1,77	1,22	2,93	0,37
ПАТ «Бердичівський машинобудівний завод «Прогрес»»	0,48	1,37	3,48	2,44	1,53	1,43	0,68
ПАТ «Коростенський машинобудівний завод»	0,27	1,00	2,90	2,99	1,02	1,44	0,75

Джерело: розраховано автором за даними [10]

Таблиця 4

Матриця коефіцієнтів кореляції

Змінні	y	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅	x ₆
y	1,000						
x ₁	0,676	1,000					
x ₂	-0,710	-0,415	1,000				
x ₃	0,135	0,449	-0,333	1,000			
x ₄	-0,200	0,282	0,599	-0,036	1,000		
x ₅	0,063	0,459	0,177	0,128	0,383	1,000	
x ₆	-0,109	0,349	0,315	0,085	0,416	0,268	1,000

Таблиця 5

Результати регресійного аналізу

Показники	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	Нижні 95%	Верхні 95%
Y	0,695	0,169	4,101	0,329	1,061
x ₁	0,088	0,021	4,304	0,044	0,133
x ₆	-0,635	0,305	-2,079	-1,295	-0,025

результати оцінки можуть сильно відрізнятися для різних вибірок, незважаючи на те, що вибірки однорідні. Найбільш поширеним способом виявлення мультиколінеарності є побудова матриці статистики, в якій відображені коефіцієнти кореляції. Незалежні показники, між якими коефіцієнт кореляції перевищує 0,8, розглядають щодо наявності мультиколінеарності.

Мультиколінеарність між вибраними факторами для моделі фінансової стійкості відсутня (табл. 4).

За допомогою інструмента «Аналіз даних» програмного продукту «Ексел» можна отримати результати регресійної статистики, дисперсійного аналізу, а також довірчі інтервали, залишки та графіки підбору лінії регресії.

Остаточні результати регресійного аналізу наведено в табл. 5. Отримано двофакторну модель, для якої коефіцієнт кореляції дорівнює 0,84, коефіцієнт детермінації становить 0,70. Фактичне значення F-критерію Фішера становить 9,23. Високі значення t-статистики мають змінні x₁ (4,304) та x₆ (-2,079). Відповідно, вони залишаються в моделі фінансової стійкості машинобудівних підприємств України. Незалежні змінні x₂, x₃, x₄, x₅ не є значимими.

Довірчі інтервали: $0,044 \leq x_1 \leq 0,133$;
 $-1,295 \leq x_6 \leq -0,025$.

Економетричне рівняння має вигляд:
 $y = 0,695 + 0,088x_1 - 0,635x_6$.

Таким чином, результати аналізу економетричної моделі показують, що для машинобудівних підприємств України змінними, які впливають на показник фінансової стійкості, є коефіцієнти покриття та зносу основних засобів. Разом з поліпшенням ліквідності, тобто зі здатністю підпри-

ємств погашати поточну заборгованість за рахунок наявних оборотних активів, зростає фінансова стійкість суб'єктів господарювання. Збільшення коефіцієнта зносу (отже, зростання фізичного та морального зносу основних засобів) приводить до падіння фінансової стійкості. Слід наголосити на тому, що завдяки відповідній фінансовій політиці керівництво підприємств може контролювати залежну змінну фінансової стійкості і впливати на неї, щоб досягти її бажаного рівня.

Висновки з проведеного дослідження. Під фінансовою стійкістю слід розуміти здатність господарюючого суб'єкта фінансувати свою діяльність на розширеній основі, протистояти збуренням нестабільного зовнішнього середовища та підтримувати свою платоспроможність за несприятливих обставин.

У 2012–2015 рр. виробництво продукції машинобудування в Україні постійно зменшувалося, лише у 2016 р. мало місце незначне зростання. Протягом 2013–2016 рр. валюта балансу підприємств зростає, але її структура погіршується. Скорочуються обсяги необоротних активів та власного капіталу. Значення більшості показників фінансової стійкості демонструють падіння. Машинобудівні підприємства України мають від'ємний власний оборотний капітал, значення коефіцієнтів фінансової автономії та фінансового ризику не відповідають встановленим нормативам.

Результати економетричного моделювання свідчать про суттєвий вплив ліквідності та зносу основних засобів на фінансову стійкість. Машинобудівним підприємствам для підвищення власної стійкості необхідно постійно підтримувати ліквідність на належному рівні та оновлювати основні засоби.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гапак Н.М., Капштан С.А. Особливості визначення фінансової стійкості підприємства. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2014. Вип. 1 (42). С. 191–196.
2. Гиляровская Л.Т., Вехорева А.А. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия. Санкт-Петербург, 2003. 253 с.
3. Діяльність суб'єктів господарювання у 2011–2016 рр. // Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Елецких С.Я. Анализ теоретических подходов к трактовке сущности понятия «финансовая устойчивость предприятия». Экономика промышленности. 2009. № 1. С. 188–196.
5. Індекси промислової продукції за видами діяльності у 2011–2016 рр. // Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Криштов О.С. Кластерний аналіз фінансової стійкості підприємств торгівлі. Регіональна економіка та управління. 2016. № 1. С. 41–45.
7. Огородников П.О., Перунов В.Б. Биотехнический подход к анализу и прогнозированию финансовой устойчивости предприятия. Экономика региона. 2011. № 2. С. 235–238.
8. Омельченко И.И. Финансово-экономическая стабильность как составная часть организационно-экономической устойчивости предприятий. Вестник машиностроения. 2017. № 4. С. 64–67.
9. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. Москва: ИНФРА-М, 2007. 495 с.
10. Фінансова звітність машинобудівних підприємств за 2016 р. // Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: www.smida.gov.ua.

REFERENCES:

1. Hapak N.M., Kapshtan S.A. (2014) Osoblyvosti vyznachennia finansovoi stiykosti pidpryemstva [Specifics of determining enterprise' financial stability], Nauk-

ovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya Ekonomika, no. 1(42), pp. 191–196 (in Ukrainian).

2. Gilyarovskaya L.T., Vekhoreva A.A. (2003) Analiz i otsenka finansovoy ustoychivosti kommercheskogo predpriyatiya [Analysis and assessment of financial stability of a commercial enterprise]. SPb (in Russian).

3. State Statistics Service of Ukraine (2017), "Business entities in 2011–2016 years", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).

4. Eletsikh S.Ya. (2009) Analiz teoreticheskikh podhodov k traktovke suschnosti ponyatiya «finansovaya ustoychivost predpriyatiya» [Analysis of theoretical approaches to the interpretation of the concept essence of "financial stability of the enterprise"], Ekonomika promyslovosti, no. 1, pp. 188–196 (in Russian).

5. State Statistics Service of Ukraine (2017), "Industrial production indices by activity in 2011–2016 years", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).

6. Kryshlov O.S. (2016) Klasternyy analiz finansovoy stiykosti pidpryemstv torhivli [Cluster analysis of the financial stability of commercial enterprises], Regional'na ekonomika ta upravlinnya, no. 1, pp. 41–45 (in Ukrainian).

7. Ogorodnikov P.O., Perunov V.B. (2011) Biotechnicheskiy podhod k analizu i prognozirovaniyu finansovoy ustoychivosti predpriyatiya [Biotechnical approach to the analysis and forecasting of enterprise financial stability], Ekonomika regiona, no. 2, pp. 235–238 (in Russian).

8. Omelchenko I.I. (2017) Finansovo-ekonomicheskaya stabilnost kak sostavnaya chast organizatsionno-ekonomicheskoy ustoychivosti predpriyatiy [Financial and economic stability as an integral part of the organizational and economic sustainability of enterprises], Vestnik mashinostroeniya, no. 4, pp. 64–67 (in Russian).

9. Rayzberg B.A., Lozovskiy L.Sh., Starodubtseva E.B. (2007) Sovremennyiy ekonomicheskii slovar [Modern Economic Dictionary]. M.: INFRA-M (in Russian).

10. Agency for Development of Infrastructure of the Stock Market of Ukraine (2017), "Financial statements engineering companies for 2016", available at: www.smida.gov.ua (in Ukrainian).

Netudyhata K.L.Candidate of Economic Science, Associate Professor,
Petro Mohyla Black Sea National University**FINANCIAL STABILITY OF THE UKRAINIAN MACHINE-BUILDING ENTERPRISES
AT THE CURRENT STAGE OF ECONOMIC DEVELOPMENT**

Contemporary transformations in the Ukrainian economy had led to the need for a substantial reorganization of systems and mechanisms of financial management. The importance of ensuring financial stability of enterprises increased significantly, in particular machine-building, as a key factor in their operation and development.

The purpose of the paper is to generalize approaches to the financial stability definition, analysis of its dynamics for machine-building enterprises of Ukraine, identify factors that affect it. The methodological basis of the research is the dialectical method of cognition, methods of induction and deduction, abstraction, statistical and econometric analysis.

Financial stability should be understood as the ability of a business entity to fund its activities on an expanded basis, to withstand the disturbance of an unstable environment and to maintain its solvency in adverse circumstances.

In 2012–2015, the production of machine-building products in Ukraine decreased. Only in 2016 there was a slight increase. During 2013–2016, the balance of the enterprises grew, but its structure was deteriorating. The volumes of non-current assets and equity capital reduced. The values of most indicators of financial sustainability showed a decline. Machine-building enterprises of Ukraine had negative working capital, the values of the coefficients of financial autonomy and financial risk did not meet the established norms. In general, the financial sustainability of machine-building enterprises is deteriorating, and the possibilities for its improvement remain questionable, as well as the prospects for the industry.

The results of econometric modeling indicate a significant effect of liquidity and depreciation of fixed assets on financial stability. Together with the improvement of liquidity, that is, the ability of enterprises to repay current debts at the expense of available current assets, financial stability of economic entities increases. The increase in the coefficient of wear, and hence the growth of physical and moral depreciation of fixed assets, results decline in financial stability. Machine-building enterprises need to maintain liquidity on the appropriate level and update their fixed assets to improve their own stability.

РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК,
АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ ЗА П(С)БО 10

FEATURES OF ACCOUNT OF CALCULATIONS WITH DEBATERS FOR SAS 10

У статті досліджено теоретичні, методологічні та практичні аспекти обліку та аудиту розрахунків з дебіторами на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Розглянуто основи організації та ведення бухгалтерського обліку розрахунків з дебіторами, а також проведення аудиту на підприємстві. Проаналізовано практику ведення обліку розрахунків з покупцями та замовниками. Запропоновано напрями вдосконалення обліку та аудиту розрахунків для підвищення обсягів реалізації продукції та прибутків підприємства. Внесено пропозиції з удосконалення нормативного забезпечення обліку розрахунків з дебіторами.

Ключові слова: бухгалтерський облік, аудит, дебіторська заборгованість, дебітори, розрахунки.

В статье исследованы теоретические, методологические и практические аспекты учета и аудита расчетов с дебиторами на предприятии в современных условиях хозяйствования. Рассмотрены основы организации и ведения бухгалтерского учета расчетов с дебиторами, а также проведения аудита на предприятии. Проанализирована

практика ведения учета расчетов с покупателями и заказчиками. Предложены направления совершенствования учета и аудита расчетов для повышения объемов реализации продукции и прибыли предприятия. Внесены предложения по усовершенствованию нормативного обеспечения учета расчетов с дебиторами.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, аудит, дебиторская задолженность, дебиторы, расчеты.

The article deals with theoretical, methodological and practical aspects of accounting and auditing of settlements with debtors at the enterprise in modern economic conditions. The basis of organization and accounting of settlements with debtors and conducting of audit at the enterprise are considered. The practice of conducting accounting of settlements with buyers and customers is analyzed. Areas of improvement of accounting and auditing of calculations for increase of volumes of sales of products and profits of the enterprise are offered. The proposals on improving the normative accounting of accounts with debtors have been made.

Key words: accounting, audit, receivables, debtors, calculations.

УДК 657.432

Атамас П.Й.

к. е. н., професор,
професор кафедри міжнародних
фінансів, обліку та оподаткування
Університет імені Альфреда Нобеля

Ковальова К.О.

студентка
Університет імені Альфреда Нобеля

Постановка проблеми. Кошти, які тимчасово знаходяться за межами підприємства, працюють на стороні, знецінюються і за прострочення можуть не повернутися в господарство. Тому у бухгалтерському обліку підприємств обліку розрахунків з дебіторами має приділятися багато уваги. Від оперативності та правильності поданої інформації про стан заборгованості залежить своєчасність вжиття заходів щодо її погашення. Саме правильна організація обліку потребує суворого дотримання фінансової дисципліни, вчасної оплати боргів за зобов'язаннями і забезпечення своєчасного одержання коштів за реалізовану продукцію та надані послуги.

Питанням організації обліку та аудиту дебіторської заборгованості на підприємствах не завжди приділяється достатньо уваги, внаслідок чого ускладнюється дотримання основних методичних принципів ведення обліку, спотворюється інформація про фінансовий стан підприємства, стан розрахунків, знижується ефективність прийняття управлінських рішень.

Потреба в удосконаленні обліку та аудиту дебіторської заборгованості підтверджується збільшенням її частки у складі активів підприємств. Рекомендована науковцями питома вага дебітор-

ської заборгованості у вартості оборотних активів становить до 40% [1].

Одним з найбільш проблемних питань бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості є неузгодженість між бухгалтерським та податковим обліком у таких напрямках, як, зокрема, формування резерву сумнівних боргів, облік сумнівної і безнадійної дебіторської заборгованості. Рекомендована форма бухгалтерського обліку цього об'єкта та облікові регістри не дають можливість отримати необхідну інформацію для прийняття зважених управлінських рішень у задовільному вигляді. Що стосується проблемних питань аудиту, то необхідно відзначити необхідність своєчасності його проведення та періодичність звіряння даних, що наведені у балансі, з результатами перевірки аудитора. Дослідження та вирішення проблемних питань дадуть змогу значно удосконалити організацію та методіку обліку та аудиту розрахунків з дебіторами.

Стан розрахунків з дебіторами на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах є досить напруженим, що виявляється у значних сумах заборгованості і тривалих строках її погашення. Це пов'язане із ситуацією зростання неплатежів в економіці та призводить до відволікання фінансо-

вих ресурсів, отже, до втрати прибутків внаслідок неефективного використання грошових коштів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У розробку питань теорії та методології обліку дебіторської заборгованості вагомий внесок зробили такі вітчизняні вчені, як, зокрема, В.С. Авдюшко, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, Н.О. Гура, В.М. Жук, Г.Г. Кірейцев, О.М. Кисельова, М.Я. Дем'яненко, О.М. Петрук, І.І. Сахарцева, Л.К. Сук, С.В. Хом'як, В.О. Шевчук; а також такі зарубіжні дослідники, як А.М. Андросов, І.А. Бланк, Я.В. Соколов, М.Ф. Ван Бреда, М.Р. Метьюс, М.Х.Б. Перера, Ж. Рішар, Е.С. Хендріксен.

На думку В.С. Авдюшка і К.П. Мухіна, з точки зору законодавчого забезпечення та інституціональних проблем можна назвати такі причини збільшення заборгованості:

- суперечності у чинному законодавстві та нормативно-правових актах;
- недостатньо розвинута система гарантійного забезпечення виконання контрактів;
- недостатність юридичного забезпечення та впровадження процедур банкрутства, санації та ліквідації підприємств;
- обмеженість забезпечення та впровадження процедур застави [2].

Досліджуючи теоретичні основи обліку дебіторської заборгованості, Н.І. Матицина стверджує, що дебіторська заборгованість – це розмір неспроможності суб'єкта підприємницької діяльності виконати грошові зобов'язання перед підприємством після настання встановленого договором строку їх оплати [3]. Ми не згодні з цим визначенням, оскільки часто трапляються випадки, що суб'єкт підприємницької діяльності може бути платоспроможним та здатний погасити заборгованість відразу під час купівлі товарів або отримання послуг, проте більш вигідно для нього стати дебітором підприємства-продавця. Що стосується обліку дебіторської заборгованості, то Н.І. Матицина вважає, що побудова бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості повинна забезпечувати в будь-який час повну інформацію про стан та оцінку боргових вимог, що є можливим за суворого дотримання принципів побудови обліку, з чим ми повністю згодні.

Більшість авторів розглядає це питання з різних точок зору та акцентує увагу на різних аспектах організації бухгалтерського обліку і проведення аудиту дебіторської заборгованості, проте саме питання розробки програми аудиту дебіторської заборгованості та вибору оптимальної форми бухгалтерського обліку з метою підвищення ефективності роботи підприємства розкрито недостатньо та потребує подальшого дослідження.

Незважаючи на значну кількість літературних джерел та нормативних документів, що розкривають сутність досліджуваної теми, все ж є низка

питань, що досі залишаються недостатньо вивченими. Це стосується деяких питань організації обліку дебіторської заборгованості, які дали б змогу пришвидшити її погашення, що прямо впливає на величину оборотного капіталу підприємства, а також дає можливість раціонально використовувати кошти, не допускаючи виникнення безнадійних боргів.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення передумов, теоретичне та практичне дослідження організації і методики обліку та аудиту розрахунків з дебіторами на сільськогосподарському підприємстві в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними причинами, що зумовлюють виникнення заборгованості сільськогосподарських підприємств, є відсутність чіткої, всебічно обґрунтованої державної підтримки галузі; порушення диспаритету цін; проведення недосконалої податкової політики; жорсткий кредитний механізм; можливі форс-мажорні погодні явища.

Для обліку, обчислення та визначення дебіторської заборгованості необхідні її групування та класифікація за окремими ознаками. Класифікаційні ознаки мають охоплювати комплексне вивчення дебіторської заборгованості та забезпечувати у потрібному розрізі її групування. Якщо заборгованість неможливо достовірно оцінити, тобто визначити її суму, вона не може бути визнана активом, а також не повинна відобразитися в балансі.

Одночасно з визнанням дебіторської заборгованості відбувається її класифікація за певними критеріями, такими як, зокрема, строк погашення та зв'язок з нормальним операційним циклом; об'єкти, щодо яких виникла дебіторська заборгованість; своєчасність погашення.

Залежно від своєчасності погашення дебіторська заборгованість поділяється на:

- дебіторську заборгованість, строк оплати якої не настав (строкова дебіторська заборгованість);
- дебіторську заборгованість, яка не сплачена в строк (прострочена), зокрема сумнівну дебіторську заборгованість;
- безнадійну дебіторську заборгованість.

Для обліку сум дебіторської заборгованості застосовується декілька видів оцінок:

- оцінка за первісною вартістю, що застосовується для всіх видів довгострокової та поточної дебіторської заборгованості, які не є заборгованістю за продукцію, товари, роботи чи послуги або очікуваними платежами за договорами фінансової оренди;
- оцінка за чистою реалізаційною вартістю, що застосовується для поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи і послуги;
- оцінка за дисконтованою вартістю майбутніх платежів, що застосовується орендодавцями для відображення платежів за договорами фінансової оренди.

Будь-яка заборгованість, як довгострокова, так і поточна, у якийсь момент може бути визнана підприємством сумнівною або безнадійною. Для оцінки суми сумнівних боргів існує спеціальна методика, відповідно до якої підприємство формує резерв сумнівних боргів [4, с. 362].

Безнадійна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи або послуги списується в момент її визнання за рахунок резерву сумнівних боргів, який формується на дату балансу на підставі даних бухгалтерського обліку минулих звітних періодів. Під час створення резерву сумнівних боргів збільшуються інші витрати операційної діяльності, а списання безнадійної заборгованості відбувається не за рахунок зменшення раніше нарахованого доходу, а за рахунок зменшення резерву сумнівних боргів.

Якщо для списання безнадійної заборгованості покупців (замовників) не вистачило резерву сумнівних боргів, різниця списується на витрати періоду. Якщо резерву сумнівних боргів постійно не вистачає для списання безнадійної заборгованості, підприємству необхідно переглянути методику його формування. Резерв сумнівних боргів формується підприємством на дату балансу. Одночасно величина резерву збільшує витрати звітного періоду [5].

Побудова аналітичного обліку має забезпечити отримання даних про заборгованість, строк сплати за якою ще не настав, а також про заборгованість, не сплачену в строк. Аналітичний облік розрахунків із покупцями та замовниками повинен вестися за кожним покупцем та замовником, за кожним пред'явленим до оплати рахунком.

Облік поточної дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги ведуть на синтетичному рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» з відкриттям субрахунків 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями», 362 «Розрахунки з іноземними покупцями», 363 «Розрахунки з учасниками ПФГ», 364 «Розрахунки за гарантійним забезпеченням».

На рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» відображають розрахунки за відвантаженою продукцією, виконані роботи і послуги лише на тих підприємствах, у яких реалізація продукції планується за ступенем її відвантаження, здавання замовникам робіт та надання послуг. Тут обліковують також і заборгованість покупцям за одержану від них часткову оплату продукції, що знаходиться у відвантажених товарах або в платежах, що надійшли в оплату ще не відвантаженої продукції. Водночас для обліку такої заборгованості передбачений окремий субрахунок 681 «Розрахунки за авансами одержаними», який, на жаль, багато підприємств не використовують.

На дебеті рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» відображається продажна вар-

тість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг (зокрема, на виконання бартерних контрактів), яка включає податок на додану вартість, акцизи та інші податки, збори (обов'язкові платежі), що підлягають перерахуванню до бюджетів та позабюджетних фондів, а також включені у вартість реалізації; на кредиті – сума платежів, що надійшли на рахунки підприємства в банківських установах, а також інші види розрахунків. Сальдо рахунку відображає заборгованість покупців та замовників за одержану продукцію (роботи, послуги).

Слід зазначити, що дебіторська заборгованість покупців за реалізовану продукцію виникає одночасно з нарахуванням доходу. При цьому дебіторська заборгованість виникає з урахуванням суми податку на додану вартість.

Для обліку розрахунків за виданими авансами під поставку матеріальних цінностей (виконання робіт, надання послуг), а також з оплати продукції та робіт, прийнятих замовником за частковою готовністю, Планом рахунків бухгалтерського обліку передбачено субрахунок 371 «Розрахунки за авансами виданими» балансового рахунку 37 «Розрахунки з різними дебіторами». Видані постачальникам та підрядникам аванси відображаються за дебетом рахунку 37 і кредитом субрахунку 311 «Поточні рахунки в національній валюті». За кредитом субрахунку 371 «Розрахунки за авансами виданими» і дебетом рахунку 631 «Розрахунки з національними постачальниками» відображаються сума заліку за одержані від постачальників товарно-матеріальні цінності або прийняті від підрядника повністю виконані роботи.

Авансові платежі постачальникам оформлюють платіжними дорученнями, в яких робиться посилання на укладений договір. Підтвердженням проведених платежів є вхідне Платіжне доручення, в якому стоїть помітка «Оплачено», а зарахування взаємних розрахунків оформлюється довідкою бухгалтерії.

За допомогою програми 1С: «Бухгалтерія» за розділом «Розрахунки з контрагентами» на рахунку 37 «Розрахунки з різними дебіторами» ведеться облік розрахунків за поточною дебіторською заборгованістю з різними дебіторами за авансами виданими, нарахованими доходами, за претензіями, за відшкодуванням завданих збитків, за позиками членів кредитних спілок та за іншими операціями. Аналітичний облік здійснюється за кожним дебітором, за видами заборгованості, термінами її виникнення та погашення відповідно до кожного договору.

Для удосконалення обліку дебіторської заборгованості ми пропонуємо вжиття таких заходів:

– внести зміни до чинного Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу і господарських операцій такого змісту: назву субрахунку 363 «Роз-

рахунки з учасниками ПФГ» змінити на «Розрахунки з учасниками об'єднань підприємств», а також дати йому коротку характеристику такої редакції: «за дебетом субрахунку відображається збільшення заборгованості підприємства, яке входить до об'єднання підприємств, а за кредитом – його зменшення в результаті погашення або взаємозаліку»;

– доповнити характеристику субрахунку 374 і викласти її в такій редакції: «субрахунок призначено для ведення обліку розрахунків за претензіями, які пред'явлені постачальникам, підрядникам, а також дебіторам підприємства за визнаними штрафами, пенею, неустойками».

Аудит проводиться разом з фінансовим контролем діяльності економічних суб'єктів, зокрема ревізією, перевітками податкової служби, виконавчими органами, що проводяться згідно із законодавством.

Метою аудиту є підтвердження правильності відображення в обліку та своєчасності розрахунків підприємств з покупцями і постачальниками, замовниками та підрядниками, бюджетом, державними цільовими фондами, іншими дебіторами. Завдання аудиту дебіторської заборгованості полягає у встановленні законності виникнення дебіторської заборгованості підприємства; своєчасності погашення заборгованості; правильності відображення в обліку розрахунків з дебіторами; доцільності заходів, вжитих підприємством щодо ліквідації причин, які спричинили прострочену заборгованість; дотриманні законодавства за розрахунками з підзвітними особами та правильності відображення їх в обліку.

Аудитор, перш ніж починати перевірку, складає план її виконання. Одним із найважливіших моментів виконання плану аудиторських робіт є програма аудиту. Це документ, який містить завдання аудиту для конкретного об'єкта, процедури, необхідні для виконання поставлених завдань. Аудиторська програма допомагає керувати виконавцями аудиту та контролювати їх роботу. До неї включаються також перелік об'єктів аудиту за його напрямками, а також час, що необхідно витратити на кожен напрям аудиту або аудиторської процедури.

Здійснюючи перевірку на підприємстві, аудитор спочатку перевіряє відповідність даних аналітичного і синтетичного обліку станом на звітну дату. Потім проводить класифікацію дебіторської заборгованості підприємства, визначає суму безнадійної заборгованості, коефіцієнт сумнівності для кожного дебітора, розраховує суму резерву сумнівних боргів на кінець звітної періоду, перевіряє правильність оплати за відвантажені матеріальні цінності, а також повноту списання відвантажених цінностей. Достовірність сум дебіторської заборгованості на підприємстві перевіряється шляхом звіряння по кожній статті балансу на дату перевірки з сумами заборгованості, відображеної в облікових регістрах і первинних документах.

Під час перевірки операцій за розрахунками підприємства з дебіторами за товари, роботи, послуги основними джерелами інформації є первинні дані і дані аналітичного та синтетичного обліку розрахунків підприємства з дебіторами за товари, роботи, послуги, дані активу і пасиву Балансу. Вважаємо, що за цією інформацією доцільно скласти розрахунковий баланс, до якого слід включати не тільки дані аналітичного обліку до рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», субрахунків 371 «Розрахунки за виданими авансами», 372 «Розрахунки з підзвітними особами», 377 «Розрахунки з іншими дебіторами», але й дані рахунків 38 «Резерв сумнівних боргів», 944 «Сумнівні та безнадійні борги» тощо.

Аудит розрахунків з покупцями та замовниками дає змогу встановити не тільки правильність, але й своєчасність і повноту розрахунків. Для цього під час перевірки розрахунків із покупцями доцільно перевіряти, чи укладені договори по наданню послуг, чи правильно вираховуються суми, належні підприємству за прийняту покупцем послугу.

З метою удосконалення контролю за розрахунками на підприємстві повинен проводитися внутрішній аудит дебіторської заборгованості, який полягає у виявленні за відповідними документами її залишків і ретельній перевірці обґрунтованості сум, які обліковуються на рахунках. На рахунках обліку розрахунків з дебіторами повинні залишатися виключно узгоджені суми, відображення в обліку неврегульованих сум не допускається. Реальність даних бухгалтерського обліку про стан розрахунків повинен підтверджуватися актами звіряння стану заборгованості.

Для здійснення обліку та аудиту, обчислення і контролю дебіторської заборгованості доцільно знати, з якими контрагентами та за яких умов укладені угоди. На відміну від групування дебіторської заборгованості за економічним змістом, яке визначає, коли і в якому обсязі підприємству мають бути повернені кошти, необхідне групування дебіторської заборгованості за документальним підтвердженням у вигляді рахунків до отримання, які враховують рівень фінансової забезпеченості підприємства-покупця.

Висновки з проведеного дослідження. Облік та аудит розрахунків з дебіторами є одним з ключових завдань у вирішенні проблем, що виникають під час поточного управління підприємствами з позиції оптимального співвідношення між ліквідністю та прибутковістю.

За результатами проведеного дослідження розрахунків з дебіторами запропоновано такі заходи щодо покращення стану дебіторської заборгованості, а також дано такі пропозиції:

- своєчасно здійснювати аудит дебіторської заборгованості;
- знаходити можливості збільшення кількості замовників з метою зменшення масштабу ризику несплати;

– контролювати стан розрахунків за простроченими заборгованостями.

Політика підприємства щодо дебіторської заборгованості повинна бути побудована таким чином, щоб не допустити випадків несплати заборгованості покупцями, з одного боку, а з іншого боку, залучити нових покупців. Залучення нових покупців можливе шляхом впровадження знижок, збільшення строків сплати рахунків тощо.

Основними етапами обліку та аудиту дебіторської заборгованості мають бути такі:

– аналіз дебіторської заборгованості підприємства у попередньому періоді;

– формування принципів кредитної політики по відношенню до покупців продукції;

– визначення можливої суми оборотного капіталу, спрямованого в дебіторську заборгованість за товарним (комерційним) та споживчим кредитами;

– формування системи кредитних умов, формування стандартів оцінки покупців, диференціація умов надання кредиту, формування процедури інкасації дебіторської заборгованості;

– забезпечення використання на підприємстві сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості.

Вжиття запропонованих заходів дасть можливість покращити облік та контроль дебіторської заборгованості на підприємствах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Москалюк Г.О. Система внутрішнього контролю дебіторської та кредиторської заборгованості: напрямки удосконалення і розвитку. Ефективна економіка. URL: economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1899.

2. Авдюшко В.С., Мухін К.П. Заборгованість сільськогосподарських підприємств: причини виникнення та шляхи вирішення проблеми. Економіка, фінанси, право. 2015. № 2. С. 18–19.

3. Матицина Н.І. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю. Бухгалтерський облік і аудит. 2016. № 12. С. 38–42.

4. Сопко В.В. Бухгалтерський облік: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2004. 578 с.

5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене Наказом МФУ від 8 жовтня 1999 р. № 237 (зі змінами і доповненнями). URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Moskaliuk H.O. Systema vnutrishnoho kontroliu debitorskoi ta kredytorskoi zaborhovanosti: napriamky udoskonalennia i rozvytku [Internal control system of accounts receivable and payable: directions of improvement and development]. "Efektyvna ekonomika". URL: economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1899.

2. Avdiushko V.S., Mukhin K.P. (2015) Zaborhovanist silskohospodarskykh pidpriemstv: prychny vynyknennia ta shliakhy vyrishennia problemy [Debt of agricultural enterprises: causes and ways to solve the problem]. Ekonomika, finansy, pravo, no 2, pp. 18–19 (in Ukrainian).

3. Matytsyna N.I. (2016) Osnovni zasady rehulivannia rozrakhunkovykh vidnosyn cherez upravlinnia debitorskoiu zaborhovanistiu [Basic principles of regulation of settlement relations through management of accounts receivable] Bukhhalterskyi oblik i audyt, no 12, pp. 38–42 (in Ukrainian).

4. Sopko V.V. (2004) Bukhhalterskyi oblik [Accounting]. Kyiv: KNEU, pp. 578 (in Ukrainian).

5. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 10 "Debitorska zaborhovanist" [Regulation (standard) of accounting 10 "Accounts Receivable"]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

Atamas P.Y.Candidate of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department
of International Finance Accounting and Taxation
Alfred Nobel University**Kovaleva K.O.**Student
Alfred Nobel University

FEATURES OF ACCOUNT OF CALCULATIONS WITH DEBATERS FOR SAS 10

The state of settlements with debtors at domestic enterprises is quite tense, which is manifested in significant amounts of debt and long periods of its repayment. The issue of accounting and auditing accounts receivable is not always paid enough attention, which complicates compliance with the basic methodological principles of accounting, distorted information on the state of payments and financial state of the enterprise, reducing the effectiveness of the adoption of management decisions. The need to improve the accounting and audit of receivables is confirmed by an increase in its share in the assets of enterprises. Recommended by the scientists, the proportion of receivables in the value of current assets – no more than 40%.

The main reasons for the emergence of accounts receivable by agricultural enterprises are: lack of clear, well-founded state support to the industry; disturbance of prices; carrying out imperfect tax policy; tight credit facility; possible force majeure natural phenomena.

To account for, calculate and determine the receivables, it is necessary to group and classify them according to individual features, which should include a comprehensive study of receivables and ensure that it is grouped in the required section. If the debt cannot be reliably estimated, that is, its amount cannot be recognized as an asset and should not be reflected in the balance sheet.

The criteria and methods for classification of receivables of enterprises, methods for its estimation and calculation of the reserve of doubtful debts are considered in the article, the order of reflection in accounts of settlements with buyers and customers, the audit of the reality of accounts receivable and the state of settlements with debtors are disclosed. The construction of analytical accounting should ensure the receipt of data on arrears, the term of payment of which has not yet occurred, as well as about arrears not paid in due time. An analytical account of settlements with buyers and customers should be conducted separately for each buyer and customer, for each bill submitted for payment.

According to the results of the study, recommendations have been made to improve the method of displaying settlements with the participants of the PFG with the debtors for claims and with the institutions that take on the responsibility for accounting and debt collection in favor of the enterprise. The implementation of the proposed measures will make it possible to improve the accounting and control of receivables at enterprises.

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ОБЛІКОВОГО АПАРАТУ ORGANIZATION OF OPERATING ACCOUNTING

УДК 657

Селіванова Н.М.

к. е. н., доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту
Одеський національний політехнічний університет
Міняйлик В.В.
студентка
Одеський національний політехнічний університет

У статті досліджено форми побудови організаційної структури облікової служби, а саме централізовану та децентралізовану; фактори впливу на організаційну структуру апарату облікової служби, вимоги до структури облікового апарату; види організаційної структури бухгалтерії, такі як функціональний (комбінований), лінійний, лінійно-штабний; проаналізовано переваги та недоліки кожного виду.

Ключові слова: обліковий апарат, організація, суб'єкт господарювання, види організаційної структури.

В статье исследованы формы построения организационной структуры учетной службы, а именно централизованная и децентрализованная; факторы влияния на организационную структуру аппарата учетной службы, требования к структуре учетного аппарата; виды организационной

структуры бухгалтерии, такие как функциональный (комбинированный), линейный, линейно-штабной; проанализированы преимущества и недостатки каждого вида.

Ключевые слова: учетный аппарат, организация, субъект хозяйствования, виды организационной структуры.

In the article the forms of construction of the organizational structure of the accounting service were investigated, namely centralized and decentralized; factors of influence on the organizational structure of the accounting service staff, requirements to the structure of the accounting apparatus; types of organizational structure of accounting: functional (combined), linear, linear-staffing; advantages and disadvantages were analyzed of each kind.

Key words: accounting apparatus, organization, subject of management, types of organizational structure.

Постановка проблеми. У прийнятті управлінських рішень з огляду на сучасні світові тенденції інформатизації суспільства для формування та надання інформації виникає потреба створення окремого підрозділу на підприємстві.

Цим підрозділом може виступати обліковий апарат, оскільки завданням системи бухгалтерського обліку є надання інформації для користувачів. Для організації роботи облікового апарату необхідним є визначення методологічних підходів і практичних розробок щодо організації роботи облікового апарату та встановлення концептуальних засад з огляду на специфіку конкретного суб'єкта господарювання, в основу яких має бути покладена потреба в інформаційному забезпеченні системи управління якісною обліковою інформацією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Під час вибору відповідної форми організації ведення бухгалтерського обліку на підприємстві здійснюється організація роботи облікового апарату. Після опрацювання джерел [2–7] можна стверджувати, що вітчизняними науковцями, такими як Ф. Бутинець, О. Войналович, В. Завгородній, А. Кузьмінський, О. Кундря-Висоцька, В. Лень, В. Сопко, І. Томашевська, досліджуються дві форми побудови та організації структури облікового апарату:

1) централізована, яка обумовлює підпорядкування головному бухгалтеру та зосередження всіх облікових працівників у межах облікової служби;

2) децентралізована, яка передбачає адміністративне підпорядкування керівникам підрозділів та знаходження частини облікових працівників у складі лінійних (функціональних) підрозділів.

В наявних наукових розробках продемонстровані форми організації ведення бухгалтерського обліку. Проте й надалі залишаються невирішеними питання побудови облікової служби конкрет-

ним суб'єктом господарювання та формування критеріїв щодо вибору однієї з рекомендованих форм організації.

Постановка завдання. До основних завдань статті слід віднести:

– характеристику раціональності запровадження кожної з форм організації роботи облікового апарату з огляду на наявну специфіку конкретного суб'єкта господарювання;

– демонстрацію впливу таких специфічних ознак, як обсяги бізнесу та сегментація діяльності, на організацію обліку; так, для середніх та великих підприємств і підприємств зі значним рівнем сегментації діяльності доречним є використання децентралізованої форми побудови структури облікового апарату;

– вивчення наявних організаційних структур управління підприємством, що обумовлює формування облікової інформації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Під час вибору форми організації облікової служби велике значення мають певні особливості галузі суб'єкта господарювання. Наприклад, значний рівень конфіденційності облікової інформації передбачає концентрацію облікових працівників у межах підрозділу, що досягається за умови застосування централізованої форми організації. Водночас суттєвість обсягів обігу та складність виробничого процесу вимагають децентралізації облікових робітників з метою контролювання та здійснення облікового процесу на місцях виконання господарських операцій, які пов'язані з виробничим процесом.

Організаційну структуру облікової служби поділяють на дві форми, а саме децентралізовану та централізовану.

Нижче продемонстровано порівняльну схему-характеристику децентралізованої та централізованої форм організації бухгалтерського обліку (рис. 1).

Під час використання децентралізованої форми облікової апарату концентрується у відокремлених виробничих підрозділах підприємства, де складається звітність цехів, філій, структурних підрозділів, а також складаються окремі баланси, здійснюється аналітичний і синтетичний облік. Головна бухгалтерія в цьому разі виконує контроль за постановкою обліку в окремих частинах підприємства, складає звіти підприємства та зведений баланс, а також здійснює зведення балансів філій.

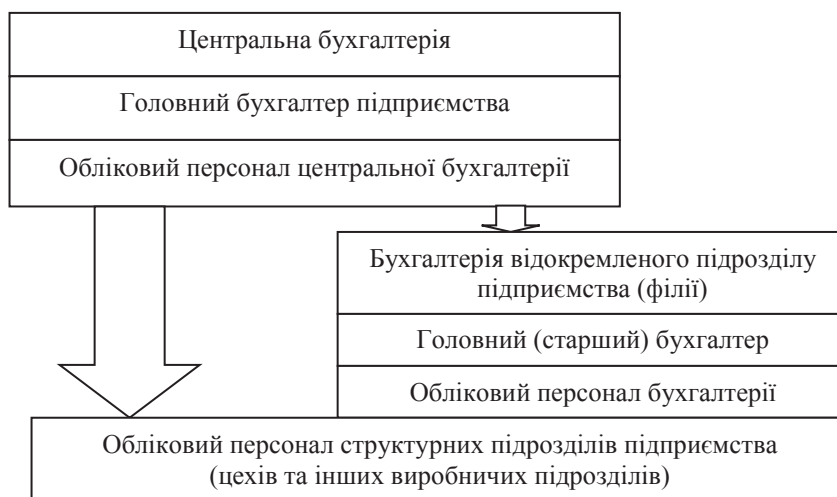


Рис. 1. Схема-характеристика децентралізованої та централізованої форм організації роботи облікових працівників

Увесь апарат облікової служби як адміністративно, так і методично за централізованої форми підпорядковується одному керівнику, а саме головному бухгалтеру. Схема централізованої організації обліку наведена на рис. 2.

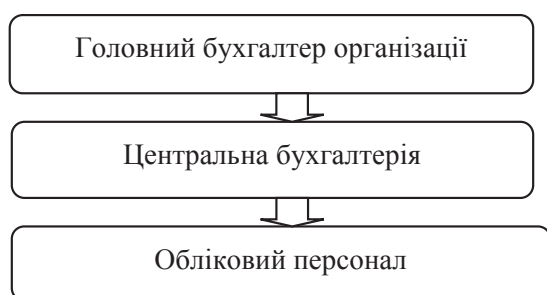


Рис. 2. Централізована організація обліку

Такі фактори впливають на форму організаційної структури апарату облікової служби:

- загальна кількість робітників;
- обсяг виробництва;
- кількість структурних підрозділів;
- кількість філій;
- види діяльності;
- форма організації технології виробництва;
- функціональні обов'язки.

Схема децентралізованої організації обліку наведена на рис. 3.

Функціональний (комбінований), лінійний, лінійно-штабний види організаційної структури бухгалтерії характерні як для централізованої, так і для децентралізованої форм організації. Функціональний (комбінований) тип організації бухгалтерії ґрунтується на виокремленні спеціальних структурних підрозділів, які виконують обсяг облікових операцій, та на розподілі функції управління, що

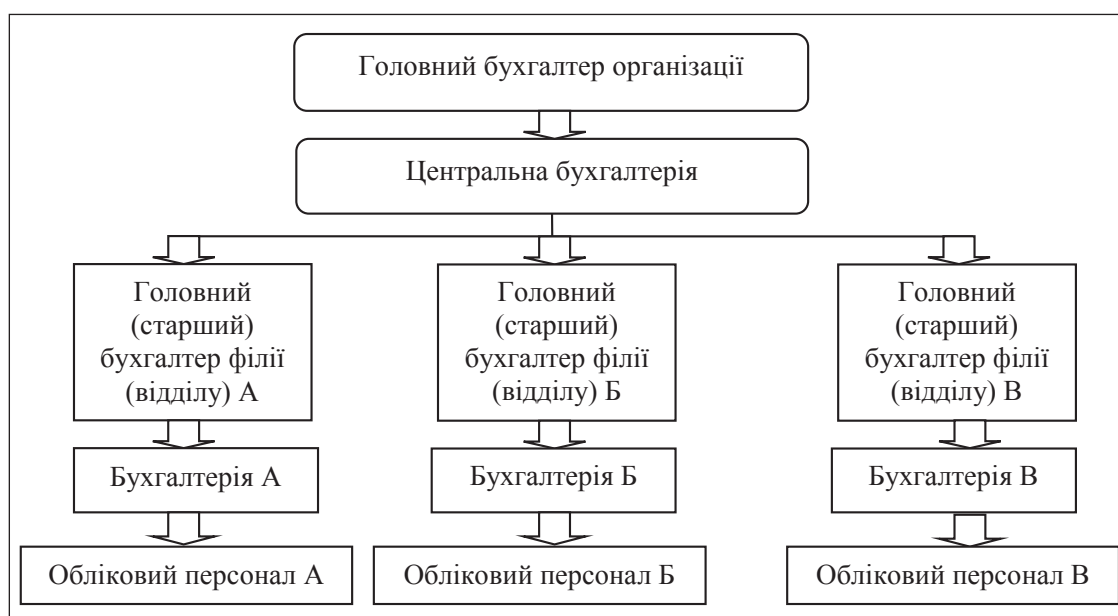


Рис. 3. Децентралізована організація обліку

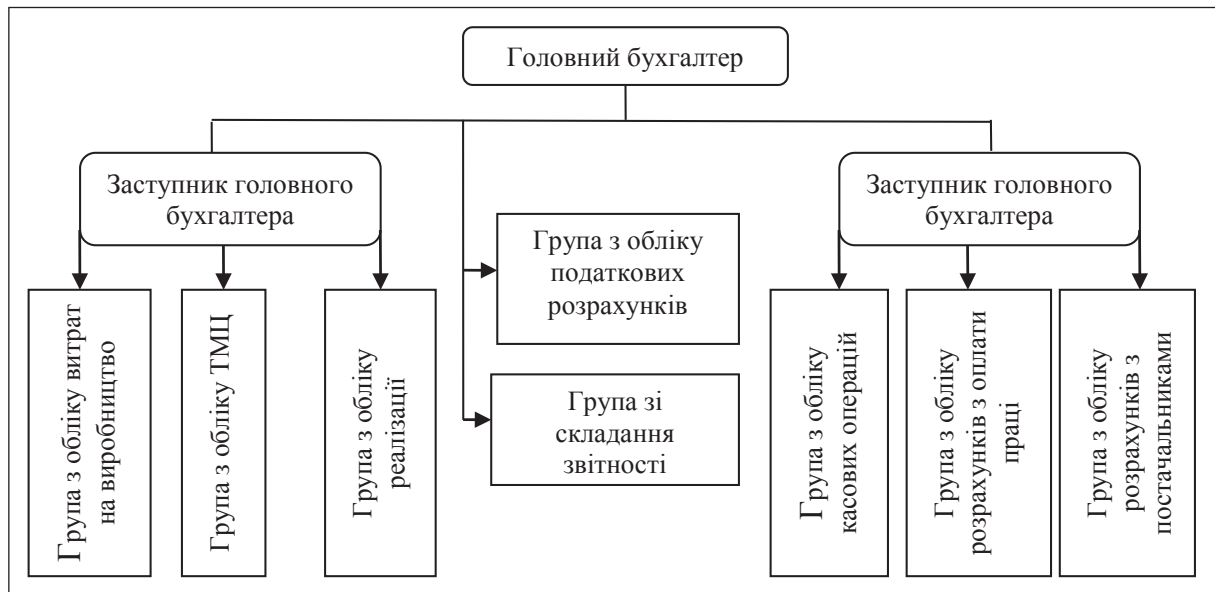


Рис. 4. Функціональна схема організації бухгалтерії за ділянками облікової роботи

має на меті делегування частини повноважень обов'язків головного бухгалтера керівникам спеціалізованих підрозділів, котрі одноосібно розпоряджаються ними в межах своєї компетенції (рис. 4).

Функціональна організація бухгалтерії використовується лише на великих підприємствах, більше підходить для централізованого обліку в централізованій бухгалтерії.

Від раціональної організації облікового апарату залежить підвищення оперативності та аналітичності бухгалтерського обліку.

Структура апарату повинна відповідати таким вимогам:

- максимальна простота;
- забезпечення повноцінності та самостійності всіх підрозділів;
- забезпечення взаємодії між виконавцями та відділами;
- усунення елементів паралельності та дублювання;
- гарантування зв'язку між бухгалтерією та зовнішнім середовищем, а також структурними підрозділами підприємства;
- забезпечення оперативності керівництва та виконання.

Під час проектування структури апарату потрібно вивчити:

- кількість та кваліфікацію співробітників;
- підпорядкованість і підрозділи;
- методи керівництва;
- роль облікового апарату в структурі підприємства;
- функції, що виконують підрозділи підприємства;
- побудову облікових процесів.

Лінійна організація бухгалтерського апарату вимагає створення для бухгалтерії структурних підрозділів задля обробки відокремлених даних управ-

лінських та виробничих підрозділів. Усі робітники бухгалтерії підпорядковуються виключно головному бухгалтеру за лінійної організації апарату бухгалтерії. Ця структура використовується виключно на невеликих підприємствах, кількість робітників на яких варіюється від 10 до 12 осіб (рис. 5).

Недоліки лінійної структури такі:

- лише головний бухгалтер здійснює контроль за виконанням завдань;
- лише головний бухгалтер несе відповідальність за прийняття усіх рішень.

Переваги лінійної структури такі:

- безумовно чітка система взаємозв'язків;
- зворотний зв'язок, швидка реакція на вказівки головного бухгалтера.

Ступінчастий, або лінійно-штабний, тип організації має на меті створення на різних рівнях управління спеціальних консультативних підрозділів. За лінійно-штабної організації поширення інформації проводиться через відповідного керівника, який очолює бухгалтерію, а не самого виконавця. Лінійно-штабна структура бухгалтерії наведена на рис. 6. Ця система застосовується на великих та середніх підприємствах.

Службу контролю, юридичну службу та відділ аналізу відносять до штабних підрозділів. Їх головне завдання полягає у виконанні окремих функцій управління та наданні допомоги головному бухгалтеру.

Недоліки лінійно-штабної структури такі:

- надмірна централізація;
- недостатня відповідальність, оскільки члени штабу, котрі готують рішення, не беруть участі в його реалізації;
- високі вимоги до керівництва, що ухвалює рішення.

Переваги лінійно-штабної структури такі:

- зменшення навантаження головного бухгалтера;

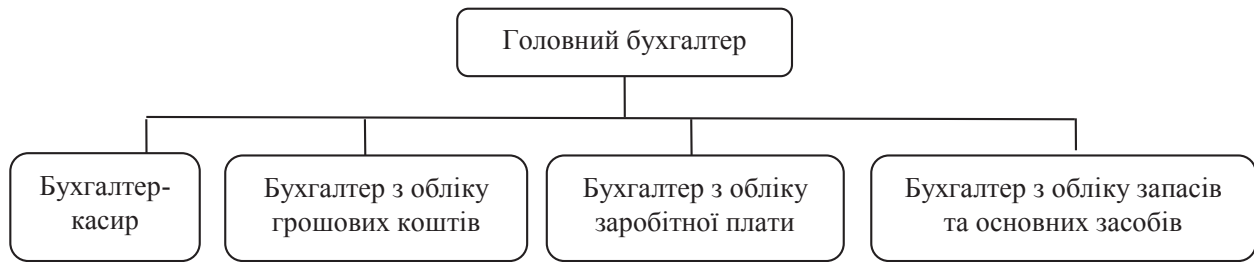


Рис. 5. Лінійна організація бухгалтерського апарату

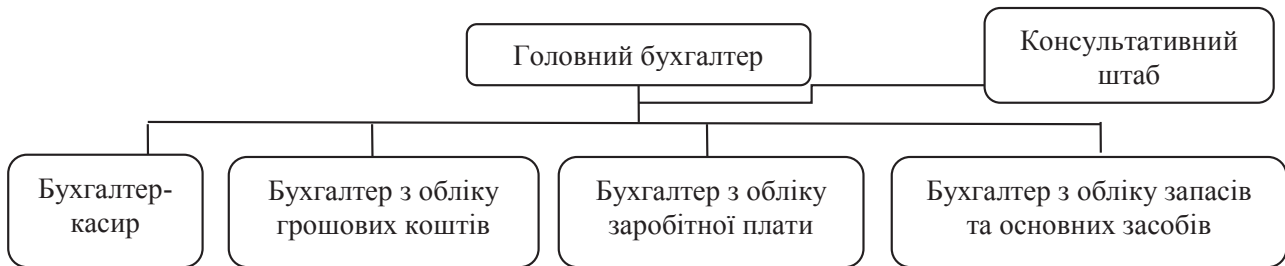


Рис. 6. Лінійно-штабна структура бухгалтерії

- більш детальна підготовка управлінських рішень;
- ймовірність залучення фахівців та експертів у певних галузях.

Від організації праці в підрозділі залежить структура бухгалтерської служби. Задля забезпечення найкращої організації трудового процесу необхідно взяти до уваги всі фактори, котрі впливають на якість та продуктивність праці облікового персоналу, такі як кваліфікація робітників, наявність технічних засобів, взаємозв'язок між підрозділами підприємства, раціональний документообіг, інструктаж, оплата праці та її організація, якість документації.

Розглянута структура бухгалтерської служби має відповідати таким вимогам:

- усі облікові роботи мають виконуватися комплексно;
- повинні бути створені необхідні умови праці задля облікових робітників;
- на науковій організації праці повинна ґрунтуватися робота облікових працівників.

Розподіл праці між робітниками служби бухгалтерії буває трьох видів (табл. 1).

Функціональний розподіл праці передбачає, що структурні підрозділи бухгалтерської служби створюються за функціями персоналу в процесі оброблення даних та формування звітності (наприклад, група приймання первинних документів, відділ складання звітності) (табл. 2).

Функціональний розподіл праці передбачає виконання кожним працівником технічно однорідних робіт. Розподіл праці за цією ознакою забезпечує високу продуктивність кожного працівника, оскільки кожен виконавець зайнятий однорідною роботою, що дає змогу знаходити найкращі спо-

соби її виконання. Операційний розподіл праці є побудовою бухгалтерської служби відповідно до структури підприємства, тобто за ділянками облікової роботи (табл. 3).

Вибір тієї чи іншої ознаки розподілу облікової праці визначається обсягом облікових робіт. Так, великий обсяг облікових функцій на окремій ділянці зумовлює необхідність застосування функціонального розподілу праці, незначний обсяг – операційного.

Функціональний розподіл праці передбачає подрібнення облікового процесу, що дає змогу звужити сферу діяльності виконавців та розподілити відповідальність за достовірність даних між багатьма виконавцями, а за операційного розподілу праці необхідна висока кваліфікація бухгалтерів. Тому розподіл праці між працівниками бухгалтерської служби за однією ознакою у чистому вигляді майже не зустрічається.

Змішаний розподіл праці за своїм змістом поєднує використання функціонального та операційного розподілу. Необхідність у такому розподілі праці виникає в разі неможливості забезпечити повне навантаження працівників під час застосування лише функціонального або операційного розподілу.

Використання змішаного розподілу праці забезпечує розподіл операційного комплексу робіт, який виконує група працівників, на окремі види технічних робіт, які виконуються окремими працівниками.

Кожен підхід до розподілу праці між працівниками бухгалтерської служби має свої переваги та недоліки (табл. 4).

Використання змішаного розподілу праці для облікових працівників дає змогу зменшити недоліки як операційного, так і функціонального роз-

Таблиця 1

Види розподілу праці між працівниками бухгалтерської служби

Розподіл праці між працівниками бухгалтерської служби	
Функціональний	за технічною однорідністю виконаних робіт
Операційний	за ділянками облікової роботи
Змішаний	поєднання функціонального та операційного видів

Таблиця 2

Організація бухгалтерської служби за функціями персоналу в процесі ведення бухгалтерського обліку

Головний бухгалтер підприємства			
Група приймання первинних документів	Відділ обробки первинних документів	Відділ формування облікових регістрів	Відділ складання звітності

Таблиця 3

Організація бухгалтерської служби за ділянками облікової роботи

Головний бухгалтер підприємства				
Матеріальна група	Виробничо-калькуляційна група	Фінансова група	Загальна група	Розрахункова група

Таблиця 4

Переваги та недоліки підходів до розподілу праці бухгалтерської служби

Переваги	Недоліки
Функціональний розподіл	
1. Скорочує витрати робочого часу на перехід від виконання одних робіт до інших.	1. Не дає змогу оперативно вивчити за даними обліку роботу окремих ділянок господарства.
2. Дає змогу раціонально використовувати засоби автоматизації, сприяє посиленню контролю за діяльністю облікового персоналу.	2. Вимагає повного завантаження працівника одним видом робіт.
Операційний розподіл	
1. Наближення облікового персоналу до об'єктів обліку, що дає змогу працівникам бухгалтерської служби краще зрозуміти сутність операцій, які обліковуються.	1. Зростає потреба у висококваліфікованих працівниках, причому задіювати їх доводиться найчастіше на суто технічних роботах.
2. Працівники несуть персональну відповідальність за виконання всього облікового циклу робіт.	2. Скорочуються можливості спеціалізації облікових працівників із виконання окремих видів робіт.
	3. Виникають труднощі із застосуванням засобів автоматизації.

поділу праці. Саме цим обумовлене поширення змішаного розподілу праці.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, правильно організована праця людей, зайнятих бухгалтерським обліком, налагоджений обліковий процес такого типу виробництва разом забезпечують ефективну організацію роботи облікового апарату. Подальші дослідження з організації роботи облікового апарату доцільно проводити з питань:

– розробки раціональної організаційної структури управління, вдосконалення складу структурних підрозділів;

– розвитку організаційно-правового забезпечення обліку, розробки та впровадження положень

про відділи (управління), що забезпечують облік, розробки та впровадження посадових інструкцій, графіків, стандартів тощо, уточнення чинних положень, посадових інструкцій;

– соціального розвитку колективу, підготовки та підвищення кваліфікації апарату, умов проведення переатестації працівників, поліпшення умов праці працівників, особливо працівників, зайнятих обліком у функціональних підрозділах, розробки заходів щодо забезпечення моральних і матеріальних потреб трудового колективу бухгалтерії.

Тому питання організації праці робітників, зайнятих бухгалтерським обліком, залишається актуальним та потребує подальшого наукового дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/360787/file/zakon.pdf>.
2. Бутинець Ф., Войналович О., Томашевська І. Організація бухгалтерського обліку: навч. посібник. 4-те вид., доп. і перероб. Житомир: ПП «Рута», 2006. 528 с.
3. Організація бухгалтерського обліку: навчальний посібник / за ред. В. Леня. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 696 с.
4. Кузьмінський А., Сопко В., Завгородній В. Організація бухгалтерського обліку, контролю та аналізу. Київ, 1993. 223 с.
5. Кундря-Висоцька О. Організація обліку: навч. посібник. Київ, 2007. 223 с.
6. Сопко В., Завгородній В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підручник. Київ, 2004. 412 с.
7. Сопко В. Організація бухгалтерського обліку в бюджетних установах. Київ: КНЕУ, 2006. 380 с.
8. Карпушенко М. Організація обліку: навч. посібник для студентів економічних спеціальностей, які навчаються за спеціальністю «Облік і аудит». Харків: ХНАМГ, 2011. 241 с.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrainy "Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini" vid 16.07.1999 r. № 996

[The Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine"] / [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/360787/file/zakon.pdf>.

2. Butynets F., Voinalovych O., Tomashevskaya I. (2006) Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku [Organization of accounting]. Zhytomyr PP "Ruta", p. 528 (in Ukrainian).

3. Len' V. (2006) Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku [Organization of accounting], p. 696.

4. Kuzminskyi A., Sopko V., Zavorodnii V. Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku, kontroliu ta analizu [Organization of accounting, control and analysis], p. 223 (in Ukrainian).

5. Kundria-Vysotska O. (2007) Orhanizatsiia obliku [Organization of accounting], p. 223 (in Ukrainian).

6. Sopko V., Zavorodnii V. (2004) Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku, ekonomichnoho kontroliu ta analizu [Organization of accounting, economic control and analysis], p. 412 (in Ukrainian).

7. Sopko V. (2006) Orhanizatsiia bukhhalterskoho obliku v biudzhethnykh ustanovakh [Organization of accounting in budgetary institutions], p. 380 (in Ukrainian).

8. Karpushenko M. (2011) Orhanizatsiia obliku: navch. posibnyk dlia studentiv ekonomichnykh spetsialnostei, yaki navchajutsia za spetsialnistiu "Oblik i audyt" [Organization of accounting: Teach. manual (for students of economic specialties studying in the specialty "Accounting and Audit")], p. 241 (in Ukrainian).

Selivanova N.M.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Accounting, Analysis and Audit
Odessa National Polytechnic University

Miniaijlyk V.V.

Student
Odessa National Polytechnic University

ORGANIZATION OF OPERATING ACCOUNTING

The article was researched form of building of the organizational structure of the accounting service. Centralized and decentralized. Factors of influence on the organizational structure of the apparatus of the accounting service, the requirements to the structure of your account. Types of organizational structure of accounting: functional (combined), linear, linear-staff, analyzes the advantages and disadvantages of each type.

For management decisions and given current global trends information society for the development and provision of information, there is a need to create a separate unit in the company.

This unit can act as an apparatus, since the task of accounting is to provide information to users. For the organization of your system is to determine the necessary methodological approaches and practical developments for the organization of your staff and establish conceptual basis, given the specifics of a particular entity, based must be assigned the need for information security management accounting information quality.

КРИТЕРІЇ І ВИДИ АНАЛІЗУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

CRITERIA AND ANALYZES OF COMMERCIAL BANK

У статті розглянуто порівняльний аналіз діяльності банку. Він має за мету за допомогою порівняння великого переліку показників банку за певний проміжок часу або кількох банків між собою скласти об'єктивну оцінку фінансового стану банку. Дані порівняльного аналізу дають змогу відстежувати діяльність банку у динаміці, а також робити прогнози щодо фінансового стану банку в майбутньому. Особлива увага під час аналізування банківської діяльності приділяється балансу банку. Здійснюючи аналіз банківської діяльності України в теперішніх умовах, комерційні банки як головні інституційні учасники будуть покращувати свою діяльність і функціонування, минаючи кризові явища.

Ключові слова: аналіз, банк, банківська діяльність, баланс, ліквідність, фінансовий сектор, коефіцієнти, фінансовий ринок.

В статье рассмотрен сравнительный анализ деятельности банка. Он имеет целью с помощью сравнения большого перечня показателей банка за определенный промежуток времени или нескольких банков между собой составить объективную оценку финансового состояния банка. Данные сравнительного анализа позволяют отслеживать деятельность банка в динамике, а также делать прогнозы относительно финансового состояния банка в будущем.

Особое внимание при анализе банковской деятельности уделяется балансу банка. Осуществляя анализ банковской деятельности Украины в нынешних условиях, коммерческие банки как главные институциональные участники будут улучшать свою деятельность и функционирование, минуя кризисные явления.

Ключевые слова: анализ, банк, банковская деятельность, баланс, ликвидность, финансовый сектор, коэффициенты, финансовый рынок.

The article deals with the comparative analysis of the bank's activities. It seeks to make an objective assessment of the financial condition of a bank by comparing a large list of bank indicators over a certain period of time or with several banks among themselves. The data of the comparative analysis allow monitoring the dynamics of the bank, as well as making forecasts regarding the financial condition of the bank in the future. Particular attention in the analysis of banking activities is due to the balance sheet of the bank. In carrying out an analysis of banking activities in Ukraine under present conditions, commercial banks as the main institutional participants will improve their activity and functioning by overcoming the crisis phenomena.

Key words: analysis, bank, banking, balance, liquidity, financial sector, coefficients, financial market.

УДК 336.7

Федоришина Л.І.

к. і. н., доцент кафедри аналізу та статистики
Вінницький національний аграрний університет

Постановка проблеми. За сучасних умов кризи діяльність банківського сектору потребує аналізу для нормального функціонування фінансової системи України. Тільки через якісний аналіз банківської діяльності можна здійснити реструктуризацію фінансової системи, якої так потребує Україна. Взагалі надійний та розвинений банківський сектор відіграє надзвичайно важливу роль у стабілізації фінансів країни.

В сучасних умовах функціонування аналіз банківської діяльності набуває все більшої популярності. Система комерційних банків охоплює усі сфери фінансової системи України, а саме виробництво, розподіл, обмін і споживання, і є невід'ємною складовою діяльності як фізичних, так і юридичних осіб.

Значення аналізу діяльності банків на фінансовому ринку визначається їхніми можливостями залучати тимчасово вільні кошти та спроможністю ефективно використовувати акумульовані ресурси для задоволення фінансових потреб реального фінансового сектору, тому виникає необхідність дослідження аналізу діяльності банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних проблем аналізу банківської діяльності присвячені праці таких учених, як Ю. Алескерова [1], Р. Гриценко [2], О. Барановський [3], Д. Артеменко [4], В. Рудан [5], В. Гайдук [6].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження аналізу банківської діяльності у сучасних умовах, особливо на теренах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для проведення аналізу діяльності банківської установи потрібно розпочати з балансу. З огляду на періодичність проведення аналіз балансу класифікується таким чином:

- щоденний;
- щотижневий;
- місячний;
- квартальний;
- річний.

Залежно від спектру питань, які вивчаються, аналіз поділяється на:

- повний, тобто коли вивчаються всі сторони діяльності банку, як зовнішні, так і внутрішні його зв'язки;
- тематичний, тобто коли вивчається лише вузьке коло питань, які дають змогу виявити можливості покращення окремих сторін діяльності комерційного банку.

З огляду на мету і характер досліджень розрізняють:

- попередній аналіз, який застосовується під час оцінювання стану рахунків для виявлення можливостей здійснення комерційним банком будь-яких операцій;
- оперативний аналіз, що проводиться по ходу поточної роботи банку для оцінки дотримання нормативів ліквідності та інших показників, вжиття термінових заходів, які забезпечують їх виконання, а також отримання достатнього прибутку;

– кінцевий/послідуючий/аналіз, що застосовується для визначення ефективності діяльності комерційного банку за період, який розглядається, і для виявлення резервів підвищення доходності;

– перспективний аналіз, що застосовується для прогнозування очікуваних результатів в майбутньому періоді, а також визначення інших спрямувань грошово-кредитної політики.

Залежно від об'єкта дослідження аналіз балансу поділяється на такі види.

1) Функціональний, тобто той, який дає змогу виявити спеціалізацію діяльності комерційного банку, його місце в системі взаємовідносин банків, можливості, форми та перспективи взаємодії з іншими контрагентами системи, а також провести оцінювання ефективності і доцільності виконуваних банком функцій.

Дослідження проводиться на основі загальної суми балансу, співвідношень розмірів депозитів і кредитів, власних і залучених коштів, а також долі міжбанківських операцій в загальному обсягу ресурсів та їх вкладень. Питома вага тієї чи іншої операції, яка проводиться банком, в загальній сумі балансу характеризує її значимість для банку.

В результаті функціонального аналізу виявляються можливості підвищення прибутковості та ліквідності банківських операцій шляхом виключення неефективних і пошуку більш прогресивних способів виконання необхідних операцій.

2) Структурний аналіз проводиться по видах банківських операцій. За допомогою цього аналізу визначають склад і питому вагу економічних контрагентів по активних і пасивних операціях, а також структуру доходів, витрат і прибутку банку.

3) Операційно-вартісний аналіз поглиблює дослідження доходності банку і дає уявлення про вартість і рентабельність чи збитковість конкретних операцій. Він дає змогу оцінити значення кожного виду операцій у формуванні прибутку банку і виробити основні спрямування депозитно-позичкової політики по відношенню до конкретних контрагентів з метою максимізації доходу.

Народногосподарський аналіз балансу дає змогу визначити масштабність активно-пасивних операцій і банківського прибутку, а також ступінь участі комерційного банку чи групи банків у формуванні грошової маси і кредитного фонду країни.

Аналіз масштабності активно-пасивних операцій проводиться шляхом зіставлення масштабів конкретних видів операцій із середнім рівнем чи абсолютними значеннями аналогічних показників по банківській системі загалом.

Економічний аналіз діяльності комерційного банку складається з трьох основних частин:

- аналізу балансу;
- аналізу форм звітності;
- порівняльний аналіз.

Основними завданнями аналізу діяльності комерційного банку є:

– визначення джерел, якості і стійкості банківських доходів;

– дотримання всіх вимог щодо ліквідності;

– підтримання стану адекватності і достатності капіталу.

Аналіз прибутковості, ліквідності і достатності капіталу банку дає змогу оцінити ефективність управління, отже, визначити здатність банку конкурувати на ринку банківських послуг, а також оцінити вплив макрофінансової політики на діяльність банківської системи. Аналіз фінансової звітності – це процес, який має за мету визначити оцінку поточного і минулого фінансового стану банку та основних результатів його діяльності.

При цьому першочерговою метою аналізу є визначення узагальнюючих оцінок і прогнозу майбутніх результатів діяльності банку. Під час аналізування застосовуються квартальні або річні дані щодо прибутків та збитків, підраховуються середні показники ключових категорій балансового звіту за період, що покривається цими даними, а також обчислюються:

– стан надходжень (через прибуток на середні активи та на капітал);

– коефіцієнти приросту ключових показників (позик, депозитів та капіталу) персоналу;

– продуктивність роботи персоналу, що вимірюється через дохід на працівника та окупність витрат на утримання персоналу;

– середні процентні ставки, отримані та сплачені;

– вартість посередництва.

Цей підхід поєднує дані балансового звіту та звіту про фінансові результати для вироблення ключових індикаторів (коефіцієнтів) діяльності, що не залежать від розміру банку, отже, можуть прямо зіставлятися з іншими банками та між собою впродовж певного періоду часу.

Оскільки доходи та видатки аналізуються стосовно середніх активів та зобов'язань за період звіту про фінансові результати, то можуть порівнюватися періоди часу з різною тривалістю. Звісно, таке порівняння може бути зроблене лише в тому разі, якщо установа не зазнає сезонних змін, як це відбувається з банками, які обслуговують сільськогосподарські підприємства.

Усі управлінські рішення та зовнішні обмеження мають вплив на коефіцієнти доходу на активи та доходу на капітал (визначених вище), що є двома найважливішими вимірами здатності банку генерувати власний капітал для забезпечення зростання та подолання економічних труднощів.

Аналіз балансового звіту. Основою для аналізу діяльності банку є балансовий звіт, в якому активи відображаються ліворуч, а зобов'язання та капітал (пасиви) – праворуч. Активи і пасиви подаються у балансовому звіті у порядку зменшення їх ліквідності.

Табл. 2 наводить приклад балансового звіту за згрупованими статтями.

Основні показники для аналізу діяльності комерційного банку

Стан надходжень	Дохід на середні активи. Дохід на капітал.
Номінальний коефіцієнт приросту (чого?)	Позик та лізингу, клієнтських депозитів, капіталу, персоналу.
Реальні ставки приросту (чого?)	Індексу споживчих цін, ставки інфляції. позик та лізингу, клієнтських депозитів, капіталу.
Продуктивність роботи персоналу (чого?)	Надходження / середньої кількості персоналу (*100), окупності витрат на утримання персоналу.
Номінальні процентні ставки (які?)	Середня отримана ставка, ліквідні активи, позики кредитним установам, клієнтські позики, ринкові боргові цінні папери, середня сплачена ставка, суми, сплачені кредитним установам, депозити термінові та до запитання, ощадні депозити, спред.
Реальні процентні ставки (які?)	Середні отримані ставки, середні сплачені ставки.
Вартість посередництва (% активів, яких?)	Витрати на утримання персоналу, витрати на утримання приміщення, податки та ліцензування, знос та амортизація, інші управлінські витрати, забезпечення під збитки за позиками та списання.
Загальна вартість посередництва (якого?)	Податки на доходи, створення капіталу.

Таблиця 2

Балансовий звіт комерційного банку

Активи	Зобов'язання
Валюта, монети та банківські метали	Коррахунки банків
Дорожні чеки	Депозити та кредити банків
Кошти на коррахунках в НБУ	Кредити, отримані від НБУ
Інші кошти в НБУ	Кошти до запитання клієнтів
Кошти на коррахунках в інших банках	Строкові депозити клієнтів
Депозити та кредити в інших банках	Цінні папери власного боргу
Резерв під депозити та кредити в інших банках	Кредити, отримані від міжнародних фінансових організацій
Нетто депозитів та кредитів в інших банках	Субординована заборгованість
Цінні папери в портфелі банку на продаж	Інші зобов'язання
Резерв під знецінення ЦП на продаж	Сукупні зобов'язання
Нетто ЦП в портфелі банку на продаж	Капітал
Цінні папери в портфелі банку на інвестиції	Статутний капітал
Резерв під знецінення ЦП на інвестиції	Сплачений статутний капітал банку
Нетто ЦП на інвестиції	Несплачений статутний капітал банку
Кредити та фінансовий лізинг, надані клієнтам	Недорозподілені прибутки та резерви
Резерв під кредити та фінансовий лізинг клієнтам	Сукупний капітал
Нетто кредитів та фінансового лізингу клієнтам	
Інвестиції капіталу в асоційовані компанії	
Інвестиції капіталу в дочірні компанії	
Нематеріальні активи, зношення нематеріальних активів	
Нетто нематеріальних активів	
Матеріальні активи	
Зношення матеріальних активів	
Нетто матеріальних активів	
Інші активи	
Резерв під можливі втрати за сумнівною дебіторською заборгованістю банку	
Нетто інших активів	
Сукупні активи	Сукупні зобов'язання і капітал

Форма балансу концентрує увагу на типах активів та пасивів. Підхід до аналізу полягає в розмежуванні депозитів на депозити до запитання, термінові та ощадні. Вважається, що депозити до запитання пов'язані з проведенням розрахунків, через що вони досить стабільні та нечутливі до процентної ставки. Термінові депозити переважно складаються з чутливих до процентної ставки «придбаних» депозитів корпорацій та фізичних осіб. Ощадні рахунки становлять досить стабільні заощадження загальної громадськості.

Тенденція сплачувати проценти за рахунками до запитання руйнує традиційні кордони між цими типами рахунків, їх відносною ціною та стабільністю. Позики та депозити класифікуються не тільки за строком погашення, що в балансі в будь-якому разі викривлений, оскільки ті строки погашення, які показані в балансі щодо кредитів та депозитів, взагалі відображають первинну, початкову тривалість, а не період часу, що залишився до погашення.

Однак деякі системи звітності не вимагають таких додаткових підпорядкованих звітів і приходять до компромісу, показуючи активи та пасиви за строками, що залишилися до їх погашення, втрачаючи інформацію про інструменти та їх цілі.

Позабалансові статті – зобов'язання, прийняті банком від імені свого клієнта, що можуть змусити банк виділити кошти (можливо, видати позику в разі відсутності грошей у клієнта), становлять кредитний ризик установи, через що додаються до активів, зважених на ризик під час підрахунку достатності капіталу.

Основні види аналізу балансу банку. Аналіз структури дає змогу оцінювати зміни структури активів та пасивів протягом часу, проводити зіставлення з такими установами. Такий формат, крім того, відображає ті банківські операції, або які банк не проводить, або про які звітує неадекватно.

Коефіцієнтний аналіз балансового звіту проводиться з використанням трьох основних коефіцієнтів.

1) Коефіцієнт ліквідних активів. Це коефіцієнт виміру ліквідності, який обчислюється шляхом додання до готівки та прирівняних до неї коштів міжбанківських активів за мінусом міжбанківських пасивів та позичок від центрального банку. Він також може розраховуватися як відсоток до загальних (або робочих) активів.

2) Коефіцієнт співвідношення позик та депозитів. Цей коефіцієнт визначається сумою всіх активів з нормальним ризиком (дисконти, позики та авізо), поділених на основні депозити (включаючи депозити до запитання, термінові та ощадні депозити, за винятком короткотермінових депозитів грошового ринку та довготермінових запозичень).

Це співвідношення характеризує здатність банку залучати депозити від суспільства для підтримки своїх кредитних операцій та його можли-

вість давати в кредит ці депозити. Вищий коефіцієнт традиційно асоціюється з більш високим елементом ризику, оскільки він може відображати нижчу ліквідність та уразливість від дій кредиторів, негативні економічні умови чи наслідки впливу депозитів. Низький рівень співвідношення може відображати недостатні можливості кредитування або небажання прийняття наявного ризику під час надання позик.

«Нормальний» рівень залежить від країни, однак 70–80% може складати помірне співвідношення між ліквідністю (що вимагає меншого коефіцієнта) та дохідністю (яка, звичайно, краща від більш високого коефіцієнта). Якщо у всій фінансовій системі показник перевищує 100%, то у промисловості можуть мати місце структурні проблеми (наприклад, під час рефінансування центральним банком торговельних операцій чи привілейованого кредитування).

3) Коефіцієнт достатності капіталу. Цей коефіцієнт подає «реальний» капітал як відсоток загальних активів, зважених на ризик. І капітал, і активи мають бути повністю очищені від відповідних забезпечень під збитки за позиками та нематеріальних активів.

Цей коефіцієнт показує межу захисту кредиторів та вкладників банку від непередбачених збитків, яких може зазнати банк у процесі своєї діяльності. Таким чином, це показник того, наскільки банк протистоїть економічним скрутам та складнощам. Цей коефіцієнт переглядається наглядовими органами та кредитними аналітиками як один із ключових показників економічного стану банку.

Повний підрахунок достатності капіталу включає зваження кожної категорії активів на коефіцієнт ризику, виключення з них нематеріальних активів і дебіторської заборгованості відповідних контрагентів та нематеріальних активів з активів та капіталу, а також додання потенційних зобов'язань до зважених на ризик активів.

Існують також інші коефіцієнти, що використовуються в різних випадках, але їхнє використання може призвести до зменшення віддачі.

Однак деяке «непродуктивне» використання є цілком нормальним, оскільки тоді, коли приміщення та обладнання не можуть прямо давати прибуток, вони необхідні для підтримання операційної діяльності банку. Крім того, вимоги резервування можуть призвести до того, що банк не матиме згоди використовувати деякі активи. Цей коефіцієнт не вимірює ефективність використання активів.

Співвідношення резервів під збитки за позиками та загальних позик характеризує якість банківського портфеля позик та покриття безнадійних боргів.

Кількість коефіцієнтів, що можуть бути використані під час аналізування фінансового стану,

Таблиця 3

Коефіцієнти для аналізу балансу комерційного банку

Ліквідні активи.
Робочі активи.
Загальні активи. Коефіцієнт співвідношення ліквідних і робочих активів (%).
Коефіцієнт співвідношення ліквідних і загальних активів (%).
Позики та лізинг клієнтам.
Депозити клієнтів.
Коефіцієнт позик до депозитів (%).
Активи, зважені на ризик.
Відкоригований капітал.
Коефіцієнт достатності капіталу (%).

обмежена лише кількістю рахунків балансового звіту та звіту про фінансові результати. Аналітики, законодавці, керівники банку та інвестори мають свої завдання щодо висвітлення специфічних аспектів стану банку. Табл. 3 показує найбільш поширені коефіцієнти фінансового стану. Ці коефіцієнти подають дані у відсотковому виразі протягом одного року, що може висвітлювати поточні тенденції, тому внутрішнє керівництво та наглядацькі органи повинні обчислювати коефіцієнти щоквартально чи щомісячно.

Коефіцієнти в межах одного року можуть бути перевернуті сезонними змінами, особливо тоді, коли банки здійснюють фінансування сільськогосподарських робіт або коли деякі накопичення можуть здійснюватися тільки один раз на рік чи на півроку. Таким чином, найкориснішим буде аналіз тенденцій за кілька років, що дає змогу відокремити вплив сезонних факторів на ключові коефіцієнти фінансового стану.

Коефіцієнти фінансового стану банку залежать від тих ринкових умов, за яких банку доводиться працювати, включаючи макрофінансову політику, розумні законодавчі акти та стандарти ведення бухгалтерського обліку, конкуренцію та практику ведення бізнесу. Коефіцієнтний аналіз може бути ускладнений змінами економічного циклу чи ринкових процентних ставок.

Зі стабілізацією ліквідності на ринку процентні ставки підуть вниз, причому депозитна ставка першою, а за нею піде кредитна ставка за встановленою тенденцією зниження. Надходження банку від різниці процентних ставок зменшуватимуться впродовж періоду зростання ставок та збільшуватимуться впродовж періоду зниження.

Порівняльний аналіз діяльності банку має за мету за допомогою порівняння великого переліку показників банку за певний проміжок часу або кількох банків між собою скласти об'єктивну оцінку фінансового стану банку. Дані порівняльного ана-

Таблиця 4

Основні коефіцієнти показників діяльності банку

Коефіцієнт	Процент*
Дохід на активи	1,00
Дохід на капітал	15,00
Чистий спред	1,25
Чиста процентна маржа	4,50
Дохід від плати за послуги	1,00
Чиста операційна маржа	6,50
Управлінські витрати	(% загальних активів)
Витрати на персонал 2.00	
Інші операційні витрати	1,50
Загальні операційні витрати	3,50
Витрати на забезпечення під збитки за позиками	0,50
Чистий дохід до оподаткування	2,00

* наведені коефіцієнти рекомендуються як оптимальні для банків США, Великої Британії та деяких інших країн

лізу дають змогу відстежувати діяльність банку в динаміці, а також робити прогнози щодо фінансового стану банку в майбутньому.

Під час порівняльного аналізування застосовують три види вихідних даних, які використовуються під час проведення аналізу фінансового стану банків, а саме:

- індивідуальні показники діяльності банку;
- середні показники по групі банків, до якої входить банк, що аналізується (або відхилення від середнього показника по групі);
- місце банку серед банків цієї групи за кожним показником.

Такий вид порівняльного аналізу дає можливість банку:

- порівнювати свої показники із середніми показниками своєї групи банків;
- бачити своє місце серед банків своєї групи;
- робити висновки щодо своєї діяльності в тій чи іншій галузі на ринку банківських послуг;
- прогнозувати фінансовий стан банку залежно від тих чи інших економічних обставин і своє місце серед інших банків.

Залежно від часового тренда така система дає змогу робити прогнозні розрахунки щодо діяльності банку в майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. Попри всі кризові явища, які торкнулися і банківської системи України, банки й надалі залишаються фінансовими посередниками у фінансовій системі України.

З урахуванням ризиків зовнішнього середовища банки здійснювали дуже обмежену кредитну діяльність. Кредитування реального фінансового сектору залишилося низьким.

У зобов'язаннях банків збільшується частка внутрішніх ресурсів населення та бізнесу. Але внутрішні джерела фондування короткострокові, що створює ризик ліквідності.

Нині спостерігається стабілізація роботи банківського сектору. Таким чином, здійснюючи аналіз банківської діяльності України в теперішніх умовах, комерційні банки як головні інституційні учасники будуть покращувати свою діяльність та функціонування, минаючи кризові явища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алескерова Ю., Нарожна І. Особливості кредитування сільськогосподарських підприємств. Стан, тенденції та перспективи розвитку аграрної економіки / за ред. О. Непочатенко. Умань: Видавець Сочінський, 2012. Ч. 1. С. 93–98.
2. Гриценко Р. Економічна безпека банківської системи України. Вісник Національного банку України. 2003. № 4. С. 27–28.
3. Барановський О. Банківська безпека: проблема виміру. Економічне прогнозування. 2006. № 1. С. 7–32.
4. Артеменко Д. Механізм забезпечення фінансової безпеки банківської діяльності: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Ростов-на-Дону, 1999.
5. Рудан В. Управління ліквідністю банківської системи України: автореф. дис. ... канд. екон. наук:

спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит». Тернопіль, 2016. 24 с.

6. Гайдук В., Вороков А. Финансовая безопасность коммерческих банков: критерии и индикаторы. Научный журнал КубГАУ. 2015. № 114 (10).

REFERENCES:

1. Aleskerova Yu., Narozhna I. Osoblyvosti kredytuvannya sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv / Yu. Aleskerova, I. Narozhna // Stan, tendentsiyi ta perspektyvy rozvytku ahrarnoyi ekonomiky / za red. O. Nepochatenko. – Uman' : Vydavets' Sochins'kyy, 2012. – Ch. 1. – S. 93–98.
2. Hrytsenko R. Ekonomichna bezpeka bankivs'koyi systemy Ukrayiny / R. Hrytsenko // Visnyk Natsional'noho banku Ukrayiny. – № 4. – 2003. – S. 27–28.
3. Baranovs'kyy O. Bankivs'ka bezpeka: problema vymiru / O. Baranovs'kyy // Ekonomichne prohnouzuvannya. – № 1. – 2006. – S. 7–32.
4. Artemenko D. Mekhanyzm obespechenyya fynansovoy bezopasnosti bankovskoy deyatel'nosti: avtoref. dys. kand. ekon. nauk. / Artemenko D. – Ros-tov-na-Donu, 1999.
5. Rudan V. Upravlinnya likvidnistyu bankivs'koyi systemy Ukrayiny: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ek. nauk: spets. 08.00.08 – hroshi, finansy i kredyt / Rudan V. – Ternopil', 2016. – 24 s.
6. Hayduk V. Fynansovaya bezopasnost' kommerches'kykh bankov: krytery y indykatory / V. Hayduk, A. Vorokov // Nauchnyy zhurnal KubHAU. – № 114 (10). – 2015.

Fedorishina L.I.

Candidate of Historical Studies, Associate Professor,
Department of Analysis and Statistics
Vinnitsa National Agrarian University

CRITERIA AND ANALYZES OF COMMERCIAL BANK

Under current crisis conditions, banking sector activity requires analysis for the normal functioning of the financial system of Ukraine. Only through a qualitative analysis of banking activity one can restructure the financial system that Ukraine needs so much. In general, a reliable and well-developed banking sector plays an extremely important role in stabilizing the country's finances.

In today's operating conditions, the analysis of banking activities is gaining in popularity. The system of commercial banks covers all areas of the financial system of Ukraine, namely production, distribution, exchange and consumption, and is an integral part of the activities of both individuals and legal entities.

The significance of analyzing the activities of banks in the financial market is determined by their ability to attract temporarily free funds and the ability to effectively use accumulated resources to meet the financial needs of the real financial sector, therefore, there is a need to study the analysis of banks.

In order to conduct an analysis of the activities of a banking institution, it is first necessary to start with a balance sheet. Based on the frequency of carrying out the analysis of the balance is classified as follows:

- daily;
- weekly;
- monthly;
- quarterly;
- annual.

Depending on the range of issues being studied, the analysis is divided into:

- full, that is, when all aspects of the bank's activities are studied, both external and internal ones;
- thematic, that is, when studying only a narrow range of issues that allow identifying opportunities for improvement of the individual aspects of the activities of the commercial bank.

Based on the purpose and nature of research distinguish:

- a preliminary analysis that is used when assessing the status of accounts to identify the ability of a commercial bank to conduct any operations;
- operational analysis is carried out in the course of the current work of the bank to assess compliance with liquidity norms and other indicators, the adoption of urgent measures that ensure their implementation, as well as obtaining sufficient profit;
- final / consequential / analysis is used to determine the effectiveness of a commercial bank in the period considered and to identify the reserves for increasing returns;
- promising is used to predict the expected results in the future period, as well as to identify other monetary policy directions.

Depending on the research object, the analysis of the balance is divided into.

1) Functional, that is, which allows to identify the specialization of the activities of the commercial bank, its place in the system of relations between banks, the opportunities, forms and prospects of interaction with other contractors of the system, as well as assess the efficiency and feasibility of functions performed by the bank.

The research is conducted on the basis of the total balance sheet, the ratio of the size of deposits and loans, own and borrowed funds, as well as the fate of interbank operations in the total volume of resources and their investments. The share of a transaction conducted by the bank in the total balance sheet characterizes its significance for the bank.

As a result of functional analysis, there are opportunities for increasing the profitability and liquidity of banking operations by eliminating ineffective and finding more advanced ways to perform the necessary operations.

2) Structural analysis is carried out by types of banking operations. With the help of this analysis, determine the composition and specific weight of economic counterparties in active and passive operations, as well as the structure of income, expense and profit of the bank.

3) Operational-cost analysis deepens the study of bank returns and gives an idea of cost and profitability / or loss-making / specific operations. It allows you to evaluate the value of each type of operations in shaping the profit of the bank and develop the main direction of the deposit-lending policy in relation to specific counterparties in order to maximize income.

The national economic analysis of the balance allows determining the magnitude of active-passive operations and bank profits, as well as the degree of participation of a commercial bank or a group of banks in the formation of the money supply and the country's credit fund.

The analysis of the scale of active and passive operations is carried out by comparing the scale of specific types of transactions with average or absolute values of similar indicators for the banking system as a whole.

An economic analysis of the commercial bank activity consists of three main parts:

- balance analysis;
- analysis of reporting forms;
- comparative analysis.

The main tasks of the analysis of the commercial bank activities are:

- determination of sources, quality and stability of bank revenues;
- compliance with all liquidity requirements;
- maintaining the status of adequacy and capital adequacy.

The analysis of profitability, liquidity and capital adequacy of the bank enables to assess the effectiveness of management and thus determine the bank's ability to compete in the banking services market, as well as assess the impact of macrofinancial policies on the banking system. The analysis of financial reporting is a process aimed at determining the assessment of the current and past financial position of the bank and the main results of its activities.

Despite the entire crisis that has affected the banking system of Ukraine, banks continue to be financial intermediaries in the financial system of Ukraine.

Taking into account the risks of the environment, banks carried out very limited lending activity. Lending to the real financial sector remained low.

The liabilities of banks increase the share of domestic resources of the population and business. But domestic sources of funding are short-term, creating a liquidity risk.

Currently, there is a stabilization of the banking sector. Thus, in carrying out the analysis of banking activity of Ukraine in the current conditions, commercial banks as the main institutional participants will improve their activity and functioning by overcoming the crisis phenomena.

РОЗДІЛ 8. СТАТИСТИКА

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ОСНОВНИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

STATISTICAL ANALYSIS OF DYNAMICS OF MAIN MACROECONOMIC INDICATORS OF THE ECONOMY OF UKRAINE

Статтю присвячено дослідженню основних макроекономічних індикаторів розвитку національної економіки. Проаналізовано ключовий показник економічного зростання, а саме ВВП та його похідні. Обґрунтовано взаємозв'язок основних макроекономічних показників, таких як темп зміни реального ВВП, рівень безробіття та інфляція. Основним результатом роботи є визначення індексу злиденності як наслідку макроекономічних негараздів. Запропоновано напрями та шляхи усунення виявлених негативних симптомів. Розроблені пропозиції сприятимуть забезпеченню подальшого економічного зростання України.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт, рівень безробіття, інфляція, динаміка макроекономічних показників.

Статья посвящена исследованию основных макроэкономических индикаторов развития национальной экономики. Проанализирован ключевой показатель экономического роста, а именно ВВП и его производные. Обоснована взаимосвязь основных макроэкономических показателей, таких как темп изменения реального ВВП, уровень безработицы и инфляция. Основным результатом

работы является определение индекса нищеты как следствия макроэкономических неурядиц. Предложены направления и пути устранения выявленных негативных симптомов. Разработанные предложения будут способствовать обеспечению дальнейшего экономического роста Украины.

Ключевые слова: валовый внутренний продукт, уровень безработицы, инфляция, динамика макроэкономических показателей.

The article is devoted to the study of the main macroeconomic indicators of the development of the national economy. It analyzed the key indicator of economic growth, namely GDP and its derivatives. The correlation of the main macroeconomic indicators is substantiated: the rate of change in real GDP, the level of unemployment and inflation. The main result of the work is the definition of the poverty index, as a consequence of macroeconomic problems. The article proposes directions and ways of elimination of the revealed negative symptoms. The developed proposals will contribute to ensuring further economic growth in Ukraine.

Key words: domestic product, unemployment, inflation, dynamics of macroeconomic indicators.

УДК 330.5

Кузьмінська Н.Л.

к. е. н., доцент кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Ліндаєв Д.В.

студент
Національний технічний
університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

Постановка проблеми. Соціально-економічний розвиток країни традиційно характеризується сучасним станом економічного зростання національної економіки. Нестабільність соціально-економічної та політичної ситуації в Україні значно погіршує макроекономічні показники розвитку економіки країни. Наслідком затяжних фінансово-економічних та суспільно-політичних криз є критично низький рівень добробуту та якості життя населення. Через низьку якість життя країна втрачає свою конкурентоздатність, виснажується людський потенціал, спостерігається значне відставання в соціальному та економічному розвитку, як наслідок, виникають соціальні кризи.

Наслідками трансформації економічних процесів у країні стали стрімке падіння промисловості, вибуття капіталу за територію країни, скорочення інвестицій, коливання курсу грошової одиниці тощо. Все вищезазначене призвело до виникнення найболючішої проблеми – тотального збідніння населення. Саме тому статистична оцінка динаміки макроекономічних показників розвитку національної економіки є необхідною та актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковці багато уваги приділяють аналізу макро-

економічних показників розвитку національної економіки. Серед українських вчених, які досліджували рівень розвитку економіки країни, слід виділити таких, як І. Багратян, В. Бахрушин, А. Гальчинський, С. Герасименко, В. Геєць, О. Дзюблук, А. Єріна, Р. Кулинич, М. Лизун, Л. Литвицький, І. Манцуров, Р. Моторин, М. Одінцов, О. Осауленко, Н. Парфінцева, О. Ревенко, М. Савлук, А. Савченко.

Проте з урахуванням динамічного характеру розвитку національних економік низка досліджень втрачає з роками свою актуальність. Саме тому статистична оцінка макроекономічних показників національної економіки в динаміці з використанням оновлених статистичних даних є необхідною та не втрачатиме своєї актуальності.

Постановка завдання. Метою статті є статистична оцінка динаміки основних макроекономічних індикаторів розвитку економіки України та визначення індексу злиденності як наслідку макроекономічних негараздів в країні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішими показниками розвитку національної економіки є ключовий макроекономічний показник, а саме валовий внутрішній продукт та його похідні. За роки незалежності та утвер-

дження суверенітету країна пододала складний шлях від стрімкого падіння показників зростання ВВП до незначного зростання, яке тривало недовго. Нині наслідки стрімкого економічного спаду не лише не подолані, але й ще більше посилені. Досягнення економічного зростання, підвищення добробуту населення, покращення рівня та якості життя населення – це лише перспектива, а не результат розвитку.

Дані більшості показників, міжнародних рейтингів та зіставлень підтверджують кризовий стан української економіки. Негативною є тенденція до зниження номінального ВВП, розрахованого у дол. США. Державна служба статистики прозвітувала, що номінальний ВВП України у 2016 р. становив 2 383 182 млн. грн. [1]. Відповідно до даних Світового банку за цим показником (у дол. еквіваленті) протягом останніх п'яти років Україна опустилась із 48 на 61 місце, опинившись між Анголою та Еквадором [2].

У доповіді МВФ зазначено, що в результаті відновлення інвестицій, виробництва і торгівлі очікується зростання світової економіки: у 2017 р. – 3,5%, у 2018 р. – 3,6%. Згідно з даними 2016 р. лідерство у первинному секторі економіки (сільське господарство, лісове господарство, рибальство та видобуток) отримує Нігерія із 17,8% ВВП

цього сектору, у вторинному секторі (переробна промисловість та будівництво) – Саудівська Аравія із 66,9% ВВП цього сектору, у третьому (послуги) – Франція із 79,8% ВВП цього сектору [3].

Структура номінального ВВП за галузями економіки у 2005 р. та 2015 р. представлена на рис. 1.

Слід відзначити, що питома вага окремих галузей у ВВП майже не змінилась (будівництво, добувна промисловість, транспорт). Але значно знизилась (на третину) частка переробної промисловості (з 21% до 14%), а також підвищились частки сільського господарства (з 10% до 14%) та торгівлі (з 14% до 18%). Такі показники свідчать про швидкий процес деіндустріалізації економіки України.

Складові ВВП за видатками, згідно з даними Світового банку 2005 та 2016 рр., наведені в табл. 1.

Практично всі структурні елементи, окрім державного споживання, зазнали змін. Так, споживчі витрати домогосподарств зросли з 58% до 65%, що могло б бути оцінено позитивно, якщо б це не відбулося за рахунок скорочення питомої ваги валових приватних інвестицій, суттєво ускладнюючи економічне зростання. Чистий експорт є від'ємним (-7%), що негативно впливає на зростання ВВП. Зменшення частки валових інвестицій корелює зі скороченням частки валових заощаджень (з 26% до 16%).

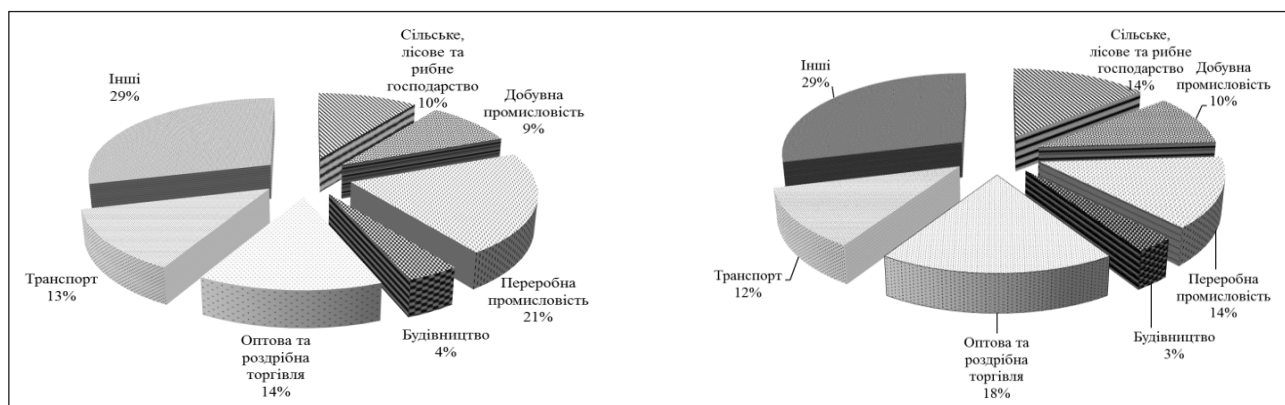


Рис. 1. Структура ВВП України за галузями економіки (2005 р. та 2015 р.)

Джерело: [4]

Таблиця 1

Структура попиту у 2005 та 2016 рр., %

Витрати на споживання кінцевого продукту		Витрати державного бюджету на кінцеве споживання		Валове формування капіталу		Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Валові заощадження	
2005 р.	2016 р.	2005 р.	2016 р.	2005 р.	2016 р.	2005 р.	2016 р.	2005 р.	2016 р.	2005 р.	2016 р.
58	65	19	19	23	22	51	49	51	56	26	16
Середньосвітові показники											
58	58	16	17	25	24	29	29	28	29	26	25

Джерело: [2]

У довгостроковому періоді рівень ВВП на душу населення в Україні зростає, окрім років, коли спостерігалось не лише падіння ВВП, але й девальвація національної грошової одиниці (2009, 2014, 2015 рр.) (табл. 2). Однією з причин такої динаміки може бути скорочення кількості населення України.

Найбільш точно рівень економічного зростання визначає валовий внутрішній продукт на душу населення, який розраховується за паритетом купівельної спроможності (ПКС). Згідно зі статистичними даними Світового банку рівень ВВП на душу населення, який розраховується таким способом, характеризується іншими значеннями (табл. 2). Така відсутність збігу пояснюється особливостями перенесення макроекономічних показників, які розраховуються у гривні, в однакові грошові одиниці для міжнародних зіставлень. Застосування ПКС суттєво знижує різницю у фактичних цінах та автоматично підвищує ВВП для країн з малими доходами та невеликими цінами.

Незважаючи на різні способи розрахунків ВВП (табл. 2), загальна тенденція зміни майже однакова (за винятком 2014 р.).

За паритетом купівельної спроможності ВВП на душу населення має певні зміни. У 2011–2014 рр. значення показника коливалося в межах 8,3–8,7 тис. грн., загалом у довгостроковому періоді значення показника збільшилося на 28%. Найниж-

чим показник був у 2009 р. (вплив світової економічної кризи). Значення показника 2016 р. відповідає значенням 2008 та 2011 рр., що свідчить про надзвичайно низький рівень купівельної спроможності населення України. На жаль, таке становище в Україні порівняне лише з країнами третього світу.

Падіння номінального ВВП у доларах США приводить до збільшення його обсягу у гривневому еквіваленті. Логічним є питання про динаміку економічного потенціалу: чи він зростає, чи він спадає. Чітка відповідь на питання може бути отримана після аналізу реального ВВП, який вимірюється в базових цінах та змінюється лише під впливом обсягів виробництва. На обсяг реального ВВП не впливають також інфляція та девальвація.

Зростання реального ВВП в 2000-х рр. було перерване кризою в світовій економіці. Через тісні зв'язки зі світовою економікою просідання склало 15,1% (один з найбільших показників у світі). Але відновлення після кризи тривало недовго, національна економіка не встигла навіть вийти на докризовий рівень, як вже у 2012 р. рівень ВВП почав знижуватися, хоча показники щороку залишалися в невеликому зростанні. У 2014 р. реальний ВВП зменшився на 6,6%, а у 2015 р. знизився ще більше, а саме на 9,8% (табл. 3). Економіка за таких показників знаходиться у стані рецесії, який характеризується падінням виробництва.

Таблиця 2

ВВП на душу населення України за період 2005–2016 рр.

Роки	Показник					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ВВП на душу населення, тис. дол. США (темп зміни до попереднього року, %)	1,8 (-)	2,3 (27,8)	3,1 (34,8)	3,9 (25,8)	2,5 (-35,9)	3,6 (44,0)
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	3,9 (8,3)	4,0 (2,6)	4,2 (5,0)	3,1 (-26,2)	2,1 (-32,3)	2,2 (4,8)
ВВП на душу населення (за ПКС), тис. дол. США (темп зміни до попереднього року, %)	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	6,5 (-)	7,2 (10,7)	8,0 (11,1)	8,4 (5,0)	7,3 (-13,1)	7,7 (5,5)
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	8,3 (7,7)	8,5 (2,4)	8,6 (1,1)	8,7 (1,1)	7,9 (-9,2)	8,3 (5,1)

Джерело: [2]

Таблиця 3

Темпи економічного зростання України за період 2005–2016 рр., %

Роки	Показник					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Темп зміни реального ВВП	3,1	7,6	8,2	2,2	-15,1	4,1
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	5,4	0,2	0,0	-6,6	-9,8	2,3

Джерело: [1]

Всесвітня економічна криза зумовила кризові процеси в Україні, після цього ситуація значно погіршилася через політичні фактори та військову агресію. Ця криза мала багато причин, не лише економічні, але й інституційні та структурні кризи. Згідно з даними статистики у 2016 р. в Україні намітилося підвищення реального валового внутрішнього продукту на 2,3%. Але таке зростання не є позитивним, оскільки приріст розрахований по відношенню до від'ємного показника попереднього року. Загалом слід зазначити, що за індикатором реального ВВП українська економіка зробила величезний крок в зворотній бік, опинившись на рівні показників 2000-х рр.

Збройний конфлікт на Сході країни довів існування стійкої залежності національної економіки від добувної та переробної промисловості, найбільша частка якої концентрується саме в цьому регіоні.

Невідповідність зростання номінального ВВП у гривневому еквіваленті можна пояснити лише значними показниками інфляції в країні (табл. 4).

Помітно, що більшу частину періоду, що розглядається, темп інфляції перевищував 10%. Також показник інфляції супроводжувався як під-

йомами, так і спадами. У 2012 р. спостерігалася незначна дефляція (друга в новітній історії України). Загалом економіка України є гіперінфляційною.

Основними причинами інфляції в Україні, які особливо відчутні останніми роками, є, по-перше, падіння темпів зростання промислового виробництва у зв'язку з неефективною державною політикою та втратою основного промислового регіону; по друге, зростання дефіциту державного бюджету, який виникає внаслідок зменшення доходів та зростання державних витрат. Нестача коштів компенсується емісією, наслідком якої і є високі темпи інфляції. За рахунок адміністративних важелів уряд і НБУ розпочали політику стримування інфляції, результати якої виявилися вже у 2016 р. (зниження показника до 12,4%), але такі дії – це крок до наступних рецесійних процесів. Подальше стримування дефіциту національної валюти та ділової активності є єдиним можливим способом утримання визначених НБУ орієнтирів інфляції.

Певний зв'язок існує між рівнем ВВП та рівнем безробіття. Рівень безробіття за період 2005–2016 рр. підвищився на 24% (табл. 5). У зв'язку зі зниженням ВВП збільшується показник

Таблиця 4

Індекси споживчих цін та темпи інфляції в Україні за період 2005–2016 рр., %

Показник \ Роки	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Індекс споживчих цін	110,3	111,6	116,6	122,3	112,3	109,1
	2011	2012	2013	2014 ¹	2015 ²	2016 ²
	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4
Темп інфляції	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	10,3	11,6	16,6	22,3	12,3	9,1
	2011	2012	2013	2014¹	2015²	2016²
	4,6	-0,2	0,5	24,9	43,3	12,4

¹ не враховані тимчасово не підконтрольні території АР Крим і м. Севастополя;

² не враховані тимчасово не підконтрольні території АР Крим і м. Севастополя., а також окуповані частини Донецької та Луганської областей

Джерело: [1]

Таблиця 5

Безробіття в Україні за період 2005–2016 рр., %

Показник \ Роки	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Рівень безробіття	7,5	6,8	6,4	6,4	8,8	8,1
	2011	2012	2013	2014¹	2015²	2016²
	7,9	7,5	7,2	9,3	9,1	9,3

¹ не враховані тимчасово не підконтрольні території АР Крим і м. Севастополя;

² не враховані тимчасово не підконтрольні території АР Крим і м. Севастополя., а також окуповані частини Донецької та Луганської областей

Джерело: [1]

безробіття у 2009 та 2014 рр., але нелогічними тоді є зниження безробіття у 2015 р. за зниження ВВП на 9,8% і збільшення у 2016 р. Загалом за досліджуваний період показник безробіття практично не змінюється порівняно з динамікою валового внутрішнього продукту, коливання якого спостерігається в межах 6,9–9,7%. Можливо, статистична інформація недостатньо правильно відбиває реальну ситуацію, оскільки можна припустити, що існує приховане безробіття.

Можна відзначити, що інфляції в Україні притаманна більша волатильність, ніж показнику рівня безробіття.

Ефективність макроекономічної політики держави може бути виміряна шляхом зіставлення основних макроекономічних індикаторів (табл. 3–5).

Порівняння динаміки показників на рис. 2 свідчить про те, наскільки незначно змінюється рівень безробіття порівняно з ВВП та інфляцією.

Слід відзначити, що обернений лінійний зв'язок між рівнем безробіття і темпами зміни ВВП є помітним, що підтверджує коефіцієнт кореляції між ними (-0,662). Така ситуація відповідає закону Оукена: в разі перевищення нормального рівня безробіття (3–4%) на 1% спостерігається падіння ВВП на 2,5%.

Помітний обернений зв'язок існує між темпами інфляції та ВВП (коефіцієнт кореляції становить

-0,428). Дефляція у 2012 р. супроводжувала зниження темпів зростання економіки та була частиною стагнації. Але останні економічні обвали у 2009, 2014 та 2015 рр. супроводжувалися великими темпами інфляції та зниженням національної валюти, найбільше падіння становило 43,3% (2015 р.), спостерігається явище стагфляції. Між рівнем безробіття та темпом інфляції спостерігається слабкий зв'язок (коефіцієнт кореляції становить 0,343). Для національної економіки не прослідковується обернена взаємозалежність (крива Філіпса), що показує велику частку в інфляційних процесах інфляції витрат.

Інфляція та безробіття вважаються головними індикаторами макроекономічних проблем, їхня сума є індексом злиденності (Misery Index). Якщо показник нижче 10%, то проблеми не є надто серйозними. Щоправда, в економічно розвинених країнах великий внесок у цей індикатор робить рівень безробіття. В нашій країні зростання цього показника, як правило, забезпечується темпами інфляції (рис. 3).

За даними 2017 р. Україна посідає сьоме місце серед 10 найбідніших країн світу, тоді як перші три місця посідають Венесуела, Південна Африка та Аргентина. Позитивним є те, що порівняно з 2016 р. наша країна спустилась у цьому рейтингу на 4 позиції [4].

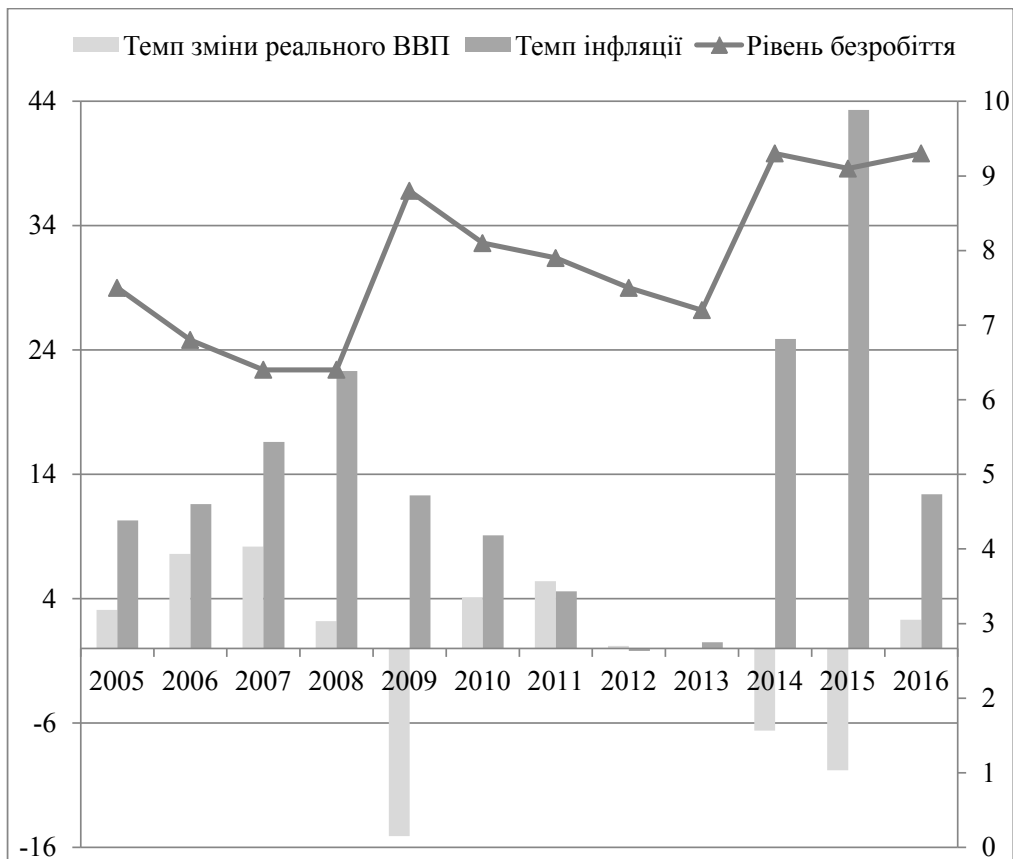


Рис. 2. Динаміка темпу зміни ВВП, рівня безробіття та темпу інфляції за період 2005–2016 рр., %

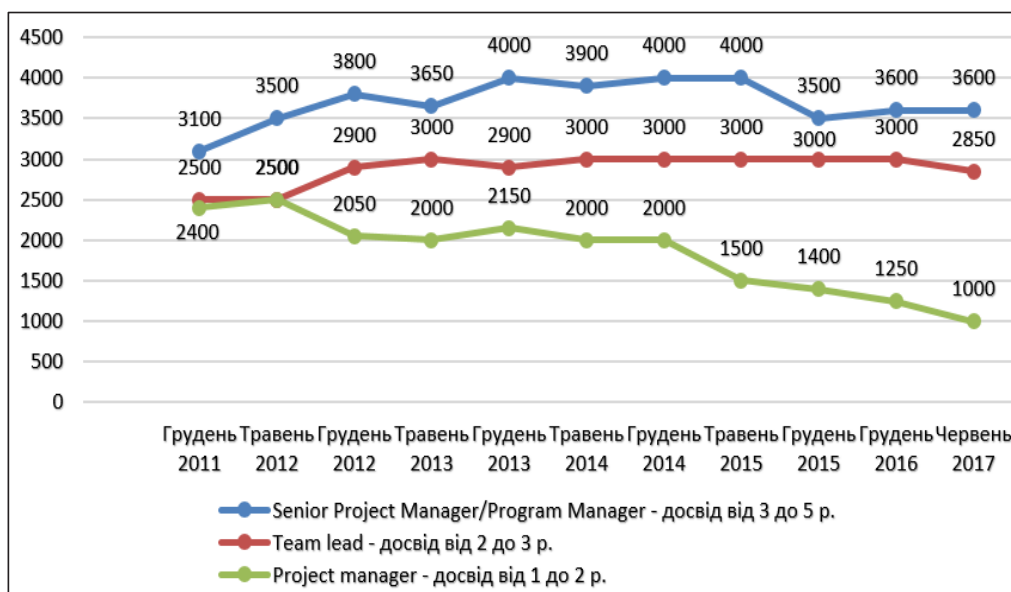


Рис. 3. Індекс злиденності

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, статистичний аналіз ключових макроекономічних показників показав негативну тенденцію економічних процесів в Україні.

По-перше, останніми роками загострюється стрімке падіння економіки країни. Зростання окремих показників не може свідчити про позитивні зрушення, оскільки вони розраховуються по відношенню до від'ємних показників попередніх періодів. Валовий внутрішній продукт на душу населення, розрахований за паритетом купівельної спроможності, порівняний з відповідним показником лише країн третього світу.

По-друге, неконтрольоване зростання інфляції викликало значний структурний дисбаланс національної економіки. Розгорнута політика стримування інфляції може мати негативні наслідки, які виявляться у повторних спалахах неконтрольованої інфляції.

По-третє, щорічне погіршення таких макроекономічних показників, як інфляція та безробіття, призвело до того, що Україна опинилася в рейтингу TOP-10 найбідніших країн світу. Подолати бідність в країні нині можливо лише шляхом усунення її причин.

Отже, окреслені вищі проблеми можуть бути розв'язані лише шляхом укріплення національної економіки, насичення її дешевими фінансовими ресурсами, надання пріоритету стратегічно важливим галузям національної економіки, відродження промисловості країни, розробки ефективної антиінфляційної політики, підвищення рівня

зайнятості населення тощо. Внаслідок таких позитивних зрушень країна побачить реальні перспективи підвищення загального рівня та якості життя населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. The World Bank. URL: <http://data.worldbank.org/indicator>.
3. International Monetary Fund. URL: <http://www.imf.org/external/index.htm>.
4. Statistical Commission: economy, environment, population, society, trade. URL: <http://unstats.un.org>.
5. Дослідження структури ВВП: матеріали дослідницького відділу Action Data Group. URL: <http://www.actiondatagroup.com/ua>.

REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Site], [ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).
2. The World Bank [Site], data.worldbank.org. Retrieved from <http://data.worldbank.org/indicator>.
3. International Monetary Fund [Site], [imf.org](http://www.imf.org). Retrieved from <http://www.imf.org/external/index.htm>.
4. Statistical Commission: economy, environment, population, society, trade [Site], unstats.un.org. Retrieved from <http://unstats.un.org>.
5. Doslidzhennia struktury VVP: materialy doslidnytskoho viddilu Action Data Group [Site], [actiondatagroup.com](http://www.actiondatagroup.com). Retrieved from <http://www.actiondatagroup.com/ua> (in Ukrainian).

Kuz'minska N.L.

Candidate of Economic Sciences,
Associate professor of the Department of Economics and Business,
Faculty of Management and Marketing
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Lindaev D.V.

Student
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

STATISTICAL ANALYSIS OF DYNAMICS OF MAIN MACROECONOMIC INDICATORS OF THE ECONOMY OF UKRAINE

The statistical analysis of key macroeconomic indicators showed a negative tendency of economic processes in Ukraine. In recent years, the rapid decline of the country's economy is exacerbating. The specific values of individual indicators cannot be indicative of positive shifts, since they are calculated in relation to the negative indicators of previous periods. Gross domestic product per capita, calculated on purchasing power parity, and is compared with the corresponding index of only third world countries.

The global economic crisis has pushed the crisis in Ukraine, after which the situation has deteriorated considerably due to political factors and military aggression. This crisis has had many reasons – it is not only economic, but also institutional and structural crises. According to statistics, in 2016 in Ukraine the real gross domestic product increased by 2.3%. But such growth is not positive, since the growth is calculated in relation to the negative index of the previous year. In general, it should be noted that according to the indicator of real GDP, the Ukrainian economy made a huge step in the opposite direction, and was thus at the level of indicators of the 2000s.

The uncontrolled growth of inflation caused a significant structural imbalance in the national economy. The deployed inflation containment policy can have negative effects that manifest themselves in repeated flashes of uncontrolled inflation.

The annual deterioration of macroeconomic indicators, such as inflation and unemployment, has led Ukraine to rank among the poorest countries in the world. Overcoming poverty in the country now is only possible by eliminating its causes.

Scheduled as a result of the statistical evaluation of the problem can only be solved by strengthening the national economy, saturation with its cheap financial resources, giving priority to strategically important sectors of the national economy, reviving the country's industry, developing effective anti-inflationary policies, raising the level of employment of the population, etc. As a result of such positive changes, the country will see real prospects for raising the overall level and quality of life of the population.

РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ
ПРОЕКТАМИ SCRUM В ПРАКТИКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВPROSPECTS OF IMPLEMENTING A FLEXIBLE SCRUM PROJECT
MANAGEMENT METHODOLOGY IN THE PRACTICE OF DOMESTIC
ENTERPRISES

У статті досліджено ролі всередині організації та роль інформаційного менеджменту в ІТ. Обґрунтовано, що сфера ІТ є потенціальним гравцем на міжнародній арені. Проаналізовано динаміку заробітних плат та динаміку щорічної підготовки ІТ-спеціалістів. Відображено результати фінансового внеску ІТ в окремих регіоні і державу загалом. Визначено покрокові застосування процесів та інструкцій гнучкої методології Scrum на практиці. Приведено теорії управління персоналом та теорія управління контрактами. Надано перелік інструментів інформаційного менеджменту та опис їх функціональності для застосування в проектній роботі. Розглянуто українські та зарубіжні організації, які практикують гнучку методологію управління проектів Scrum.

Ключові слова: Scrum, Agile, гнучка методологія, відрізок, лист завдань, огляд відрізка, ретроспектива, планерка, відрізок часу, команда, проект, маніфест, функціональність.

В статье исследованы роли внутри организации и роль информационного менеджмента в ИТ. Обосновано, что сфера ИТ является потенциальным игроком на международной арене. Проанализированы динамика заработных плат и динамика ежегодной подготовки ИТ-специалистов. Отображены привлеченные финансовые результаты ИТ в развитие отдельного региона и государство в целом. Определены пошаговые применения процессов и инструкций гибкой методологии Scrum на практике. Приведены теории управления персоналом

и теория управления контрактами. Предоставлен перечень инструментов и технологий информационного менеджмента с описанием их функциональности для применения в проектной работе. Рассмотрены украинские и зарубежные организации, практикующие гибкую методологию управления проектами Scrum.

Ключевые слова: Scrum, Agile, гибкая методология, отрезок, лист заданий, обзор отрезка, ретроспектива, планерка, отрезок времени, команда, проект, манифест, функциональность.

The article explored the roles within the organization and the role of information management in IT. It is reasonable, that the IT sphere is a potential player in the international arena. The dynamics of salaries and dynamics of the annual training of IT-specialists are analyzed. The attracted financial results of IT in the development of a separate region and the state as a whole are displayed. Step-by-step applications of processes and instructions of the flexible methodology of Scrum in practice are determined. Theories of personnel management and theory of contract management are presented. A list of tools and technologies for information management with a description of their functionality for use in the project work is provided. Ukrainian and foreign organizations practicing a flexible methodology for managing Scrum projects are considered.

Key words: Scrum, Agile, flexible methodology, segment, task sheet, line segment review, retrospective, planning meeting, time interval, team, project, manifest, functionality.

УДК 005:004:005.95:331.2

Гуржий Н.М.

Д. е. н., доцент,
професор кафедри підприємства,
менеджменту та логістики
Запорізький національний університет

Воробийов К.С.

студент
Запорізький національний університет

Постановка проблеми. В мінливих умовах сучасного бізнес-середовища інформаційні технології мають великий потенціал і досить швидко заволоділи більшою частиною ринку послуг. Ключовими факторами успіху ІТ-організацій виступають кваліфіковані співробітники та якість виконаної роботи. Але задля виконання конкретних завдань у сфері ІТ необхідно використовувати відповідні технології та інструменти інформаційного менеджменту для підтримки контролю основних процесів і сприятливу атмосферу між замовником, керівником та командою, яка виконуватиме більшу частину роботи. Практика роботи світових ІТ-гігантів підтверджує, що інформаційний менеджмент, його технології та інструменти, є рятувальним кругом в разі виникнення непередбачуваних ситуацій, підписання контрактів, переговорів,

організації роботи організації загалом, планування, мотивації персоналу, залучення гнучких методологій та співробітників до роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Нині технології та інструменти Scrum в ІТ не отримали такої популярності з боку українських спеціалістів. Але питання впровадження та розвитку процесів управління проектами в компаніях розробляти та вивчали зарубіжні спеціалісти, такі як, зокрема, Дж. Сазерленд, К. Швабер, А. Коберн, Б. Опдайк, Д. Стаплетон, А. Беннекум, Д. Комплін, К. Ларрі, Д. Лука, П. Код, Д. Харсміт, Е. Хант, Б. Кент, М. Боб, Д. Гренінг, М. Поппедик, Т. Поппедик.

Постановка завдання. Аналіз впровадження закордонного та вітчизняного досвіду щодо використання технологій та інструментів інформацій-

ного менеджменту за допомогою гнучкої методології Scrum сприяє оптимізації робочого процесу та допомагає уникнути причин гальмування впровадження процесів управління проектами в ІТ-організаціях та на підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження.

З 2016 року відбулося різке зростання кількості ІТ-фахівців. Нині їх кількість становить понад 120 000 тисяч осіб [1]. Щороку інститути і приватні організації з підготовки ІТ-спеціалістів випускають від 30 000 до 44 000 тисяч осіб. З цієї причини організації почали масове нарощування філій в містах України для вербування кваліфікованих фахівців у сфері інформаційних технологій.

Завдяки цьому з'явилася тенденція використання інформаційного менеджменту в ІТ-організаціях. Надлишок фахівців досить сильно позначився на процесах виконання проектів та координації команд.

За результатами I півріччя 2017 року ринок ІТ-послуг збільшився до 2,9 млрд. дол., що становить 4% ВВП країни. Незважаючи на кризові явища в економіці України, зростання ІТ-сектору у 2016 році склало 7%.

Згідно зі сприятливими прогнозами до 2020 року ця галузь може зрости в 2 рази.

Зростання галузі приведе до:

- зростання кількості фахівців галузі ще до 200 тис.;
- збільшення експорту ІТ-послуг до 6 млрд. дол.;
- збільшення ніші на світовому ринку;
- виходу галузі на друге місце за рівнем експорту;
- збільшення відрахувань до бюджету в розмірі 30 млрд. грн. [2].

Виходячи з вищесказаного, можемо сказати, що інформаційна галузь посяде друге місце за рівнем експорту, впевнено формуючи державу як серйозного гравця в постачанні інформаційних послуг на світовій арені.

Аналізуючи ринок праці у сфері ІТ України за останні 10 років, можемо сказати, що інформаційна діяльність є прибутковою.

Динаміку заробітної плати наведено на рис. 1 з огляду на кваліфікацію та досвід роботи фахівців, що дає змогу зробити висновок, що навіть молодші спеціалісти отримують гідну заробітну плату з огляду на нестабільну економічну ситуацію в розмірі 1 000\$ на липень 2017 року.

Що стосується середніх фахівців, то їх заробітна плата становить від 2 800\$ на липень 2017 року. Заробітна плата досвідчених фахівців становить від 3 700\$ на липень 2017 року.

Вихідними даними стали результати 71 242 анкет опитуваних учасників, кандидатури яких розглядалися або які вже були прийняті на роботу [3].

Аналізуючи популярні регіони України, відносимо до них Одесу та Львів. Кількість працюючих ІТ-спеціалістів в них становить від 11 570 до 17 900 осіб та від 14 200 до 21 860 осіб відповідно.

Розглянемо середню заробітну плату в Одесі за I півріччя 2017 року (рис. 2) та середню заробітну плату у Львові за I півріччя 2017 року (рис. 3).

Аналіз заробітної плати в Одесі та Львові дає змогу зробити висновок, що кількість кваліфікованих спеціалістів та рівень заробітної плати Одеси спричинені тим, що компанії цього міста можуть запропонувати велику заробітну плату середнім та висококваліфікованим спеціалістам. Однак конкуренцію

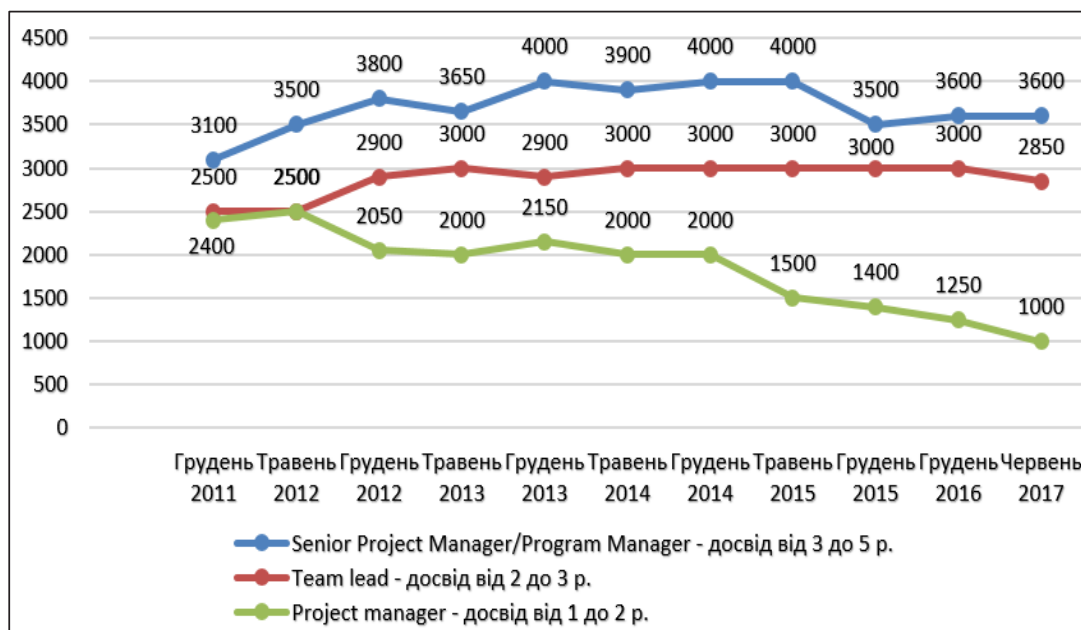


Рис. 1. Динаміка заробітної плати спеціалістів інформаційного менеджменту в Україні

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

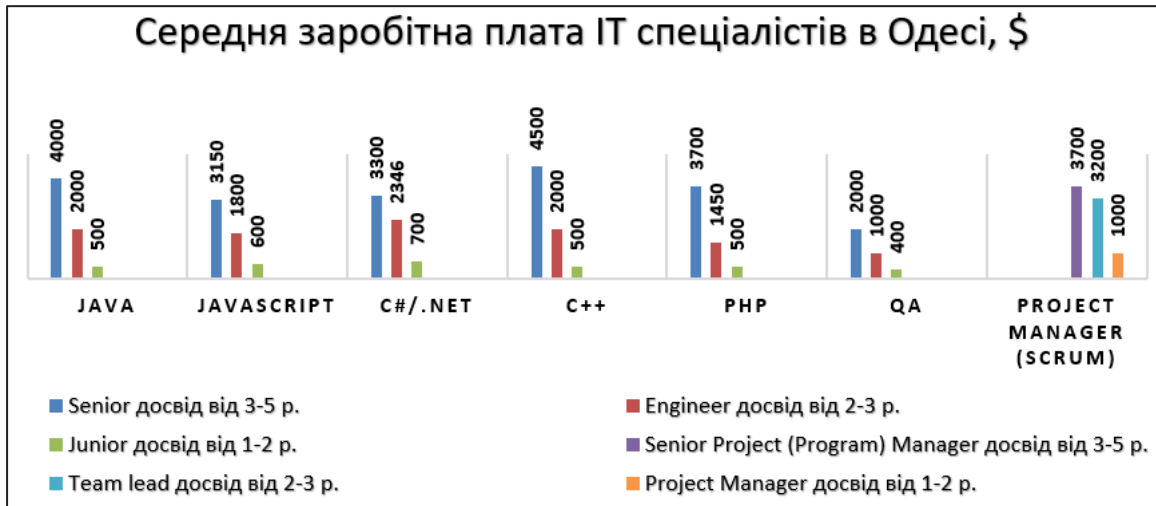


Рис. 2. Середня заробітна плата ІТ-спеціалістів в Одесі

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

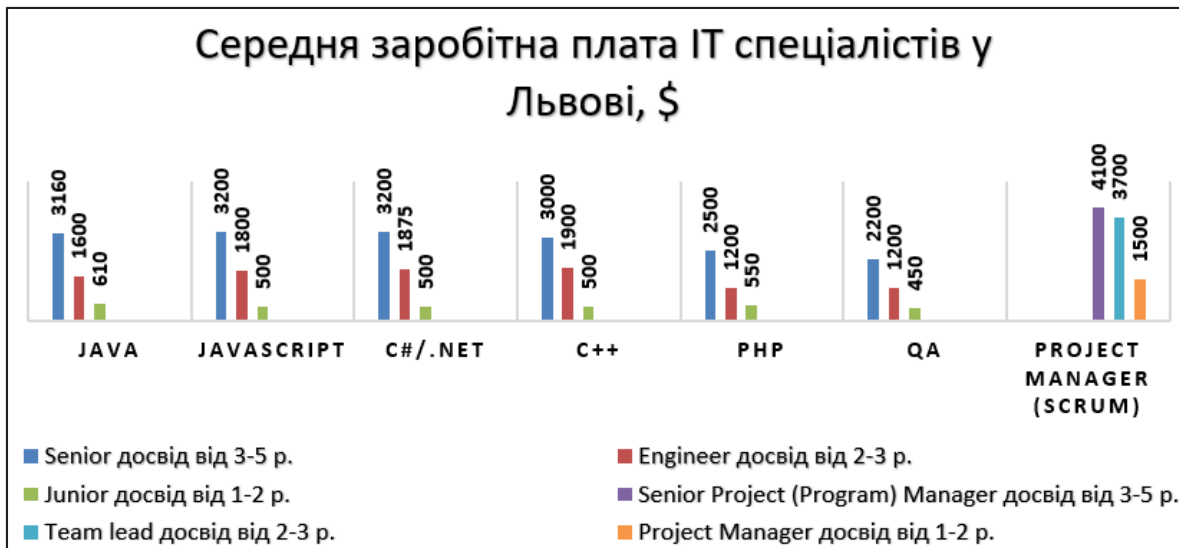


Рис. 3. Середня заробітна плата ІТ-спеціалістів у Львові

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

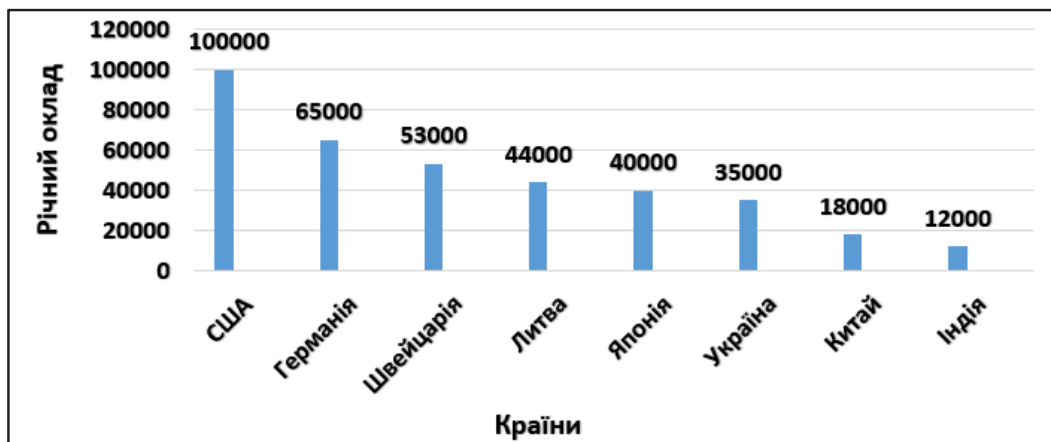


Рис. 4. Динаміка заробітної плати, за кордом та в Україні [17]

треба очікувати теж велику. У Львові все навпаки: заробітна плата середніх та висококваліфікованих спеціалістів на 500–700\$ менше, ніж в Одесі, але конкуренція на одне робоче місце не така велика.

Щодо підсумкової динаміки заробітної плати за кордоном, то тут все не так однозначно. Лідером та державою-рекрутером є США. Західні підприємці з усіх сил намагаються задовольнити своїх працівників, щоб саме вони працювали в їхніх компаніях, про що свідчать дані, наведені на рис. 4, динаміки річного окладу за кордоном.

Тільки у 2016 році ІТ-школи України підготували 43 868 ІТ-фахівців. У 2017 році за збереження тенденції ІТ-школи України випустять вже понад 50 000 фахівців [4].

Для керування, планування, контролювання, оцінювання, своєчасного виконання роботи, формування команд доцільно використовувати гнучку методологію управління проектами Scrum. Чому саме управління проектами? Тому що будь-яка робота в ІТ – це проект, що створений креативними людьми, а для ще більшої оптимізації своїх процесів вони використовують саме цю методологію, яка стала однією з популярних в усьому світі.

В Україні всі великі організації використовують методологію управління проектами Scrum. Малі та середні організації впроваджують гнучку методологію Scrum тільки на етапі зростання організації, коли є чіткі цілі та сформовано команду для їх вирішення.

Для підтвердження актуальності та популярності гнучкої методології Scrum наведено діаграму використання методологій за I півріччя 2017 року, яка наглядно показує, що серед всіх найбільш поширеною методологією є Scrum (57%).

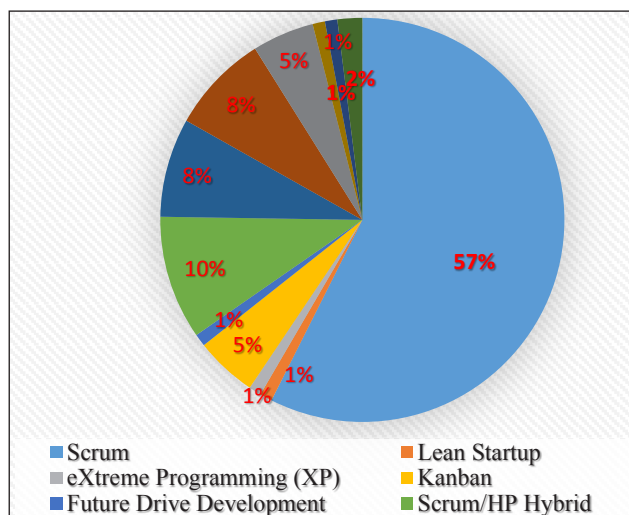


Рис. 5. Діаграма популярності методологій управління проектами [5, с. 9]

Щодо самої методології Scrum, то вона створена Джефом Сазерлендом і Кеном Швабер. Творці об'єднали весь здоровий глузд для командної та організаційної роботи з постійним наданням

функціоналу замовнику протягом короткого часу. Scrum увійшов в сімейство гнучких методологій Agile через те, що процеси, котрі трактує ця методологія, є еталоном принципів Agile Manifesto [6, с. 254–255]. А саме люди та взаємодія важливіші процесів та інструментів; працюючий продукт важливіше вичерпної документації; співпраця із замовниками важливіше узгодження умов контрактів; готовність до змін важливіше проходження початкового плану. Перевагами гнучкої методології Scrum виступають можливість швидкого запуску проекту з найбільш пріоритетними функціями і мінімально можливим бюджетом, щоденний контроль над ходом робіт, більш гнучкий контроль над бюджетом проекту, демонстрації проекту частинами, можливість внести корективи в технічне завдання в процесі реалізації проекту, що є, безперечно, перевагою для замовника. Так само є й недоліки, а саме відсутність фіксованого бюджету, неможливість застосування для державних замовлень з некваліфікованими працівниками.

Методологія Scrum не тільки підходить для розроблення програмних засобів, але й може бути використана для багатьох процесів зі створення продукту, а саме від венчурних до маркетингових продуктів [7, с. 16].

Перш за все Scrum – це набір принципів, на яких будується процес розроблення, що дає змогу в жорстко фіксовані та невеликі відрізки часу надавати кінцевому користувачу працюючий функціонал або продукт з новими можливостями, для яких був визначений найбільший пріоритет.

Scrum дає змогу організувати роботу команд різного рівня зрілості і робити проекти різного рівня складності, а саме від простих до комплексних з високим масштабом невизначеності.

За кордоном методологія управління проектами Scrum впроваджувалася вже в перший рік її зародження, оскільки більшість фахівців брала участь в її створенні, вони були власниками величезних корпорацій, фахівцями топ-менеджменту і програмістами.

Методологія Scrum включає в себе такі елементи, як Ролі (Замовник, Керівник, Команда), Ключова інформація (Лист завдань, Відрізок виконання завдань, Готовий функціонал продукту), Процеси (Планування відрізка, Ретроспектива, Оперативні збори, Огляд відрізка часу) [8, с. 1–17].

Розглянемо більш детально всі елементи Scrum в роботі.

Під час складання листа завдань потрібно обговорити із замовником, які, на його думку, будуть пріоритетні завдання з бізнес-вимогами [9, с. 28–31]. Склавши лист завдань, переходимо до планування відрізка, де команда та керівник встановлюють пріоритети до кожного завдання, виходячи з термінів, обсягу і темпу роботи. Коли пріоритети були вибрані, відбувається перенесення завдань на від-

різок виконання завдань. На відрізу виконання завдань команда реалізує завдання протягом від 1 до 4 тижнів [10, с. 200, 243]. За ступенем виконання завдань кожного дня відбуваються оперативні збори, де обговорюється, що було зроблено з попередніх оперативних зборів, які є проблеми, що буде зроблено до наступних оперативних зборів. Коли відрізок виконання завдань завершується, починаються збори з огляду відрізу часу. На ньому команда разом з керуючим демонструє готовий продукт і очікує можливі зміни у вимогах до завдань. Після огляду відрізу часу відбувається ретроспектива, тобто 30-хвилинні або 4-годинні заходи, де обговорюється, що було зроблено, як можна покращити, які покращення будуть проведені [11]. Коли ретроспектива оголошується завершеною, весь процес починається з початку.

Отримання навичок відбувається в процесі визначення обсягу роботи. Почнемо з командоутворення, яке проходить в 5 етапів, таких як створення команди, усвідомлення цілей, звикання один до одного, самокерованість команди та розформування команди, коли мета досягнута. Як тільки команда була сформована, їй потрібна практика в узгодженості рішень [7, с. 35–38]. У цьому нам допоможе покер планування, що є картковою грою, в ході якої команда повинна викинути однакове число для присвоєння його задачі. Надалі це послужить як система оцінки складності виконання завдання (сторіпоінт) [12].

Для управління Scrum проектами використовуються такі інструменти, як [13] Jira, TFS, Version One, Rally, Spreadsheet.

Серед організацій, що практикують Scrum, варто назвати як інформаційні гіганти, так і будь-які інші організації, залучені в проектну роботу. Зокрема, це “Microsoft”, “Oracle”, “Yahoo”, “Intel”, “Google”, “Toyota”, “EA”, “Rambler”, “Lochheed Martin”, “Kaspersky Labs”, “Nokia”, “Unilever”, “BBC”, низка банків, таких як «Альфа Банк», «Райффайзен Банк», “Home Scredit”, “EPAM”, “SoftServe”, “Luxoft”, “GlobalLogic”, “Ciklum”, “NIX Solutions Ltd”, “Infopulse”, “Netcracker”, “DataArt”, “ELEKS”, “Miratech”, “EVO”, “Lohika”, “ISD*”, “Plarium”, “Sigma Software”, “Playtech”, “GeeksForLess Inc.”, “Samsung R&D Institute Ukraine”, “Terrasoft”, “Playtika UA”, “INTROPRO LLC”, “Astound Commerce”, “Cogniance”.

Також як приклад впровадження методології Scrum приведені організації “Google” та “EPAM”.

Робота в компанії “Google” виконується за участі n-кількості Scrum-майстрів, n-кількості команд в складі від 7 до 9 осіб. На верхівці керування стоїть топ-менеджер або програмний менеджер, який спрямовує Scrum-майстрів до сформованих команд, аналізує оцінку виконання проектів та делегує лист вимог з огляду на технічну спрямованість команд. Цей лист вимог складає команда власників продукту, їх головна мета полягає у фор-

муванні пріоритетних вимог для Scrum-майстрів та їх команд. Використання такої високорівневої структури допомагає у створенні гігантських продуктів або паралельних проектів. Як інструменти використовуються спеціальні програмні засоби “Google”, які недоступні у відкритому доступі.

Головною відмінністю вітчизняної компанії “EPAM” від закордонної компанії “Google” є відмінність в організаційних ролях.

Робота в компанії “EPAM” виконується за участю Scrum-майстра, який керує командами в кількості від 1 до 3. В складі кожної команди може бути від 7 до 20 осіб. Кожна команда може виконувати від 1 до 4 паралельних проектів. Для управління проектами використовується власноруч розроблений програмний засіб, в складі якого є такі компоненти, як, зокрема, банк збереження та формування проектної документації, модулі контролю та пріоритетності завдань з автоматичним збором за умови їх виконання, моніторинг витрат на проект, модуль формування команд, модуль підключення компетентного спеціаліста для допомоги у вирішенні проблем, модулі організації процесів та делегування завдань.

В організаціях бувають непередбачувані ситуації, які можуть вплинути як на терміни, так і на результати проекту. Для того щоб цього не сталося, використовується система управління ризиками, яка проходить в кілька етапів, таких як виявлення, аналіз і пріоритетність, планування, моніторинг, корекція, витяг уроків.

Для апробації Scrum-технології ми використали підприємство з виготовлення кави “ISLA” (як у розчинному, так і зерновому вигляді) [14].

З метою практичного використання була розроблена загальна схема організації SCRUM – технології управління проектами із критичними ризиками та підвищеною відповідальністю (рис. 6). Також було використано системи контролю ризиків (рис. 7), де як ймовірні критичні ситуації та загрози представлена система балів (табл. 1).

Розглянемо сутність блоків.

До блоку «Замовник» входять цілі проекту, основні обмеження та ресурси, управління проектом за Scrum-технологіями, а саме об'єкт, команда проекту та усі наявні ресурси для його виконання; «Управління відрізками часу» – аналіз процесу виконання робіт, корекція структури відрізків часу та їхнього змісту; «Реагування на зміну ймовірності ризикових подій» – додатковий блок проактивного управління життєвого циклу виготовлення кави; блок «Постачання» керує виконанням поставки, інформує команду проекту про наявні і відсутні ресурси та організовує роботи з доставки та перерозподілу [15, с. 12].

Для запобігання критичних випадків доцільним є використання системи контролю ризиків, яка представлена на рис. 7.

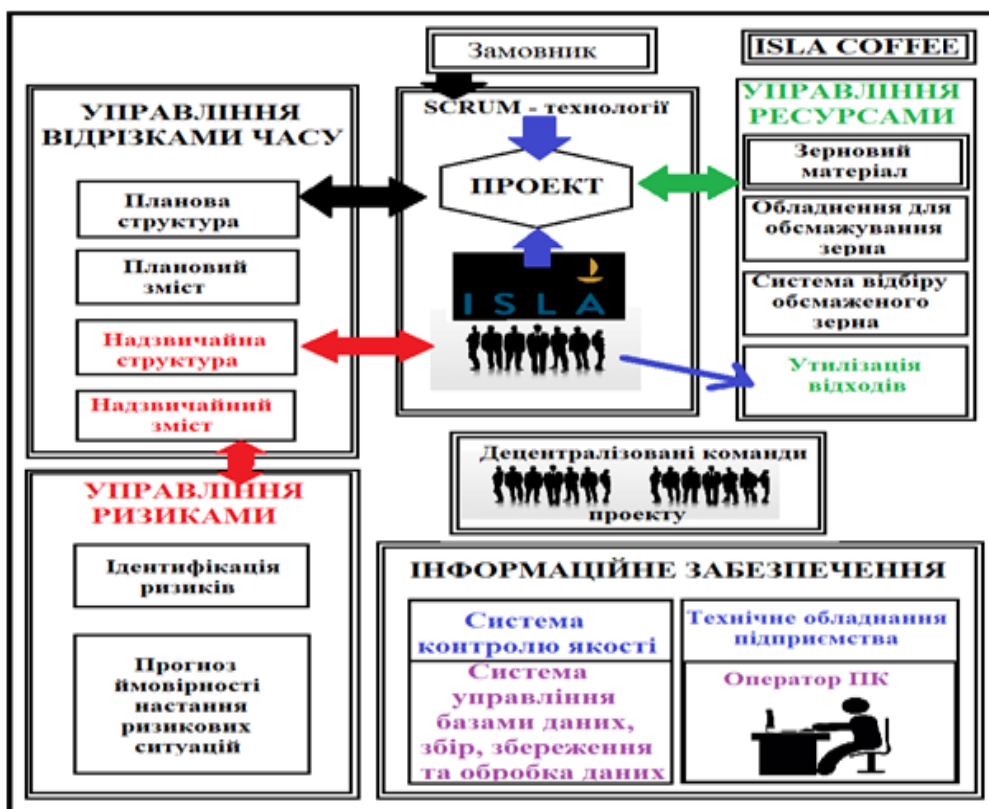


Рис. 6. Загальна схема організації SCRUM-технології управління проектами з критичними ризиками та підвищеною відповідальністю

Джерело: розроблено авторами на основі [15, с. 12]



Рис. 7. Система контролю ризиків [7, с. 60]

Таблиця 1

Ймовірні критичні ситуації та загрози [7, с. 62]

Ймовірність / Загроза	Низька = 1	Середня = 2	Висока = 3
Висока = 3	3	6	9
Середня = 2	2	4	6
Низька = 1	1	2	3

також розглянемо фактори і показники зростання ризиків [16].

Аналізуючи дані табл. 2, можемо зробити висновок, що будь-яка технічна несправність або перевищення просмаження кави призведе до повної зупинки виробництва або до браку продукції. Через це до цих критичних ситуацій було визначено максимальний показник загрози, який дорівнює 3, і середній показник її ймовірності, який дорівнює 2. Решта ж критичних ситуацій, таких як неправильна перевірка якості кавового зерна, неправильне його змішування, не призведе до браку продукції, а тільки посприє подальшому виробництву розчинної кави. Через це показник загрози становить від 1 до 2, а показник ймовірності – від 1 до 2, оскільки виникнення таких ситуацій малоімовірно, але не виключене. Аналіз приведених даних дає змогу зробити висновок, що використання системи контролю ризиків

Оцінка критичних ситуацій під час життєвого циклу виготовлення кави

Критичні ситуації під час виготовлення кавового зерна	Ймовірності	Показник загрози	Фактори	Результат
Неправильна перевірка якості кавового зерна	Низька = 1	Середній = 2	Недосвідченість працівника, низька якість зерна	Відправка кавового зерна для виготовлення розчинної кави
Неправильне змішення зерна	Середня = 2	Середній = 2	Недосвідченість працівника, збій системи якості	Відправка кавового зерна для виготовлення розчинної кави
Неправильне просмаження кави	Висока = 3	Високий = 3	Недосвідченість працівника, збій системи якості	Брак продукції
Несправність обладнання просмаження кави	Середня = 2	Високий = 3	Неперевірене обладнання, збій у мережі напруги	Брак обладнання, брак продукції, відновлення після збою
Несправність транспортуючого гвинту	Середня = 2	Низький = 1	Технічна поломка	Зупинення виробництва
Несправність елеватора	Середня = 2	Високий = 3	Технічна поломка, засмічення елеватора	Зупинення виробництва, брак продукції через змішання обсмаженого та необсмаженого зерна
Незамкнене сховище кавового зерна	Середня = 2	Високий = 3	Неуважність працівників, брак сховища	Сирість продукції, брак продукції
Несправність системи розфасовки зерна	Середня = 2	Високий = 3	Брак системи постачання зерна	Непридатність зерна за нормами гігієни

на підприємстві покращує продуктивність і якість життєвого циклу виготовлення кави та допомагає усунути появу непередбачуваних ситуацій.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що з використанням наведеної методології управління проектами бізнес-одиниця не тільки своєчасно виконує поставлені завдання на виконання проекту, але й надає час для виконання паралельних проектів на реалізацію або підтримку наявних.

Постійний контроль, планування, оцінка, мотивація персоналу, оперативні збори і всілякі внутрішньо організаційні заходи, підтримка дружніх відносин між підлеглими і керівником – це ті складові, які допомагають організації бути на плаву і тримати сприятливу атмосферу всередині. Залучення замовників в процес реалізації проекту налагоджує зворотний зв'язок між командою і керуючим, максимально спрощуючи формування бізнес-вимог продукту. Завдяки цьому у замовника формується уявлення про ідеальну організацію, яка виконає замовлену роботу якісно і в строк, надаючи готовий функціонал продукту, який можна продати на ринку послуг.

За рахунок цього організація виграє в поступовому формуванні клієнтури. Чим більше клієнтів, тим більше способів нарощування потужностей організації.

Завдяки постійним замовленням організація надає гідну заробітну плату, створює робочі місця,

кваліфіковані кадри, які в подальшому зможуть, виходячи зі свого досвіду, створити власну організацію. Все вищесказане сприяє своєчасній сплаті податків до бюджету країни, формуючи сприятливі передумови для розвитку ресурсного та економічного потенціалу регіону і країни загалом, висуваючи Україну на лідируючі позиції експорту ІТ-послуг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лышак М. IT-отрасль в Украине: о чем много говорят, но мало знают. URL: <http://fakty.ictv.ua/ru/ukraine/20161123-it-galuz-v-ukrayini-pro-shho-bagatogovoryat-ale-malo-znayut>.
2. В 2017 году рынок IT-услуг увеличился до 2,9 млрд. долларов. URL: <https://focus.ua/country/384135>.
3. Динамика заработной платы в IT Украины. URL: <https://jobs.dou.ua/salaries/dynamics>.
4. Исленко М. Рынок труда 2016. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/jobs-and-trends-2016>.
5. 11th annual state of agile report. URL: <https://explore.versionone.com/state-of-agile/versionone-11th-annual-state-of-agile-report-2>.
6. Сазерленд Дж., Швабер К. Софт за 30 дней. Как Scrum делает невозможное возможным. Москва: МИФ, 2017. С. 254–255.
7. Вольфсон Б. Гибкое управление проектами и продуктами. Санкт-Петербург: Питер, 2017. С. 16, 35–38, 60, 62.

8. Schwaber K., Sutherland J. The Scrum Guide. Instruction on flexible methodology (electronic journal). 2017. P. 1–17. URL: <http://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-US.pdf#zoom=100> (accessed 11 December 2017).

9. Пихлер Р. Управление продуктом в Scrum. Agile-методы для вашего бизнеса. Москва: МИФ, 2016. С. 28–31.

10. Кон М. Scrum. Гибкая разработка ПО. Москва: Вильямс, 2016. С. 200, 243.

11. Дмитриев С. Retrospectives. URL: <http://www.slideshare.net/Blackie6/retrospectives-agiledays-2011>.

12. Planning Poker: как сделать процесс постановки задач максимально прозрачным и четким. URL: <https://habrahabr.ru/company/retailrocket/blog/334256>.

13. Толбаков Е. Top-5 инструментов управления Agile-проектами. URL: <https://habrahabr.ru/company/dataart/blog/290340>.

14. Презентація «Про ISLA». URL: <http://isla.ua/Pro-ISLA-2017-UA.pdf>.

15. Хеблов Исмаил Абдул Асалам А. Развитие Scrum-технологий проактивного управления проектами с критическими рисками: автореф. дис. ... канд. техн. наук. URL: <http://opu.ua/upload/files/diss/avtorefHeblov.pdf>.

16. Бернардо Б., Роха Дж.Г. Производство кофе. URL: <http://base.safework.ru/iloenc?navigator&spack=110LogLength%3D0%26LogNumDoc%3D857200809%26listid%3D010000000100%26listpos%3D4%26lsz%3D10%26nd%3D857200809%26nh%3D1%26>.

17. Факты о современном программисте. URL: <http://www.contenton.ru/blog/2016/01/18/fakty-sovremennyh-programmistah>.

REFERENCES:

1. Lyshak M. (2016) IT-otrasl' v Ukraine: o chem mnogo govoryat, no malo znayut [IT industry in Ukraine: what speak much about, but know a little] IT field news (electronic resource). URL: <http://fakty.ictv.ua/ru/ukraine/20161123-it-galuz-v-ukrayini-pro-shho-bagato-govoryat-ale-malo-znayut> (accessed 9 December 2017).

2. V 2017 godu rynek IT-uslug uvelichilsya do 2,9 mlrd dollarov (2017) [In 2017 the market of IT services has increased to 2,9 billion dollars] IT field news (electronic resource). URL: <https://focus.ua/country/384135> (accessed 11 December 2017).

3. Dinamika zarabotnoy platy v IT Ukraina (2017) [Dynamics of the salary in IT of Ukraine] wage statistics IT field (electronic resource). URL: <https://jobs.dou.ua/salaries/dynamics> (accessed 11 December 2017).

4. Islenko M. (2016) Rynek truda [Labor market of 2016] IT field news (electronic resource). URL: <https://dou.ua/lenta/articles/jobs-and-trends-2016> (accessed 13 December 2017).

5. 11th annual state of agile report (2017) [11 th annual state of agile report] agile methodology report (electronic resource), vol. 11, pp. 16. URL: <https://explore.versionone.com/state-of-agile/versionone-11th-annual-state-of-agile-report-2> (accessed 17 December 2017).

6. Sazerlend D., Shvaber K. (2017) Soft za 30 dney. Kak Scrum delaet nevozmozhnoe vozmozhnym [Software in 30 Days: How Agile Managers Beat the Odds, Delight Their Customers, and Leave Competitors in the Dust]. Moscow: MIF, pp. 254–255 (in Russian).

7. Vol'fson B. (2017) Gibkoe upravlenie proektami i produktami [Flexible Project and Product Management]. Sankt-Peterburg: Peter, pp. 16, 35–38, 60, 62 (in Russian).

8. Schwaber K., Sutherland J. (2012) The Scrum Guide [The Scrum Guide]. Instruction on flexible methodology (electronic resource), pp. 1–17. URL: <http://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-US.pdf#zoom=100> (accessed 11 December 2017).

9. Pikhler R. (2016) Upravlenie produktom v Scrum. Agile-metody dlya vashego biznesa [Management of a product in Scrum. Agile-methods for your business] Moscow: MIF, pp. 28–31 (in Russian).

10. Kon M. (2016) Scrum. Gибкая razrabotka PO [Flexible software development]. Moscow: Vilyams, pp. 200, 243 (in Russian).

11. Dmitriev S. (2011) Retrospectives [Retrospectives] process scrum methodology (electronic resource), pp. 33. URL: <http://www.slideshare.net/Blackie6/retrospectives-agiledays-2011> (accessed 13 December 2017).

12. Planning Poker: как сделать процесс постановки задач максимально прозрачным и четким (2017) [Planning Poker: how to make process of statement of tasks the most transparent and accurate] practice of employees (electronic resource). URL: <https://habrahabr.ru/company/retailrocket/blog/334256> (accessed 19 December 2017).

13. Tolbakov E. (2015) Top-5 instrumentov upravleniya Agile-proektami [Top-5 instruments of management of Agile-projects] instruments of management of working process (electronic resource). URL: <https://habrahabr.ru/company/dataart/blog/290340> (accessed 17 December 2017).

14. Prezentatsiya "Pro ISLA" (2017) [The presentation "About the ISLA organization"] information on the organization (electronic resource), pp. 35. URL: <http://isla.ua/Pro-ISLA-2017-UA.pdf> (accessed 23 December 2017).

15. Khebllov Ismaail Abdul Asalam A. (2017) Rozvytok Scrum – tekhnolohii proaktyvnoho upravlinnia proektamy z krytychnymy ryzykamy: avtoreferat dys. na zdobuttia naukovooho stupenia kandydata tekhnichnykh nauk [Development of Scrum – technologies of pro-active project management with critical risks] (PhD Thesis), Odessa: National Polytechnic University.

16. Bernardo B., Rocha J.G. (1998) Proizvodstvo kofe [Production of coffee] encyclopedia of occupational health and safety (electronic resource). URL: <http://base.safework.ru/iloenc?navigator&spack=110LogLength%3D0%26LogNumDoc%3D857200809%26listid%3D010000000100%26listpos%3D4%26lsz%3D10%26nd%3D857200809%26nh%3D1%26> (accessed 23 December 2017).

17. Факты о современном программисте (2016). [Facts about the modern programmer] wage statistics IT field in the world (electronic resource). URL: <http://www.contenton.ru/blog/2016/01/18/fakty-sovremennyh-programmistah> (accessed 13 December 2017).

Hurzhii N.M.Doctor of Economic Sciences,
Professor at Department of Entrepreneurship,
Management of Organization and Logistics,**Vorobjov K.S.**

Student

Zaporizhzhya National University

**PROSPECTS OF IMPLEMENTING A FLEXIBLE SCRUM PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGY
IN THE PRACTICE OF DOMESTIC ENTERPRISES**

Goal. The purpose of the study is to illustrate correct implementation of technology and information management tools, with the help of the flexible Scrum methodology, which helps to optimize workflow, and help to avoid causes of inhibition of the implementation of project management processes in the IT organization.

Research methodology. In process of research were used: technologies, tools, methods and processes for implementing flexible Scrum methodology in organization. Borrowing overseas instructions is a seamless implementation of the flexible Scrum project management methodology. The benefits and future financial and organizational perspectives of attracting Scrum's flexible methodology are identified.

Result. The roles within organization and role of information management in IT were explored. It is substantiated that IT is a potential player on international scene. The dynamics of wages and dynamics of annual training of IT specialists are analyzed. The step-by-step application of Scrum's flexible methodology and procedures is defined in practice. Ukrainian and foreign practitioners are considered flexible Scrum methodology.

Scientific novelty is the introduction of flexible methodology for project management, processes, methods, personnel and organization as a whole. The vision is that the organization does not use information management tools to improve working conditions and increase speed of its implementation. Testing flexible Scrum methodology at the ISLA Grain and Instant Coffee Production Enterprise has increased productivity of organization and reduced likelihood of emerging critical situations and threats during life cycle of production.

The practical significance is application of practical material from foreign specialists to improve organization's processes, increase financial activity, create workplaces, attract qualified personnel, create additional branches, and create favorable conditions for the development of resource and economic potential of the region and the country as a whole – putting Ukraine at forefront IT service export position.

ПОБУДОВА ТА ОЦІНКА ПРОГНОЗУ ПОКАЗНИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО СЕГМЕНТУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

BUILDING AND EVALUATION OF PROGNOSIS OF INDICATORS OF INNOVATIVE SEGMENT OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

У статті описано процедуру основних етапів визначення загального показника інноваційного сегменту економічної безпеки держави, описано його складові. Визначено, які основні складові інноваційного та інформаційного сегментів економіки країни є найбільш впливовими на загальний стан галузі. На основі визначеного інноваційного показника економічної безпеки та множини інших інноваційних показників цієї галузі розроблено багатofакторну регресійну модель, на основі якої можна побудувати експост-прогноз досліджуваного показника на конкретний період часу. Сформовано сукупність рядів динаміки, до яких застосовано трендовий аналіз для визначення рівнянь трендів, за допомогою яких знайдено прогнозні значення множини інноваційних показників. Проведено оцінювання точності отриманих прогнозних значень.

Ключові слова: інноваційний показник, економічна безпека, регресійний аналіз, трендовий аналіз, прогнозування, прогноз.

В статье описана процедура основных этапов определения общего показателя инновационного сегмента экономической безопасности государства, описаны его составляющие. Определено, какие основные составляющие инновационного и информационного сегментов экономики страны являются наиболее влиятельными на общее состояние отрасли. На основе определенного инновационного показателя экономической безопасности и множества других инновационных показателей данной отрасли разработана многофакторная регрессионная модель, на основе которой

можно построить экспост-прогноз исследуемого показателя на конкретный период времени. Сформирована совокупность рядов динамики, к которым применен трендовый анализ для определения уравнений трендов, с помощью которых найдены прогнозные значения множества инновационных показателей. Проведена оценка точности полученных прогнозных значений.

Ключевые слова: инновационный показатель, экономическая безопасность, регрессионный анализ, трендовый анализ, прогнозирование, прогноз.

The article describes the procedure and a list of the main stages of determining the general innovation indicator of economic security, describes its components. It is determined which basic components of the innovation and the information segment of country's economy are most influential on the overall state of the industry. On the basis of a certain general innovation indicator of economic security and a variety of others indicators of this sphere, multivariate regression model is developed; on basis of which you can build an ex-post prognosis of the test indicator for a specific period of time. Formed a set of time series, which used trend analysis to determine trends equations by which the predicted values found across the board innovation and information industry. The adequacy of the proposed model was evaluated and the estimation of the accuracy of the predicted values was determined.

Key words: innovation indicator, economic security, regression analysis, trend analysis, forecasting, prognosis.

УДК 005.4:330.3:338.27

Пологай О.І.

к. т. н., доцент кафедри управління інформаційною безпекою, Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

Постановка проблеми. Визначень поняття «економічна безпека» є декілька, наприклад у джерелі [1] відзначено, що це складна багатofакторна категорія, яка дає змогу зберігати стійкість до зовнішніх та внутрішніх загроз, характеризує здатність національної економіки до розширеного самовідтворення для задоволення потреб громадян, суспільства і держави на якомусь визначеному рівні. Також зазначено, що економічна безпека – це такий стан економіки та інститутів влади, за якого забезпечуються гарантований захист національних інтересів, гармонійний, соціально орієнтований розвиток країни загалом, достатній економічний та оборонний потенціал навіть за найнесприятливіших варіантів розвитку внутрішніх та зовнішніх процесів [7]. За ще одним визначенням економічна безпека розуміється як стан і здатність економічної системи протистояти небезпеці руйнування її організаційної структури і статусу, що може виникнути як зовні, так і всередині економічної системи, а також перешкодам досягнення цілей розвитку.

Як відомо, одним з основних сегментів економічної безпеки, який має вагомий вплив на її рівень, виступає інноваційний сегмент, тобто сукупність показників інноваційного розвитку держави, які об'єднуються в глобальний показник [8]. Прогнозування впливу цього показника на рівень економічної безпеки держави є складним аналітично-розрахунковим процесом, що пов'язаний із дослідженням закономірностей глобального розвитку світової економіки та місця України в ньому. Передбачення рівня показників інноваційного розвитку з метою уникнення ризиків падіння рівня економічної безпеки держави потребує детального дослідження тенденцій розвитку інноваційно-інформаційної галузі національної економіки та прогнозування впливу складових досліджуваного фактору на рівень економічної безпеки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження економічної безпеки держави та розвитку її основних показників розглядаються в працях В.П. Мартинюка [5], В.Ф. Залуїна [3], В.В. Мартиненко [4], С.Д. Дзюбика [7].

Проте в дослідженнях названих науковців недостатньо уваги приділяється саме інноваційним показникам економічної безпеки України.

Постановка завдання. Метою статті є побудова прогнозу показників інноваційного сегменту економічної безпеки України та його перевірка з точки зору точності отриманих результатів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процедура обчислення інноваційного показника економічної безпеки містить такі кроки [10]:

- створення єдиної бази показників;
- визначення оптимальних значень показників;
- нормалізація показників;
- визначення вагових коефіцієнтів;
- визначення основного інноваційного показника економічної безпеки України, що включає сукупність вибраних показників.

Отже, з огляду на наведену послідовність першим етапом визначення рівня інноваційного показника економічної безпеки є формування бази показників.

Серед усіх показників інноваційного сегменту економічної безпеки України за 2010–2016 рр. найбільш важливими та інформативними, на думку автора, є такі (табл. 1).

Наступним кроком визначення сукупного показника інноваційного сегменту економічної безпеки є визначення оптимальних значень запропонованих показників. Для цього можна використовувати такі методи [6], як аналоговий, експертний, законодавчий. Для визначення оптимальних значень показників найкраще підходить метод експертних оцінок. Визначені оптимальні значення показників представлені в табл. 2.

Для можливості проведення подальших дій щодо визначення значень показників їх необхідно піддати процедурі нормалізації. Для цього необхідно скористатись такою залежністю (1):

$$P_i(n) = 1 - \frac{|P_i(\text{факт}) - P_i(\text{опт})|}{P_i(\text{опт})}, \quad (1)$$

де $P_i(\text{факт})$ – фактичне значення показника;
 $P_i(\text{опт})$ – оптимальне значення показника;
 $P_i(n)$ – нормалізоване значення показника;
 i – порядковий номер показника.

Результатом виконання залежності (1) є табл. 3.

Останнім етапом визначення сумарного показника інноваційного сегменту економічної безпеки є пошук вагових коефіцієнтів кожної його складової, тобто рівня значущості кожного окремого

Таблиця 1

Показники інноваційного сегменту економічної безпеки України в 2010–2016 рр.

Умовні позначення	Первинні показники	Рік						
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
P_1	Частка видатків на освіту й науку в загальній сумі видатків Держбюджету України, %	21,1	20,7	20,5	20,8	19,1	16,8	15,5
P_2	Відсоток інноваційно-активних підприємств, %	13,8	16,2	17,4	16,8	16,1	17,3	18,9
P_3	Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок, млн. грн.	8 107,1	8 513,4	9 419,9	10 248,5	9 487,5	11 003,6	11 530,7
P_4	Впроваджено нових технологічних процесів	2 043	2 510	2 188	1 576	1 743	1 217	1 105
P_5	Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок	182 484	175 330	164 340	155 386	136 123	122 504	97 912

Джерело: сформовано автором, проведено обчислення автором на основі даних Національного інституту стратегічних досліджень [2] та статистичного збірника України [9]

Таблиця 2

Оптимальні значення показників інноваційного сегменту економічної безпеки

Умовне позначення	Оптимальне значення	Метод визначення
P_1	20	експертні оцінки
P_2	20	експертні оцінки
P_3	10 000	експертні оцінки
P_4	1 500	експертні оцінки
P_5	150 000	експертні оцінки

Джерело: обчислено автором за джерелом [5]

Таблиця 3

Нормовані значення показників

Умовне позначення	Рік						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
P ₁	0,95	0,97	0,98	0,96	0,96	0,84	0,78
P ₂	0,69	0,81	0,87	0,84	0,81	0,87	0,95
P ₃	0,81	0,85	0,94	0,98	0,95	0,90	0,85
P ₄	0,64	0,33	0,54	0,95	0,84	0,81	0,74
P ₅	0,78	0,83	0,90	0,96	0,91	0,82	0,65

Джерело: обчислено автором

Таблиця 4

Сукупний показник інноваційного сегменту економічної безпеки України за 2010–2016 рр.

Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
P	0,839	0,862	0,913	0,938	0,912	0,850	0,807

Джерело: обчислено автором

показника, із запропонованих автором п'яти. Рівень значущості поточного показника (Pi) слід визначати за формулою (2):

$$d_i = \frac{2 \cdot (N - i + 1)}{(N + 1) \cdot N}, \quad (2)$$

де d_i – ваговий коефіцієнт i-го показника множини;

N – кількість показників у множині;

i – порядковий номер показника.

Найбільш вагомою, на думку автора, є частина видатків на освіту та науку серед загальних видатків держбюджету країни, тому що від фінансування галузі залежить ефективність її функціонування (ваговий коефіцієнт становить 0,5). На другому та третьому місцях опинилися такі показники, як відсоток інноваційно-активних підприємств (0,2) та внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок (0,15), оскільки кількість підприємств, які займаються інноваціями, та рівень фінансування їхньої діяльності тісно корелюються з рівнем забезпечення економічної безпеки держави. Четверте місце (0,08) посів показник кількості працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок, а останнє, п'яте місце (0,07) – показник кількості впроваджених нових технологічних процесів.

Сукупний показник інноваційного сегменту економічної безпеки розраховується за формулою (3):

$$P = \sum_{i=1}^n d_i \cdot P_i(n), \quad (3)$$

де d_i – ваговий коефіцієнт i-го показника;

P_i(n) – нормалізоване значення показника;

i – порядковий номер показника.

З використанням отриманих вагових коефіцієнтів та формули (3) ми отримали значення сукупного показника інноваційного сегменту

економічної безпеки України за 2010–2016 рр. (табл. 4).

Як видно з табл. 4, з 2014 р. відбувається спад значення сукупного показника інноваційного сегменту України, чого і слідувало очікувати з урахуванням стрімкого падіння стану економічного розвитку України загалом.

Визначення сукупного показника інноваційного сегменту економічної безпеки України за досліджуваний період та використання вбудованих засобів “MS Excel” дали змогу отримати таку багатofакторну регресійну модель:

$$P = -0,48035 + 0,0595 \cdot P_1 + -0,0582 \cdot P_2 + 0,0001 \cdot P_3 + 0,0002 \cdot P_4 - 0,000004 \cdot P_5. \quad (4)$$

Отриману регресійну модель можна використати для здійснення прогнозування тенденцій розвитку сукупного показника інноваційного сегменту економічної безпеки. Серед відомих методів прогнозування в нашому випадку використано кількісні методи, а саме аналіз часових рядів та трендовий аналіз.

Для проведення прогнозування необхідно сформувати єдину базу зведених рядів динаміки показників інноваційного сегменту економічної безпеки України за 2010–2016 рр. (табл. 5).

Автором на основі кожного ряду динаміки побудовано графік функції окремого показника, де незалежно змінною виступає порядковий номер року, а також отримано рівняння тренда (табл. 6).

Трендовий аналіз застосовується у двох випадках, а саме для інтерполяції та екстраполяції статистичних даних. Екстраполяція – це перспективний аналіз, який найбільш широко застосовується у прогнозуванні, базується на припущенні про сталість тенденції розвитку відповідного економічного показника і полягає у перенесенні тенденції за лінією тренда на майбутні періоди. Практично таке перенесення тенденції проводиться шляхом підстановки у рівняння тренда порядкового

Зведені ряди динаміки показників інноваційного сегменту економічної безпеки України за 2010–2016 рр.

Рік	Порядковий номер року	Основні показники інноваційного сегменту економічної безпеки України				
		Частка видатків на освіту і науку в загальній сумі видатків Держбюджету України, %	Відсоток інноваційно-активних підприємств, %	Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок, млн. грн.	Впроваджено нових технологічних процесів	Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок
2010	1	21,1	13,8	8 107,1	2 043	182 484
2011	2	20,7	16,2	8 513,4	2 510	175 330
2012	3	20,5	17,4	9 419,9	2 188	164 340
2013	4	20,8	16,8	10 248,5	1 576	155 386
2014	5	19,1	16,1	9 487,5	1 743	136 123
2015	6	16,8	17,3	11 003,6	1 217	122 504
2016	7	15,5	18,9	11 530,7	1 105	97 912

Джерело: сформовано автором, проведено обчислення автором на основі даних Національного інституту стратегічних досліджень [2] та статистичного збірника України [9]

Таблиця 6

Рівняння трендів показників інноваційного сегменту економічної безпеки України за 2010–2016 рр.

Показник	Рівняння тренда
Частка видатків на освіту і науку в загальній сумі видатків Держбюджету України, %	$y = -0,9286 t + 22,929$
Відсоток інноваційно-активних підприємств, %	$y = 0,5786 t + 14,329$
Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок, млн. грн.	$y = 547,1 t + 7570,3$
Впроваджено нових технологічних процесів	$y = -208,75 t + 2603,9$
Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок	$y = -13842 t + 203095$

Джерело: обчислення проведено автором на основні табл. 5 з використанням табличного процесора "MS Excel"

Таблиця 7

Прогнози показників інноваційного сегменту економічної безпеки України на 2017–2023 рр.

Рік	Порядковий номер року	Основні показники інноваційного сегменту економічної безпеки України				
		Частка видатків на освіту і науку в загальній сумі видатків Держбюджету України, %	Відсоток інноваційно-активних підприємств, %	Внутрішні витрати на виконання наукових досліджень і розробок, млн. грн.	Впроваджено нових технологічних процесів	Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок
2017	8	15,5	19,0	11 947,1	934	92 359
2018	9	14,6	19,5	12 494,2	725	78 517
2019	10	13,6	20,1	13 041,3	516	64 675
2020	11	12,7	20,7	13 588,4	308	50 833
2021	12	11,8	21,3	14 135,5	99	36 991
2022	13	10,9	21,9	14 682,6	-110	23 149
2023	14	9,9	22,4	15 229,7	-319	9 307

Джерело: обчислено автором

номера відповідного року періоду прогнозу [4]. В нашому випадку використовується метод прогнозування на основі екстраполяції тенденції. Першим прогнозним роком буде 2017-й, а його порядковим номером, тобто величиною горизонту прогнозу, є 8.

Результати прогнозування рівнів показників інноваційного сегменту економічної безпеки наведено в табл. 7.

Як видно з табл. 7, показник, який отримав найвищий ваговий коефіцієнт, має тенденцію до спадання, тобто передбачається зниження частки видатків на освіту і науку. Натомість зросте кількість підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю (P_2) і будуть самостійно себе фінансувати (P_3).

Кінцевим етапом процесу прогнозування тенденцій розвитку сукупного показника інноваційного сегменту економічної безпеки є власне побудова прогнозу. Прогнозні значення будуються шляхом підставлення прогнозних значень показників інноваційного сегменту економічної безпеки в регресійну модель (4). Результати проведених обчислень представлені в табл. 8.

Таблиця 8

Прогноз рівня показника інноваційного сегменту економічної безпеки України

Роки	Прогнозні значення сукупного показника Р
2017	0,86
2018	0,85
2019	0,85
2020	0,84
2021	0,84
2022	0,83
2023	0,83

Джерело: обчислення проведено автором

Як видно з табл. 8, рівень сукупного показника інноваційного сегменту економічної безпеки України на наступні 7 років буде дотримуватись встановленої тенденції з незначним трендом спадання. Це насамперед пов'язане зі спаданням рівня трьох показників інноваційного сегменту з п'яти. Виходячи з отриманих результатів, можемо рекомендувати керівництву держави збільшувати частину видатків на освіту та науку у бюджеті держави а також збільшувати кількість впровадження нових технологічних процесів.

Значення табл. 8 можна перенести на графік, який представлено на рис. 1.

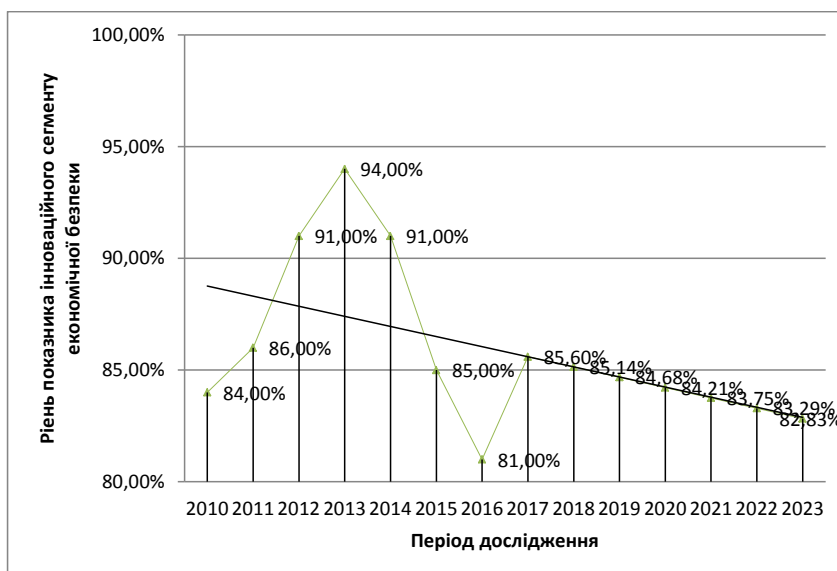


Рис. 1. Результати прогнозування рівня показника інноваційного сегменту економічної безпеки України

Для оцінки точності отриманих прогнозних даних необхідно визначити деякі показники, зокрема корінь із середньої квадратичної похибки MAPE та середню абсолютну похибку RMSE.

В нашому випадку MAPE = 1,32%, RMSE = 0,14%, а це означає, що запропонована модель дає високу точність прогнозних даних.

Отже, отримані результати дали змогу виявити тенденцію до незначного спадання показника інноваційного сегменту економічної безпеки України, що дає підстави для покращення сприятливих умов розвитку цього сегменту економіки, зокрема збільшення фінансування інноваційної галузі.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, дослідження, проведені у статті, дали змогу визначити сукупний показник інноваційного сегменту економічної безпеки, здійснити регресійний аналіз множини наявних даних, що описують стан розвитку інноваційної сфери економіки держави, а також здійснити процедуру прогнозування цих показників до кінця 2023 р.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Економічна_безпека.
2. Жлуктенко В.І., Водзянова Н.К., Савіна С.С., Колодінська О.В. Економетрія: навч. посіб. / за заг. ред. С.І. Наконечного. Київ: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 552 с.
3. Залунін В.Ф. Показники і індикатори економічної безпеки підприємства. Інноваційна економіка. 2013. № 3 (41). С. 325–328.
4. Мартиненко В.В. Прогнозування тенденцій розвитку економічної безпеки України з урахуванням впливу глобалізаційних факторів. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2013. № 1. С. 138–149.

5. Мартинюк В.П. Оцінка стану національної економіки на основі інтегрального показника економічної безпеки держави. Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2013. № 25 (I). С. 179–187.

6. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економіки України від 2 березня 2007 р. № 60 р. URL: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738.

7. Дзюбик С.Д., Ривак О.С. Основи економічної теорії: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. та доп. Київ: Знання, 2014. 423 с.

8. Полотай О.І. Прогнозування інтегрального інноваційного індикатора безпеки економічної інформації. Безпека інформації. 2015. Т. 21. № 2. С. 201–206.

9. Україна у цифрах – 2016: статистичний збірник / за ред. І.Є. Вернера. Київ: Інформаційно-аналітичне агентство, 2017. 240 с.

10. Шиян Д.В. Методика оцінки фінансової безпеки банківської системи України. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2586>.

REFERENCES:

1. Wikipedia. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/Економічна_безпека.

2. Zhluktenko V.I., Vodzianova N.K., Savina S.S., Kolodinska O.V. (2005) Ekonometriia [Econometrics]. Kyiv: EU (in Ukrainian).

3. Zalunin V.F. (2013) Pokaznyky i indykatory ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva [Indicators and indicators of economic security of the enterprise]. Innovative economy, vol. 3, pp. 325–328.

4. Martynenko V.V. (2013) Prohnozuvannia tendentsii rozvytku ekonomichnoi bezpeky Ukrainy z urakhuvanniam vplyvu hlobalizatsiinykh faktoriv [Forecasting the trends of economic security of Ukraine taking into account the influence of globalization factors]. Collection of scientific works of the National University of State Tax Service of Ukraine, vol. 1, pp. 138–149.

5. Martyniuk V.P. (2013) Otsinka stanu natsionalnoi ekonomiky na osnovi intehralnoho pokaznyka ekonomichnoi bezpeky derzhavy [Assessment of the state of the national economy on the basis of the integral indicator of the economic security of the state]. Economics Management Entrepreneurship, vol. 25 (I), pp. 179–187.

6. Ministry of Economy of Ukraine (2007) Metodyka rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy [Methodology for calculating the level of economic security of Ukraine], Kiev: Ministry of Economy of Ukraine.

7. Dziubyk S.D., Ryvak O.S. (2014) Osnovy ekonomichnoi teorii [Foundations of economic theory]. Kyiv: Znannia (in Ukrainian).

8. Polotai O.I. (2015) Prohnozuvannia intehralnoho innovatsiinoho indykatora bezpeky ekonomichnoi informatsii [Prediction of Integral Innovation Safety Indicator of Economic Information]. Information security, vol. 21, no. 2, pp. 201–206.

9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) Statystychnyi zbirnyk Ukraina u tsyfrakh 2016 [Statistical Collection Ukraine in Figures 2016], Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo.

10. Shyian D.V. (2013) Metodyka otsinky finansovoi bezpeky bankivskoi systemy Ukrainy [Methodology for assessing the financial security of the Ukrainian banking system]. Effective economy (electronic journal), no. 12, Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2586>.

Polotaj O.I.

Candidate of Technical Sciences
Senior Lecturer at Department of Information Security Management
L'viv State University of Life Safety

BUILDING AND EVALUATION OF PROGNOSIS OF INDICATORS OF INNOVATIVE SEGMENT OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

The purpose of this article is to construct a prognosis of indicators of the innovation segment of Ukraine's economic security and its verification in terms of the adequacy of the model and the accuracy of the results.

The article describes the procedure and lists the main stages of determining the overall innovation indicator of economic security of the state, describes its components.

The procedure of calculating the innovation indicator of economic security includes the following steps:

- creation of a single database of indicators;
- determination of optimal values of indicators;
- normalization of indicators;
- determination of weight coefficients;

– definition of the main innovation indicator of Ukraine's economic security, which includes a set of selected indicators.

The main components of the innovation and information segment of the country's economy which are the most influential on the general state of the industry are determined.

Among all indicators of the innovation segment of Ukraine's economic security, the most important and informative part is the share of expenditures on education and science in the total amount of expenditures of the State Budget of Ukraine, the percentage of innovation-intensive enterprises, internal expenditures on research and development, introduced technological processes, amount of employees involved in scientific research and development.

With the help of an expert method and the procedure of the normalization of all indicators, the aggregate indicator of the innovation segment of economic security was determined. On the basis of which the set of other innovation indicators of this branch was developed, a multi-factor regression model was developed, which made it possible to construct an ex post prognosis of the researched indicator for a specific period of time.

The obtained regression model can be used to predict the trends of the aggregate indicator of the innovation segment of economic security. Among the known methods of forecasting, quantitative methods were used, namely analysis of time series and trend analysis.

To conduct forecasting, a single base of consolidated rows of indicators of the innovation segment of Ukraine's economic security for 2010–2016 has been formed.

On the basis of each series of dynamics, a graph of the function of a separate indicator was constructed, where the independent variable is the serial number of the year, and also the trend equation was obtained, which made it possible to construct predictive values of each indicator using the forecasting method based on the extrapolation of the trend.

From the results of prognostication it is clear that the indicator, which received the highest weighting factor, tends to decrease, which means, it is supposed to reduce the share of expenditures on education and science.

To predict the main indicator, the predicted values of the indicators of the innovative segment of economic security should be substituted in the previously constructed regression model.

The general prognosis has shown that the level of the aggregate indicator of the innovation segment of Ukraine's economic security for the next seven years will adhere to the established trend with a slight decline trend.

At the end of the research, the accuracy of the results was checked.

As follows, conducted in this article research made it possible to determine the aggregate indicator of the innovation segment of economic security, to make a regression analysis of the set of available data describing the state of development of the innovation sphere of the state's economy and to make indicators prognostication procedure by the end of 2023.

МЕТОД МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ПРОЕКТІ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОГРАМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

METHOD OF BUSINESS PROCESSES MODELING IN THE PROJECT OF THE DEVELOPMENT OF THE STAFF MOTIVATION PROGRAM AT THE ENTERPRISE

УДК 001.57

Фесенко В.Ю.

студент

Національний аерокосмічний
університет імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»**Бондарева Т.І.**

к.т.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту
Національний аерокосмічний
університет імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

У статті представлено розроблення програми мотивації персоналу на підприємстві за допомогою використання методу моделювання бізнес-процесів. Розглянуто такі актуальні питання, як методи мотивації персоналу, моделювання бізнес-процесів, програмні продукти, засновані на інтеграції CASE-технологій. У результаті створено модель бізнес-процесів проекту розроблення програми мотивації персоналу на підприємстві.

Ключові слова: управління персоналом, мотивація персоналу, моделювання бізнес-процесів, BPwin.

В статье представлена разработка программы мотивации персонала на предприятии с помощью использования метода моделирования бизнес-процессов. Рассмотрены такие актуальные вопросы, как методы мотивации персонала, моделирование бизнес-процессов, программные про-

дукты, основанные на интеграции CASE-технологий. В результате была создана модель бизнес-процессов проекта разработки программы мотивации персонала на предприятии.

Ключевые слова: управление персоналом, мотивация персонала, моделирование бизнес-процессов, BPwin.

The article presents the development of the staff motivation program on the enterprise using the method of business process modeling. We considered such important issues as methods of staff motivation, business process modeling, software products based on the integration of CASE-technologies. As a result, a model of business processes was developed for a project of the development of the staff motivation program at the enterprise.

Key words: human resources management, staff motivation, business process modeling, BPwin.

Постановка проблеми. Ефективне управління підприємством неможливе без високої якості управління персоналом, оскільки саме від людського фактору здебільшого залежить успіх діяльності всієї організації.

Швидке впровадження сучасних технологій, виникнення нових сфер зайнятості, перехід від традиційного людського суспільства до суспільства інформаційного значно підвищують важливість використання інновацій, соціально-економічних перетворень та різноманітних новітніх технологій у системі управління персоналом. У результаті цього для підвищення ефективності діяльності HR-відділу будь-якого підприємства, крім контролю дотримання трудового законодавства і документообігу, необхідно передусім сформулювати працездатну й ефективно функціонуючу команду працівників. Досягнення цієї мети неможливе без упровадження відповідного мотиваційного інструментарію в процесах управління персоналом.

Відомо, що персонал є найбільшим багатством будь-якого підприємства. Головне завдання менеджменту – забезпечити такі умови праці, щоб персонал хотів і міг викласти весь свій потенціал у процесі виконання відповідних функцій, тому використання прогресивних методів, ефективних мотиваційних систем у сфері управління трудовими ресурсами є запорукою ефективного функціонування системи управління персоналом на підприємстві. Це зумовлює актуальність та практичну значимість теми дослідження.

Одним із головних мотивуючих факторів завжди був і залишається рівень заробітної плати. Матеріальна мотивація – найбільш дієвий спосіб винагороди працівників. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці, головна мета якої – забезпечення співвідношення заробітної плати працівників з якістю виконаної роботи. Проте зараз HR-менеджери все більше схильються до використання методів нематеріальної мотивації. Це передусім зумовлено тим, що сьогодні в багатьох співробітників превалюють потреби більш високого рівня (за пірамідою Маслоу), що відбиваються у бажанні бути визнаними публічно, отримати повагу з боку колег, досягти успіхів і високої оцінки керівництва, мати можливості службового зростання тощо [2, с. 89].

Таким чином, у більш широкому розумінні мотивація – це процес впливу на людину для стимулювання її до певних дій за допомогою певних мотивів [1, с. 36].

Основна мета застосування нематеріальної мотивації – підвищення лояльності працівників до роботи підприємства, причому керівництво витрачає менше коштів на заохочення персоналу. За допомогою нематеріальної мотивації підприємство проявляє увагу до особистих потреб людей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує багато робіт вітчизняних та зарубіжних авторів стосовно мотивації персоналу та способів підвищення її ефективності. Зокрема, найбільш відомими авторами робіт є: А.Я. Кібанов, А.М. Колот, А. Маслоу, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі,

І.В. Мішурова, П.В. Кутелев, В.П. Сладкевич, В.А. Співак, І.І. Тимошенко, Е.А. Уткин, М. Еггерт та ін. Проте мало хто з них описує процес підвищення ефективності мотивації персоналу з використанням інноваційного підходу та програмних продуктів.

У працях зазначених учених із різних точок зору досліджено теоретичні й практичні питання щодо ефективного управління персоналом. Але, незважаючи на це, більшість вітчизняних підприємств сьогодні має неефективну систему мотивації. Питання розроблення та впровадження мотиваційного механізму необхідно вирішувати, враховуючи специфіку діяльності кожного господарючого суб'єкта. Під час розв'язання цієї проблеми доцільним є врахування вітчизняного та зарубіжного досвіду, а також використання сучасних інформаційних технологій, що дасть змогу моделювати відповідні процеси, визначити їхні основні характеристики, виділяти ключові елементи та виробляти найбільш ефективні рішення.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та побудова моделі бізнес-процесів проекту розроблення програми мотивації персоналу на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для керівників підприємства штат персоналу є найбільш цінним ресурсом, бо саме людський потенціал можна постійно вдосконалювати. Мотивація персоналу є одним із найважливіших факторів, що впливають на діяльність та подальший розвиток підприємства у цілому. Високий ступінь вмотивованості підлеглих нинішні керівники ставлять на перше місце в низці внутрішніх факторів підвищення конкурентоспроможності своєї діяльності.

При цьому мотиваційний інструментарій слід застосовувати по-різному в різних сферах діяльності підприємств. Тобто для підприємств різних галузей проекти розроблення програми мотивації персоналу матимуть відмінності, пов'язані насамперед з особливостями досліджуваного об'єкта та кола його оточення, тому необхідно створити загальну процесну модель проекту, що стане першим кроком під час розроблення мотиваційної програми та може бути адаптованою відповідно до об'єкта застосування.

Деталізація досліджуваного процесу для його вдосконалення та, відповідно, виявлення недоліків неможлива без моделювання, де головним елементом виступає бізнес-процес. Бізнес-процеси не тільки забезпечують інтегрованість підприємства та реалізацію його загальної стратегії, а й сприяють удосконаленню діяльності підприємства завдяки аналізу всіх сфер його функціонування. Детальний аналіз методів, які сприяють розкриттю сутності поняття «бізнес-процес», дає змогу пізнати його як логічну цілеспрямовану послідовність виконання функцій, спрямованих на створення результату шляхом перетворення входів у виходи.

На українському ринку використовуються програмні продукти, засновані на інтеграції CASE-технологій та імітаційного моделювання. До найбільш популярних CASE-засобів належать розробки фірми Computer Associates (Пакети BPWin (All Fusion Component Modeler і AllFusion Process Modeler), Microsoft Visio; ERWin (AllFusion Erwin Data Modeler)); Rational Rose та ін. Серед великих інтегрованих CASE-засобів виділяються програмні продукти сімейства ARIS. Діапазон і різноманітність такого програмного забезпечення продовжує зростати, відображаючи тенденцію стійкого попиту на нього [7].

Зазначимо, що процес моделювання може бути реалізований за допомогою різних методів. Сьогодні одним із найбільш потужних інструментів моделювання процесів є програмний продукт BPwin (AllFusion Process Modeler), який дає змогу описати всі необхідні процеси з точністю, достатньою для однозначного моделювання діяльності системи. Засіб AllFusion Process Modeler – продукт компанії Computer Associates (CA). BPwin – підтримка стандартів опису процесів IDEF0, IDEF3, DFD, EM Tool, IDEF0 Doctor та ін. [8].

Модель бізнес-процесів дає змогу описати всі його складники: цілі, функції, ресурси, учасників, результати, послідовність дій, іншу інформацію.

За допомогою стандарту IDEF0 спочатку проведемо опис процесу розроблення технології у цілому (побудова контекстної діаграми), після чого здійснимо функціональну декомпозицію бізнес-процесів. Зазначимо, що основними елементами функціональної моделі IDEF є:

- вхід (Input) – матеріал або інформація, які використовуються або перетворюються роботою для отримання результату (виходу);
- вихід (Output) – матеріал або інформація, які є результатом реалізації процесу;
- управління – стратегії та процедури, які забезпечують реалізацію процесу;
- механізми – ресурси, які необхідні для реалізації процесу [7].

У результаті моделювання нами була створена контекстна діаграма «Реалізація програми мотивації персоналу на підприємстві», яка представлена на рис. 1. Як видно з рисунку, головне завдання є метою моделі. Цей процес має низку входів: «Методи мотивації персоналу», «Інформація щодо управління персоналом на підприємстві» та вихід: «Ефективна програма мотивації персоналу». Відповідно до внутрішньої системи управління, на процес спрямовані зусилля керівництва, HR-менеджера та бухгалтерії. Враховуючи специфіку технології мотивації персоналу (стимулювання та мотивування персоналу), основними механізмами є «HR-стратегія», «Організаційна культура», «Витрати на персонал», «Вимоги до програми мотивації персоналу».

Поняття декомпозиція (Decomposition) є основним для стандарту IDEF0. Принцип декомпозиції застосовується під час розбиття складного процесу на складники його функції. При цьому рівень деталізації процесу визначається безпосередньо розробником моделі [3, с. 16].

Декомпозиція дає змогу поступово і структуровано представляти модель системи у вигляді ієрархічної структури окремих діаграм, що робить її менш перевантаженою і легко засвоюваною.

Декомпозиція першого рівня процесу має послідовні підпроцеси: «Аналіз наявної системи мотивації персоналу»; «Проведення опитування серед співробітників», «Розроблення та впровадження програми мотивації персоналу», «Контроль реалізації проекту» (рис. 2).

В основі бізнес-процесів розроблення програми мотивації персоналу будь-якого підприємства лежить аналіз потреб персоналу та отримання бажаного результату для нього. Тому для розроблення нового проекту необхідно вивчити стратегічні цілі організації, розглянути у цілому систему управління персоналом на підприємстві та наявну систему мотивації, її переваги та недоліки.

Трудові ресурси підприємства визначаються кількістю, структурою, рівнем освіти, професійною придатністю та компетентністю. Кількість персоналу визначається характером, масштабами, складністю. Даний етап реалізації проекту дає

змогу сформувати необхідну базу для розроблення системи мотивації персоналу, також здійснюється аналіз діючої системи мотивації на відповідність цілям організації, аналізується управлінська діяльність із мотивації персоналу, виявляються основні проблеми, пов'язані з управлінням персоналом.

Наступним етапом буде проведення опитування серед співробітників щодо наявної системи стимулювання, виявлення причин плинності кадрів. Співробітникам пропонується розставити пріоритети щодо різних видів стимулів. У ході дослідження може бути виявлено, що пріоритетними методами мотивації персоналу залишаються матеріальна мотивація, тобто заробітна плата, премії, бонуси, винагороди, на другому місці – можливість кар'єрного зростання, проведення навчання та суспільне визнання. Найменш привабливою може бути участь працівників у прибутках, участь в акціонерному капіталі та медичне обслуговування. Даний етап дає змогу порівняти потреби працівників та керівництва, визначити необхідність реалізації нового проекту.

На наступному етапі відбувається визначення основних цілей та завдань проекту, розроблення статуту проекту, плану проекту.

Важливим елементом у послідовності досліджуваних бізнес-процесів є контроль реалізації проекту, який включає оцінку ефективності програми мотивації персоналу на підприємстві та розроблення коригуючих дій.



Рис. 1. Контексна діаграма процесу «Реалізація програми мотивації персоналу на підприємстві»

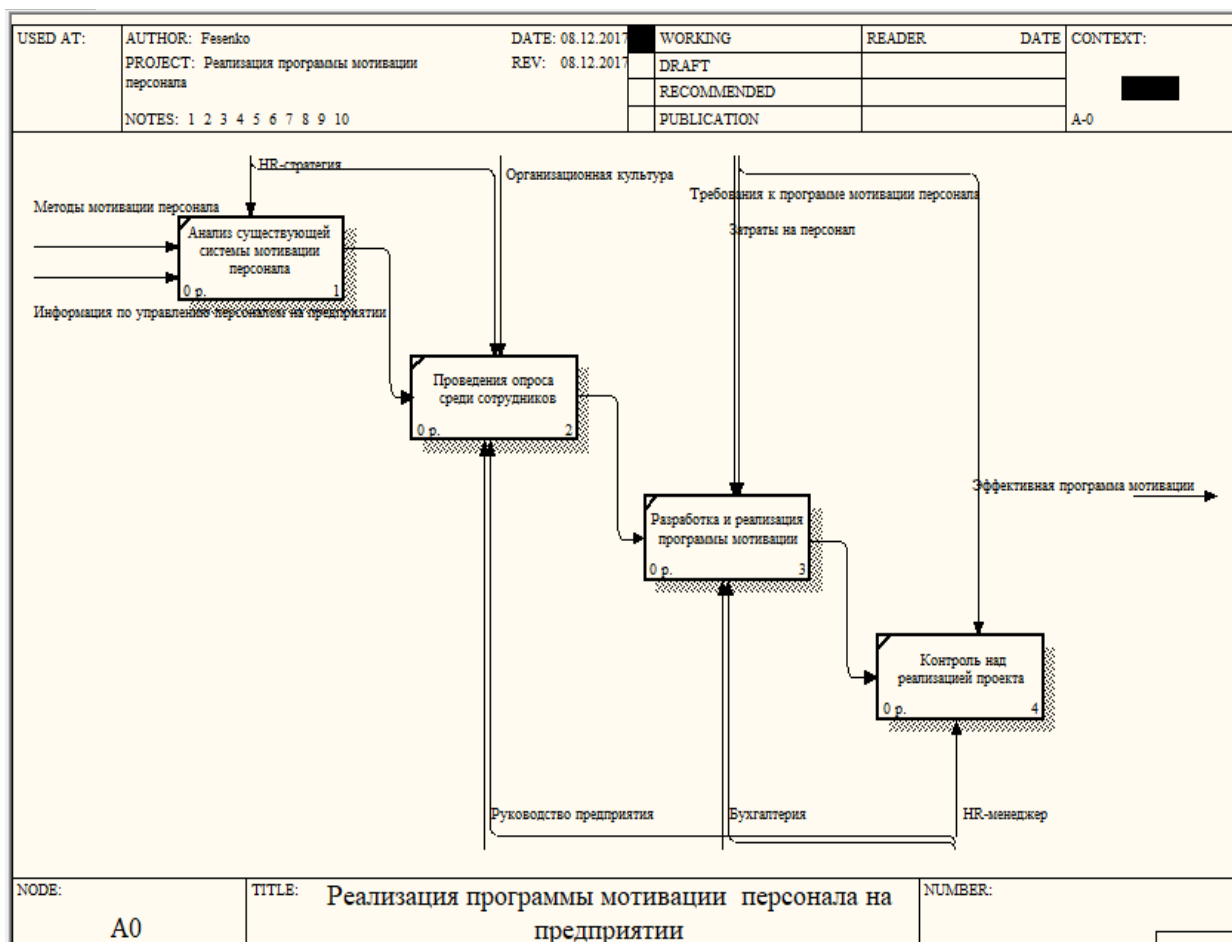


Рис. 2. Декомпозиція функціонального блоку «Реалізація програми мотивації персоналу на підприємстві»

Керівництво, HR-менеджер та бухгалтерія є механізмами функціонування проекту. На всіх етапах реалізації програми мотивації персоналу управління ведеться з урахуванням HR-стратегії, організаційної культури, витрат на персонал, вимог до програми мотивації персоналу.

Таким чином, розроблена процесна модель дасть змогу розробити ефективну систему мотивації, спрямовану на досягнення стратегічних цілей організації, враховуючи індивідуальні та загальні результати роботи підрозділів і підприємства у цілому. Впровадження системи мотивації має супроводжуватися обов'язковим інформуванням співробітників про впроваджені зміни, про терміни введення змін, плановані заходи тощо.

Висновки з проведеного дослідження.

Підтверджено, що сучасні процеси прискорення глобалізації і посилення конкуренції на ринках вимагають від підприємств запровадження інноваційних технологій у сфері управління персоналом. Здатність персоналу до самореалізації, використання сучасних технологій, вивчення нових ідей, бажання професійного зростання забезпечуються належним рівнем організації менеджменту, розвитку інтелектуальної свободи на підприємстві, сис-

теми мотивації та стимулювання працівників, їх професійного розвитку.

Працівники організації в результаті запровадження нової системи мотивації одержують більше можливостей для кар'єрного зростання, самореалізації, відчуття причетності до спільної справи, більше задоволення від своєї праці, можливість налагодження стосунків із колегами, нові можливості моральної й матеріальної винагороди, підвищення гарантій зайнятості в результаті зростання ефективності організації, нові можливості для свого інтелектуального розвитку.

У статті запропонована концептуальна модель декомпозиції робіт бізнес-процесів впровадження мотиваційного інструментарію з використанням сучасних інформаційних технологій проектування систем. Застосування саме програмного продукту Bpwin для підвищення рівня використання технологій в системі управління персоналом дасть змогу забезпечити точність, лаконічність, достатність та наочність впровадження проекту, адже функціональна модель відображає всі процеси (процедури, функції), які потрібно реалізувати для досягнення основних цілей, у певній послідовності з відповідними параметрами і механізмами управління та інформацією стосовно відповідальних осіб.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гончаров В.Н., Черкасов А.В. Роль мотивації в системі управління персоналом. Економіка. 2008. № 4 (88). 70 с.
2. Васюта В.Б., Бульбаха Л.І. Мотивація праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Ефективна економіка. 2016. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Аксенов К.А., Клебанов Б.И. Работа с CASE-средствами BPwin, Erwin. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2004. 50 с.
4. Горбаченко В.И., Убиенных Г.Ф., Бобрышева Г.В. Создание функциональной модели информационной системы с помощью CASE-средства CA ERwin Process Modeler 7.3. Пенза: ПГУ, 2010. 66 с.
5. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации; 2-е изд., стер. М.: KnoРус, 2012. 359 с.
6. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: навч. посіб. К.: Кондор, 2003. 296 с.
7. Вендров А.М. CASE-технологии. Современные методы и средства проектирования информационных систем. URL: <http://wishenko.org/koncepciya-idef0-roboti-activity.html>.
8. URL: <http://easy-code.com.ua/2011/07/allfusion-process-modeler-providnij-instrument-vizualnogo-modelyuvannya-biznes-procesiv/>.

REFERENCES:

1. Goncharov VN The role of motivation in the personnel management system / VN Goncharov, AV Cherkasov // Economics. – No. 4 (88). – 2008. – 70 p.
2. Vasyuta V.B. Motivation of work of the personnel at the enterprise in modern conditions of management. V.B. Vasyuta, L.I. Bulb. Effective economy. – 2016. № 6. Access mode: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
3. Aksenov K.A. Working with CASE-tools BPwin, Erwin / K.A. Aksenov, B.I. Klebanov. – Yekaterinburg: GOU VPO Ural State Technical University UGTU-UPI, 2004. – 50 p.
4. Gorbachenko V.I., Ubihennyh G.F., Bobrysheva G.V. G67 Creation of a functional model of the information system using the CASE-tool CA ERwin Process Modeler 7.3. – Penza: PSU, 2010. – 66 p.
5. Kybanov A.Ya. Management of personnel of the organization: topical technologies of hiring, adaptation and certification / A.Ya. Kibanov, I.B. Bedakova. – 2nd ed., Ster. – M.: KnoРус, 2012. – 359 pp.
6. Krushelnytska O.V. Personnel Management: [Teach. Persons] / Krushelnytska O.V., Melnichuk D.P. – K., Condor. – 2003. – 296 s.
7. Vendrov AM CASE technology. Modern methods and means of designing information systems. – ITMO <http://wishenko.org/koncepciya-idef0-roboti-activity.html>.
8. <http://easy-code.com.ua/2011/07/allfusion-process-modeler-providnij-instrument-vizualnogo-modelyuvannya-biznes-procesiv/>.

Fesenko V.Y.

Magistrate

Kharkiv National Aerospace University
named after N.E. Zhukovsky
"Kharkiv Aviation Institute"

Bondariewa T.I.

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Department of Management
Kharkiv National Aerospace University
named after N.E. Zhukovsky
"Kharkiv Aviation Institute"

METHOD OF BUSINESS PROCESSES MODELING IN THE PROJECT OF THE DEVELOPMENT OF THE STAFF MOTIVATION PROGRAM AT THE ENTERPRISE

Effective project management is not possible without the high quality of project team management, since the success of the whole project is often dependent on the team itself.

The quick introduction of new technologies, the emergence of new spheres of employment, the transition from traditional human society to information society significantly increases the importance of using innovations, socio-economic transformations and a variety of advanced technologies in the human resources management system. As a result, in order to increase the efficiency of the enterprise HR-department of any enterprise, in addition to monitoring compliance with existing labor legislation and document circulation, it is necessary first of all to form a workable and effectively functioning team of employees.

The article represents the methodical approach to realization of the staff motivation technology at the enterprise. It is determined that the goal of implementing of effective personnel management technology is to improve the relevant business management processes. It is indicated that the most accessible tool for modelling business processes in the context of the study is BPwin (AllFusion Process Modeler).

The technology of HR-management is closely linked to the process of optimizing the components and procedures within the framework of those or other management functions. Therefore, in order to increase the level of use of the technology of personnel management, significant influence is carried out by a detailed analysis and evaluation of existing functional management processes at the enterprise.

The business process model allows you to describe goals, functions, resources, participants, results, sequence of actions, and other information.

The article proposes a conceptual model of the decomposition of a model of the business process of HR-management using modern information technology design systems. The application of the BPwin software product in order to increase the use of technology in the human resources management system will ensure the accuracy, coherence, adequacy and visibility of the project implementation. After all, the functional model reflects all the processes (procedures, functions) that need to be implemented to achieve the main goals, in a certain sequence with the appropriate parameters and management mechanisms and information regarding the responsible persons.

As a result, a model of business processes was developed for a project of the development of the staff motivation program at the enterprise.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ CONCEPTUAL BASES OF IMEDZHEVO ECONOMICS

УДК 330.339

Тригуб К.С.

аспірантка кафедри економічної теорії та маркетингу
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Хамініч С.Ю.

д.е.н., професор,
професор кафедри економічної теорії та маркетингу
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

В межах статті окреслено сутність та особливості створення та формування іміджевої економіки. Вивчено теоретичні підходи до розгляду іміджу як суспільно-політичного та економічного явища, з'ясовано роль та місце іміджевої економіки у структурі міжнародного іміджу країни. Визначено механізм створення, формування та підтримки ефективної іміджевої економіки». Досліджено параметри, які характеризують стан іміджевої економіки. Досліджено роль та місце брендингу в системі формування іміджевої економіки за сучасних умов.

Ключові слова: імідж, іміджева економіка, оцінка іміджу, іміджева політика, формування іміджу, іміджева стратегія, брендинг, економічний імідж, PR-технології.

В статті изучено сущность и особенности создания и формирования имиджевой экономики. Изучены теоретические подходы к рассмотрению имиджа как общественно-политического и экономического явления, выяснена роль и место имиджевой экономики в структуре международного имиджа страны. Механизм создания, формирования и поддержания эффективной «имиджевой экономики». Исследованы параметры, кото-

рые характеризуют состояние имиджевой экономики. Исследована роль и место брендинга в системе формирования имиджевой экономики в современных условиях.

Ключевые слова: имидж, имиджевая экономика, оценка имиджа, имиджевая политика, формирование имиджа, имиджевая стратегия, брендинг, экономический имидж, PR-технологии.

The article examines the essence and features of the creation and formation of the image economy. Theoretical approaches to the consideration of the image as a sociopolitical and economic phenomenon have been studied, the role and place of the image economy in the structure of the international image of the country has been clarified. The mechanism for creating, shaping and maintaining an effective "image economy". The parameters that characterize the state of the image economy are investigated. The role and place of branding in the system of forming an image economy in modern conditions is investigated.

Key words: image, image economy, image assessment, image policy, image formation, image strategy, branding, economic image, PR-technologies.

Постановка проблеми. Концептуальною основою позиціонування національної економіки на міжнародній економічній та політичній арені є сформований імідж окремої країни загалом та її економічної системи зокрема. Адже, формування та підтримка результативної іміджевої економіки займає важливе місце у стратегічному становленні та розвитку усіх країн. Особливого значення проблематика формування ефективного економічного іміджу набуває для країн, що перебувають на стадії трансформаційних перетворень.

За наявності значної кількості наукових доробок та праць стосовно економічного іміджу країн, питання «іміджевої економіки» ще не знайшло належного цілісного відображення у наукових працях як іноземних, так і вітчизняних дослідників. Власне, лише в останні роки розпочався процес усвідомлення можливостей, які надає позитивно сформований імідж економіки для формування загального іміджу країни в міжнародному просторі. Зокрема, потребують подальшого дослідження сутності «іміджевої економіки», фактори її формування та підтримання на високому рівні, механізм та підходи щодо оцінювання рівня та стану «іміджевої економіки». Також в недостатній мірі вивчена концепція брендингу задля забезпечення ефективно діючої іміджевої економіки.

Також набуває актуальності вивчення внутрішніх та зовнішніх чинників, що допоможуть цілеспрямовано сформуванню концепцію «іміджевої економіки», реалізація якої буде позитивно сприйматися суспільством, контрагентами та партнерами на національному просторі та міжнародній арені.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням концептуальних та прикладних аспектів формування концепції «іміджевої економіки» присвячені праці таких зарубіжних та вітчизняних вчених як: Д. Аакер, Д. Богуш [1], Ф. Котлер [2], Г.В. Личова [3], Д.І. Олеха [6], Г.Г. Полішко [4], О.А. Семченко [5], Т.В. Смачило [6], А.О. Старостіна, Н.В. Стукало, К.А. Хачатуров, Т.М. Циганкова, О. Чугаєв, Г.В. Шевченко, В.М.Шепель та інші. Відзначимо, що окрім дослідників та науковців, вивченням іміджу займаються спеціалізовані установи та корпорації. Зокрема: Індекс національних брендів С. Анхольта (AnholtGfK Roper Nation Brands Index), Індекс брендів країн (Country Brand Index) компанії FutureBrand, Євробарометр, котрий використовує метод опитувань для країн-членів ЄС та країн-кандидатів на вступ, Індекс сили економічного іміджу (Індекс (SEP) тощо.

Постановка завдання. Метою проведення даного дослідження є системний аналіз концептуальних підходів щодо формування стабільної іміджевої економіки в сучасних динамічних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Перехід національної економічної системи до ринкової моделі визначає напрямки та механізм трансформації особливостей формування та побудови нової моделі управління іміджем даної системи. Створення стабільної та керованої іміджевої економіки має базуватись на: конкурентних перевагах економічної системи, розкритті різних аспектів індивідуальності та ідентичності економіки, а також креативній, продуманій роботі, спрямованій на позитивне корегування сформованого іміджу. Проте, через військово-політичний конфлікт на Сході країни, нестабільну економічну ситуацію, аналіз сприйняття країни власними громадянами та міжнародною знижується привабливість національної економіки в міжнародному просторі. А тому, перед національною економічною системою постає завдання щодо утримання власних ринкових позицій, конкуренція як на власному, так і на міжнародному ринку з країнами, які мають у своєму арсеналі найсучасніші брендингові технології, що зумовлює необхідність активізації наукових і прикладних досліджень в цьому напрямку.

Так, Чугаєв О. стверджує, що поряд з об'єктивними економічними показниками кожна країна в свідомості людей наділяється тими чи іншими характеристиками її економіки. Наскільки економічно привабливою, справедливою та успішною виглядає країна у свідомості власних та іноземних громадян характеризує її економічний імідж. Він є складовою загальної сили іміджу (soft power) країн [9, с. 67].

В свою чергу Полішко Г.Г. зазначає, що в сучасних умовах одним із найбільш важливих завдань політики будь-якої країни є створення позитивного та керованого іміджу економіки даної країни, який необхідний, насамперед, для успішного просування та реалізації національних економічних та політичних інтересів в міжнародному бізнес-середовищі [5, с. 186].

Науковець Лавриненко Г. відзначає, що імідж окремої країни – це певний комплекс об'єктивних взаємозалежних характеристик - економічних, національних, географічних, демографічних, які сформувалися в процесі розвитку країни як складної багатофакторної підсистеми світового устрою, ефективність взаємодії ланок якої визначає тенденції соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних та ін. процесів [3, с. 150].

Смачило Т.В., Олеха Д.І. виділяють утилітарний і кризовий підходи до формування іміджу економічної системи [7]. Так, за утилітарного

підходу образ країни та її економіки використовується як ресурс для розвитку певних секторів економіки або окремих компаній. Даний підхід в більшій мірі використовується країнами з економіками, що розвиваються з метою створення привабливого інвестиційного іміджу. Також даний підхід актуальний для тих країн, де важливою є туристична галузь (з метою створення, відповідно, привабливого туристичного іміджу країни на міжнародній арені) [7].

В свою чергу використання кризового підходу набуває актуальності коли необхідно кардинально змінити існуючий імідж (наприклад, внаслідок кризової ситуації), або в разі створення нового іміджу (наприклад, у випадку появи нової держави). Відповідно до нього, в процесі створення позитивного іміджу економічної системи приймають участь суспільство загалом, органи державної влади, перші особи держави.

Отже, на підставі узагальнення існуючих наукових розробок щодо концептуальних основ «іміджевої економіки» як економічної категорії приходимо до висновку, що ключовими аспектами іміджевої економіки є, рис. 1.

З позиції авторів статті, процес створення та підтримки іміджевої економіки слід розглядати як процес планування та впровадження активної діяльності щодо стратегічного просування економічної системи країни в глобальному економічному просторі, формування та використання наявних та створення нових конкурентних переваг задля створення іміджу та управління репутацією економічної системи.

Відзначимо, що на рівні сприйняття суб'єктів підприємницької діяльності іміджева економіка



Рис. 1. Найбільш важливі елементи іміджевої економіки [5]

проявляється через здійснення національними підприємствами міжнародної діяльності, виходу компаній з національними брендами на міжнародні ринки. Суб'єктами виступають приватні та державні національні компанії різних форм організації та форм власності, які займаються міжнародною діяльністю. Економічні інтереси країн на цьому рівні проявляються у додаткових можливостях щодо укладання міжнародних угод, отриманні кредитів та притоку до країни висококваліфікованих фахівців. Результатом є підвищення рівня добробуту населення, системному економічному зростанні країни та отримання додаткових можливостей для реалізації інтересів країни на рівні міжнародних організацій та наднаціональних інститутів.

Досвід свідчить, що позитивний та стабільний імідж і ефективно сформований бренд економічної системи є запорукою економічного зростання, сталого розвитку та підвищення глобальної конкурентоспроможності економіки. А відповідно просування бренду національної економічної системи - це комплексний процес розроблення й реалізації стратегічних і тактичних заходів у системі мультиканальних внутрішніх і зовнішніх комунікацій на внутрішньому та міжнародному економічному просторі.

Узагальнення літературних джерел та фактичних матеріалів дає можливість стверджувати, що

формування стабільної іміджевої економіки може включати:

- вихід на світовий ринок та його завоювання стійких позицій за допомогою якісної української продукції;
- реальну боротьбу з корупцією та очищення усіх гілок влади від корумпованих та нечесних чиновників;
- активізацію та розвиток інформаційної політики України;
- налагодження співпраці між владою країни, представниками бізнесу, культури, засобів масової інформації та інше [6].

Враховуючи особливості формування іміджевої економіки за сучасних динамічних умов, фактори формування іміджу будь-якої економічної системи можна класифікувати наступним чином (рис. 2).

Безпосередньо економічні фактори формування іміджу включають: фактори стабільності економічного розвитку, рівень розвитку інфраструктури (транспорт, зв'язок, енергетика, освіта, охорона здоров'я тощо), інвестиційна та комерційні ризики, ефективність ведення бізнесу в країні, оцінка гео-економічного положення та міжнародна активність (діяльність) національних компаній. Адже, на рівні сприйняття суб'єктів підприємницької діяльності імідж економічної системи виявляється у впро-

вадженні національними підприємствами міжнародної діяльності, виходу компаній з національними брендами на міжнародні ринки, що позитивно позначається у надходженнях до національного бюджету, вирішенні питань проведення бізнесу на території країни, лояльною податковою політикою та ін.

Вивчення чинників підтверджує, що соціально-економічна ситуація в країні, що визначає соціальне забезпечення населення, дотримання конституційних прав кожного громадянина, прозорість владних рішень та боротьба з корупцією, злочинністю, тіньовою економікою тощо для національного економічного зростання. Зовнішніми факторами можна назвати зовнішньоекономічну політику України та позиціонування національних інтересів, членство в міжнародних організаціях, високий рівень двосторонньої співпраці з ключовими партнерами, наявність активного торгівельно-економічного співробітництва, стійких бізнес-інтересів, реалізацію спільних економічних проектів, гуманітарну допомогу, міжпарламентські зв'язки, регіо-

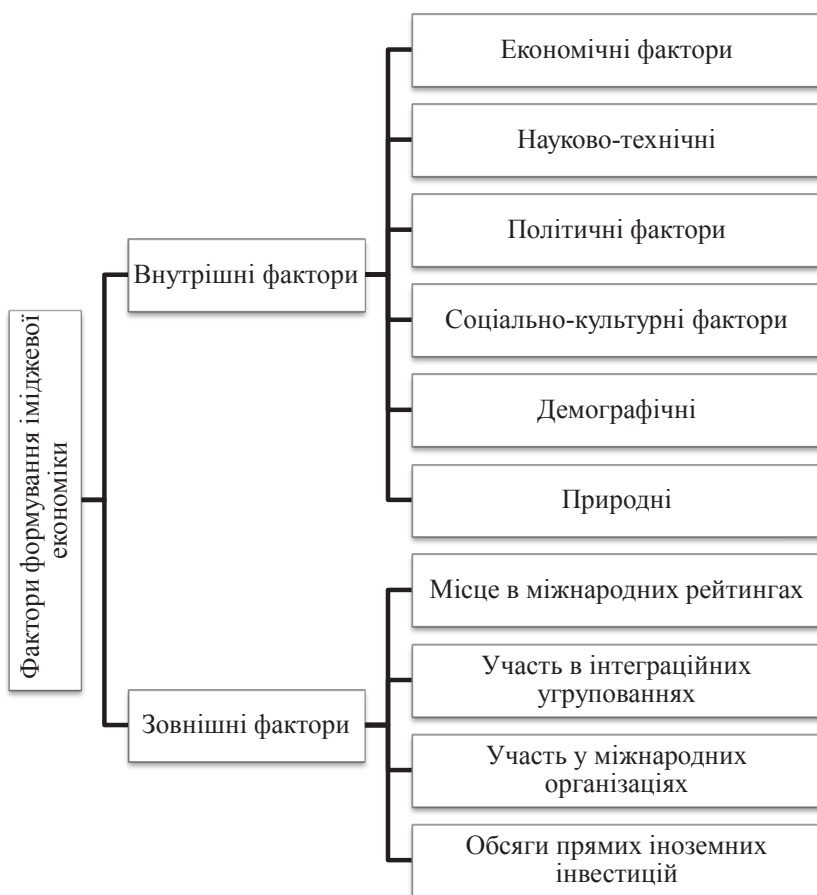


Рис. 2. Ключові фактори формування іміджу економічної системи [6]

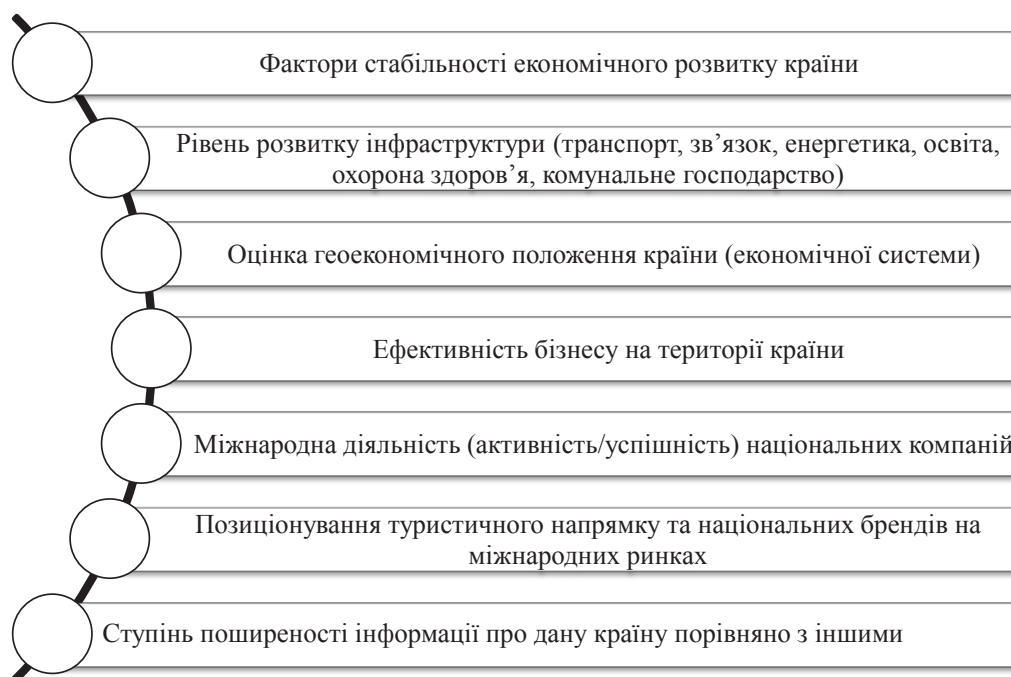


Рис. 3. Чинники формування стабільної та успішної іміджевої економіки

Джерело: розроблено авторами

нальне співробітництво, прямі контакти між вищими навчальними закладами, науковими установами, бізнес-структурами тощо.

Чинники формування ефективної та стабільної іміджевої економіки з позиції авторів дослідження ілюструє рис. 3.

Дослідження наукових доробок та досвіду формування стабільної іміджевої економіки у міжнародному контексті дозволяє стверджувати, що програми формування іміджевої економіки реалізуються на перших двох рівнях сприйняття іміджу економіки, а саме, на рівні споживчого сприйняття та суб'єктів підприємницької діяльності, оскільки країни застосовують стратегію позиціонування країни як інвестиційно привабливої, позиціонування туристичного напрямку та національних брендів на міжнародних ринках.

В контексті формування стабільної та керованої іміджевої економіки можна сформулювати етапи її створення, рис. 4.

Формування та просування позитивного економічного іміджу економіки надає можливість посилити ефект зовнішньої і внутрішньої політики держави, оскільки таке просування безпосередньо має зв'язок зі стратегічними можливостями держави, що визначає її місце та значущість у світовому рейтингу, а також сприяє забезпеченню та захисту її національних інтересів. Водночас важливо підкреслити, що інформаційно-пропагандистські заходи, спрямовані на формування стабільної та керованої іміджевої економіки та підвищення міжнародного іміджу економічної системи, мають підкріплюватися реальними змінами

в економічному розвитку. Покращання внутрішнього економічного іміджу України в свою чергу відіб'ється на покращанні ставлення населення до політики її уряду та на прагненні громадян брати участь у формуванні позитивного економічного іміджу країни.

Отже, концептуальні основи формування «іміджевої економіки» є багатограним та складним процесом, який доцільно здійснювати на основі економічного обґрунтування за запропонованими етапами.

Ключовими трендами формування стабільної та керованої іміджевої економіки виступають:

- 1) спрямованість на суб'єктів всіх рівнів сприйняття міжнародного іміджу економіки країни;
- 2) акцентування на інноваційній складовій розвитку економіки;
- 3) створення умов для залучення висококваліфікованих фахівців або робочої сили.

Варто відзначити, що позитивна міжнародна репутація економічної системи є об'єктивною вимогою сучасності. Імідж економічної системи країни впливає не лише на ставлення партнерів до неї, а й визначає спільне розуміння цінностей, можливість розвитку двосторонніх відносин, привабливість економіки для інвестування та економічної перспективи тощо.

Висновки з проведеного дослідження. За результатними проведеного дослідження встановлено, що в Україні процес формування керованої та позитивної іміджевої економіки перебуває на початковій стадії та характеризується низьким рівнем фінансового та організаційного забезпе-



Рис. 4. Етапи розробки стратегії стабільної та керованої іміджевої економіки країни

Джерело: розроблено авторами

чення державою даного процесу. Цілеспрямовано сформований позитивний внутрішній та міжнародний імідж економічної системи сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості України, конкурентоспроможності товарів і послуг, рівноправному входженню у систему світогосподарських зв'язків та дасть змогу зайняти гідне місце в міжнародному геополітичному та економічному просторі.

Водночас потрібно констатувати, що важливим аспектом формування ефективної іміджевої економіки є оцінювання рівня його результативності. Узагальнення існуючого методичного забезпечення з оцінювання дозволяє зробити висновок про застосування, як правило, експертних методів, анкетування з використанням методу ранжування та інших методів для отримання кількісної оцінки поточного стану іміджевої економіки. Перспективи подальших досліджень полягають у детальній розробці механізму оцінювання іміджевої економіки, що ґрунтується на результатах її функціонування. Тому актуальною залишається необхідність в удосконаленні методичного забезпечення з кількісного оцінювання іміджевої економіки (країни) з урахуванням внутрішніх та зовнішніх чинників впливу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богуш Д. Міжнародний імідж України: проблеми і перспективи. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М., 2010. – С. 647.
3. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в західному світі (на прикладі Польщі) / Г. Лавриненко // Політологія. – 2011. – № 4(111). – С. 149-154.
4. Личова Г. В. Формування іміджу як фактору конкурентоспроможності країни / Г.В. Личова // Мат-ли Міжнар. Наук. – практ. Конф. студентів, аспірантів та молодих вчених. Сучасний стан науки: досягнення, проблеми та перспективи розвитку. – Вип.V: У 5-х част. – Ч. 4, 2012. – С.240-242.
5. Полішко Г.Г. Національний брендинг у побудові іміджу країни / Г.Г. Полішко // Тези доповідей Міжнародного форуму студентів, аспірантів та молодих учених. – Д., 2013. – С. 185-187
6. Семченко О.А. Іміджева політика України: [монографія] / О.А. Семченко. – К.: КНЕУ, 2014. – 272 с.
7. Смачило Т.В., Олеха Д.І. Формування національного бренду України / Т.В. Смачило, Д.І. Олеха // Молодий вчений. – № 4(31). – Квітень, 2016 р. – С. 209-212.
8. Сучасна Україна в глобальному середовищі: стратегічні орієнтири економічного розвитку: [моно-

графія] / Н.В. Стукало, М.В. Литвин, О.В. Дзяд [та ін.]; за заг. ред. Н.В. Стукало. – Дніпропетровськ: Інновація, 2015. – 510 с.

9. Чугаєв О. Вимірювання сили економічного іміджу країн світу / О. Чугаєв // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2015 р. – С. 67-72.

10. Brand Finance. The annual report on the world's most valuable nation brands, 2015. – 7-9 p.

REFERENCES:

1. Bohush D. Mizhnarodnyi imidzh Ukrainy: problemy i perspektyvy. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>.

2. Kotler F. Osnovy marketynha / F. Kotler. – М., 2010. – С. 647.

3. Lavrynenko H. Formuvannia mizhnarodnoho imidzhu Ukrainy v zakhidnomu sviti (na prykladi Polshchi) / H. Lavrynenko // Politolohiia. – 2011. – № 4(111). – С. 149-154.

4. Lychova H.V. Formuvannia imidzhu yak faktor konkurentospromozhnosti krainy / H.V. Lychova // Mat-ly Mizhnar. Nauk.-prakt. konf. studentiv, aspirantiv

ta molodykh vchenykh. Suchasnyi stan nauky: dosiahnennia, problemy ta perspektyvy rozvytku. – Vyp.V: U 5-kh chast. – Ch. 4, 2012. – С. 240-242.

5. Polishko H.H. Natsionalnyi brendynh u pobudovi imidzhu krainy / H.H. Polishko // Tezy dopovidei Mizhnarodnoho forumu studentiv, aspirantiv ta molodykh uchenykh. – D., 2013. – С. 185-187.

6. Semchenko O.A. Imidzheva polityka Ukrainy: [monohrafiia] / O.A. Semchenko. – К.: KNEU, 2014. – 272 s.

7. Smachylo T.V., Olekha D.I. Formuvannia natsionalnoho brendu Ukrainy / T.V. Smachylo, D.I. Olekha // Molodyi vchenyi. – № 4(31). – Kvitin, 2016 r. – С. 209-212.

8. Suchasna Ukraina v hlobalnomu seredovyskhi: stratehichni oriientyry ekonomichnoho rozvytku: [monohrafiia] / N.V. Stukalo, M.V. Lytvyn, O.V. Dziad [та ін.]; за заг. ред. N.V. Stukalo. – Dnipropetrovsk: Innovatsiia, 2015. – 510 s.

9. Chuhaiev O. Vymiriuvannia syly ekonomichnoho imidzhu krain svitu / O. Chuhaiev // Visnyk KNU im. T. Shevchenka. – 2015 r. – С. 67-72.

10. Brand Finance. The annual report on the world's most valuable nation brands, 2015. – 7-9 p.

Tryhub K.S.

Post-Graduate Student of the Department of Economic Theory and Marketing
Oles Honchar Dnipro National University

Khaminich S.Y.

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Economic Theory and Marketing
Oles Honchar Dnipro National University

CONCEPTUAL BASES OF IMEDZHEVO ECONOMICS

The article is devoted to the problem of formation and support of a productive image economy, which at the moment takes an important place in the strategic development and development of Ukraine. Within the article the theoretical approaches to the concept of image as a socio-political and economic phenomenon are considered, the role and place of the image economy in the structure of the international image of the country are determined. The role and place of branding in the system of formation of image economy in modern conditions is researched. The factors of formation of an effective and stable image economy are determined, and the stages of strategy development on a stable and managed reputation of the country's economy are proposed.

According to the results of the conducted research it can be argued that in Ukraine the process of forming a managed and positive image economy is at an initial stage and characterized by a low level of financial and organizational support by the state. A deliberately formed positive internal and international image of the economic system will enhance the investment attractiveness of Ukraine, the competitiveness of goods and services, equal access to the system of world economic relations and will enable to take a worthy place in the international geopolitical and economic space.

At the same time, it should be noted that an important aspect of forming an effective image economy is the assessment of its effectiveness. The generalization of the existing methodological provision in the evaluation allows us to conclude on the application of, as a rule, expert methods, questionnaires using the method of ranking and ball methods in order to obtain a quantitative assessment of the current state of the image economy. Prospects for further research are the detailed development of a mechanism for assessing the image economy, based on the results of its functioning. Therefore, the need to improve the methodological support for the quantitative assessment of the image economy (country) remains with relevance, taking into account the internal and external factors of influence.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Катан Л.І.

РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР
ЕФЕКТИВНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР..... 3

Малишевська О.О.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....8

Пономаренко І.В.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ МОЛОДІЖНОГО РИНКУ ПРАЦІ
В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС..... 14

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Пішенін І.К.

ТРАНСПОРТНИЙ РИНОК ЯК ФУНКЦІОНАЛ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ..... 19

Проскуріна М.О.

КІНОІНДУСТРІЯ ЯК СФЕРА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ..... 23

Шелеметьєва Т.В.

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ: НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ..... 30

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Балковська В.В., Гринів Д.В.

ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 36

Віхляєва Н.В.

АЛГОРИТМ ПОБУДОВИ КОГНІТИВНОЇ КАРТИ ФОРМУВАННЯ
ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕНЕРГОГЕНЕРУЮЧОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 42

Геєць І.О., Боравльов Д.В.

СУЧАСНИЙ СТАН АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ ТА ФОРМУВАННЯ
СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ РОЗВИТКУ АЕРОПОРТІВ УКРАЇНИ..... 50

Геселева Н.В., Пономаренко Д.Г.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..... 57

Гребенюк Г.М.

КОМПЕТЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ..... 64

Гудзь О.Є., Захаренко Д.С.

КРИТЕРІАЛЬНИЙ БАЗИС ОЦІНКИ УПРАВЛІННЯ
КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОСТЮ ПІДПРИЄМСТВ..... 73

Ігнашкіна Т.Б., Романовський І.Г., Губаренко Л.М.

ПРОБЛЕМАТИКА ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА..... 80

Іщенко Н.М., Олійник О.М.

КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ:
АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЩО ФОРМУЮТЬ РЕЗЕРВИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ..... 89

Воронько-Невідніча Т.В., Козленя К.О., Баруздин А.А.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
МАЛИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ..... 96

Коцько Т.А., Шеховцова І.А., Жарук О.В.

РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ
ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА
В УМОВАХ РЕСУРСНИХ ОБМЕЖЕНЬ..... 102

Манаєнко І.М., Кравець А.І.

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ:
УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ТА ДОСВІД ЄС..... 109

Пахуча Е.В., Скрипань В.А.

МЕХАНІЗМ СТАЛОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 116

Петков О.І.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВПЛИВУ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ
НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ..... 122

Фалович В.А.

ІНВЕСТИВАННЯ У ВІДНОСИНИ ЛАНЦЮГА ПОСТАВОК
В КОНЦЕПЦІЇ «ІНДУСТРІЯ 4.0»..... 127

Ярмолюк О.Я., Клівода Д.С. ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ В МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ.....	137
РОЗДІЛ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Федірець О.В., Ярмола В.Ю., Московець С.В. ПЕРСПЕКТИВИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	142
РОЗДІЛ 5. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Приятельчук О.А. ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЄДИНОЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЄС.....	147
РОЗДІЛ 6. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Борисюк І.О., Цибульська А.С. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ ЛІЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	153
Мирончук В.М., Чубар Ю.К. ПРОГНОЗУВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ: БАГАТОФАКТОРНА ЕКОНОМЕТРИЧНА МОДЕЛЬ.....	161
Нетудихата К.Л. ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ.....	167
РОЗДІЛ 7. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Атамас П.Й., Ковальова К.О. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ ЗА П(С)БО 10.....	174
Селіванова Н.М., Міняйлик В.В. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ОБЛІКОВОГО АПАРАТУ.....	180
Федоришина Л.І. КРИТЕРІЇ І ВИДИ АНАЛІЗУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ.....	186
РОЗДІЛ 8. СТАТИСТИКА	
Кузьмінська Н.Л., Ліндаєв Д.В. СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ОСНОВНИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	193
РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Гуржій Н.М., Воробйов К.С. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ SCRUM В ПРАКТИКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	200
Полотай О.І. ПОБУДОВА ТА ОЦІНКА ПРОГНОЗУ ПОКАЗНИКІВ ІННОВАЦІЙНОГО СЕГМЕНТУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....	209
Фесенко В.Ю., Бондарєва Т.І. МЕТОД МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ПРОЕКТІ РОЗРОБЛЕННЯ ПРОГРАМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	216
РОЗДІЛ 10. СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	
Тригуб К.С., Хамініч С.Ю. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	222

CONTENTS

SECTION 1. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Katan L.I. THE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF ECONOMY AS AN IMPORTANT FACTOR FOR EFFECTIVE INTEGRATION INTO THE WORLD ECONOMIC SPACE.....	3
Malyshevs'ka O.O. MAIN PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE IN UKRAINE.....	8
Ponomarenko I.V. COMPARATIVE ANALYSIS OF THE YOUTH LABOR MARKET IN UKRAINE AND EU COUNTRIES.....	14

SECTION 2. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Pishenin I.K. TRANSPORT MARKET AS THE FUNCTIONAL STATE OF THE ECONOMY OF THE STATE.....	19
Proskurina M.O. FILM INDUSTRY AS A SPHERE OF ECONOMIC ACTIVITY.....	23
Shelemetieva T.V. TOURIST-RECREATIONAL POTENTIAL AS THE BASIS OF TOURISM DEVELOPMENT: THE SCIENTIFIC-THEORETICAL ASPECT.....	30

SECTION 3. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Balkovskaya V.V., Griniv D.V. FORMATION OF THE ENTERPRISE STRATEGIC MANAGEMENT PROGRAM.....	36
Vikhliaeva N.V. THE ALGORITHM FOR CONSTRUCTING COGNITIVE MAPS OF FORMATION OF INNOVATION POTENTIAL OF THE POWER-GENERATING ENTERPRISES.....	42
Heiets I.O., Boravlov D.V. CURRENT SITUATION ON THE AIR TRANSPORTATION MARKET AND THE FORMATION OF THE STRATEGIC AIMS OF THE DEVELOPMENT OF AIRPORTS IN UKRAINE.....	50
Geseleva N.V. Ponomarenko D.G. APPROACHES TO EVALUATE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES.....	57
Hrebeniuk H.M. COMPETENCES IN MANAGEMENT OF LABOR POTENTIAL DEVELOPMENT OF RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES.....	64
Gudz O.E., Zaharenko D.S. CRITERION BASE OF ESTIMATION OF MANAGEMENT OF CLIENT-ORIENTATION OF ENTERPRISES.....	73
Ihnashkina T.B., Romanovskyi I.G., Hubarenko L.M. PROBLEMATIC ISSUES OF EVALUATION OF SOCIAL AND LABOR POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISE.....	80
Ischenko N.M., Olijnyk O.M. CREDITWORTHINESS OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISES: ANALYSIS OF FACTORS THAT CREATES A RESERVE FOR ITS GROWTH.....	89
Voron'ko-Nevidnicha T.V., Kozlenya K.O., Baruzdin A.A. FEATURES OF COMPETITIVENESS OF SMALL AGRARIAN ENTERPRISES OF POLTAVA REGION.....	96
Kotsko T.A., Shehovtsova I.A., Zharuk O.V. THE IMPLEMENTATION OF THE MARKETING-ORIENTED APPROACH TO MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT UNDER THE CONDITIONS OF RESTRICTED RESOURCES.....	102
Manaenko I.M., Kravets' A.I. FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES: UKRAINIAN REALITIES AND EUROPEAN EXPERIENCE.....	109
Pakhucha E.V., Skrypan V.A. MECHANISMS OF SUSTAINABLE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	116
Petkov O.I. METHODS OF ASSESSMENT OF THE EFFECT OF MACROECONOMIC FACTORS ON THE ACTIVITY OF ENTERPRISES.....	122
Falovych V.A. INVESTMENT IN SUPPLY CHAIN RELATIONSHIPS IN THE CONCEPT OF INDUSTRY 4.0.....	127

Yarmoliuk O.Y., Klivoda D.S. USE OF ELECTRONIC MARKETING IN MARKETING TERRITORIES.....	137
SECTION 4. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Fedirets' O.V., Yarmola V.Yu., Moskovets' S.V. PROSPECTS OF GREEN TOURISM IN POLTAVA REGION.....	142
SECTION 5. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Pryjatel'chuk O.A. CHALLENGES AND THREATS OF IMPLEMENTING THE GENERAL CONCEPT OF EU SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT.....	147
SECTION 6. MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Borysiuk I.O., Tsybulska A.S. ANALYSIS OF THE LEASING SERVICES MARKET IN UKRAINE.....	153
Myronchuk V.M., Chubar Yu.K. FORECASTING INFLATION IN UKRAINE: MULTIPLE FACTOR ECONOMETRIC MODEL.....	161
Netudyhata K.L. FINANCIAL STABILITY OF THE UKRAINIAN MACHINE-BUILDING ENTERPRISES AT THE CURRENT STAGE OF ECONOMIC DEVELOPMENT.....	167
SECTION 7. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Atamas P.Y., Kovaleva K.O. FEATURES OF ACCOUNT OF CALCULATIONS WITH DEBATERS FOR SAS 10.....	174
Selivanova N.M., Miniaijlyk V.V. ORGANIZATION OF OPERATING ACCOUNTING.....	180
Fedorishina L.I. CRITERIA AND ANALYZES OF COMMERCIAL BANK.....	186
SECTION 8. STATISTICS	
Kuz'minska N.L., Lindaev D.V. STATISTICAL ANALYSIS OF DYNAMICS OF MAIN MACROECONOMIC INDICATORS OF THE ECONOMY OF UKRAINE.....	193
SECTION 9. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY	
Hurzhi N.M., Vorobjov K.S. PROSPECTS OF IMPLEMENTING A FLEXIBLE SCRUM PROJECT MANAGEMENT METHODOLOGY IN THE PRACTICE OF DOMESTIC ENTERPRISES.....	200
Polotaj O.I. BUILDING AND EVALUATION OF PROGNOSIS OF INDICATORS OF INNOVATIVE SEGMENT OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE.....	209
Fesenko V.Y., Bondarieva T.I. METHOD OF BUSINESS PROCESSES MODELING IN THE PROJECT OF THE DEVELOPMENT OF THE STAFF MOTIVATION PROGRAM AT THE ENTERPRISE.....	216
SECTION 10. ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGIES	
Tryhub K.S., Khaminich S.Y. CONCEPTUAL BASES OF IMEDZHEVO ECONOMICS.....	222

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 15

Коректура • *Н. Ігнатова*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

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