ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ

ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 17

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.
Гулей Анатолій Іванович – доктор економічних наук.
Князєва 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.
Скидан Олег Васильович – доктор економічних наук, професор.
Шмиголь Надія Миколаївна – доктор економічних наук, професор.
Ліна Пілеліене – Ph.D., професор економіки.
Натія Гоголаурі – доктор економічних наук, професор.
Анджей Паулік – доктор економіки хабілітований, професор.
Катерина Нацвлішвілі – доктор економічних наук, професор.

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 № 3 от 26.03.2018 року)

ISSN (Online): 2519-2868

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2018

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ

REGULATION OF THE CURRENCY MARKET OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF REALIZATION OF NATIONAL INTERESTS

УДК 339.74.025.12(477)

Журба О.М.
аспірант кафедри економічної теорії та конкурентної політики
Київський національний торговельно-економічний університет

У статті проаналізовано запропоновану НБУ концепцію нової моделі валютного регулювання, яка не передбачає диференціацію моделей регулювання залежно від поточного стану фінансової системи країни. Автором запропоновано підхід до валютного регулювання, який передбачає наявність трьох сценаріїв реалізації, які включають антикризове, посткризове та регулювання валютного ринку за умов поступального розвитку. На основі аналізу тенденції розвитку валютного ринку України протягом останніх років, яка має характерні повторювані кризові прояви, запропоновано власну концепцію антикризового регулювання.

Ключові слова: *валютне регулювання, валютний ринок, валютні кризи, валютна політика, антикризове регулювання, концепція валютного регулювання.*

В статье проанализирована предложенная НБУ концепция новой модели валютного регулирования, которая не предусматривает дифференциацию моделей регулирования в зависимости от текущего состояния финансовой системы страны. Автором предложен подход к валютному регулированию, который предусматривает наличие трех сценариев реализации, включающие антикризисное, посткризисное и регулирование валютного рынка в условиях поступательного развития. На основе анализа тенденции развития валютного рынка Украины в течение последних лет, которая имеет характерные повторяющиеся кризисные проявления, предложена собственная концепция антикризисного регулирования.

Ключевые слова: *валютное регулирование, валютный рынок, валютные кризисы, валютная политика, антикризисное регулирование, концепция валютного регулирования.*

The article analyses the concept proposed by the NBU for a new model of currency regulation, which does not involve differentiation of regulatory models depending on the current state of the financial system of the country. The author proposes an approach to currency regulation, which involves the existence of three scenarios of implementation, which include anti-crisis, post-crisis, and currency market regulation in the context of steady development. Based on the analysis of development tendencies of the foreign exchange market in Ukraine in recent years, which has characteristic recurrent crisis manifestations, the author proposed his own concept of anti-crisis regulation.

Key words: *currency regulation, currency market, currency crises, currency policy, anti-crisis regulation, concept of currency regulation.*

Постановка проблеми. Україна, будучи країною, економіка якої відстає від розвинених країн, потребує напрацювання пріоритетних підходів до валютного регулювання в контексті долучення до глобалізаційних процесів у світі. Очевидним є те, що валютне регулювання має відповідати національним інтересам країни загалом, проте, деталізуючи дану позицію, зрозуміло що основний акцент при цьому переноситься на економіку як основу подальшого розвитку будь-якої держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Початок системного вивчення формування валютної політики України був покладений у 90-х роках XX ст. працями В. Галя, С. Михайличенко, С. Рожкова, Т. Узлюка, А. Філіпенка, В. Ющенка та ін. Дослідження особливостей реалізації валютної політики під впливом кризових процесів знайшло відображення у працях: О. Береславської, Ю. Василенка, О. Владимирової, О. Дзюблюка, О. Петрика, Є. Попова, А. Скрипника, Т. Унковської та ін. Слід віддати належне результатам їхніх досліджень, хоча дискусійними залишаються багато питань. Зокрема, відсутні комплексні дослідження щодо антикризового управління валютним ринком з урахуванням загроз економічного зростання.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз наявної концепції валютного регулювання та пропозиції щодо її вдосконалення в контексті антикризової валютної політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Валютне регулювання протягом усього періоду існування України було спрямоване на стримування зростання валютного курсу. Проте, враховуючи наявну тенденцію до його росту, можна констатувати занизьку ефективність таких дій. Валютна політика стримування росту валютного курсу, за свої змістом, не враховує основні виклики сучасного світогосподарського порядку, де навіть країни з економікою, яка лише розвивається, можуть використовувати негативні тенденції щодо знецінення національної грошової одиниці на користь збільшення свого економічного зростання. Використання подібного досвіду для України ускладняється наявністю особливостей валютної політики,

які є характерними для країн, що розвиваються. До таких, зокрема, належать:

1. лімітований доступ до світових ринків капіталу;
2. зміщений акцент на залучення менш волатильних прямих іноземних інвестицій та низьковідсоткових позичкових коштів міжнародних фінансових інститутів, зокрема Світового банку;
3. регульований рух коштів усередині країни та під час розрахунків за її межами;
4. обмежена структура експорту, яка є залежною від конкурентного експорту працеємної продукції промислового призначення та сільгосппродукції [1].

Ураховуючи наведені особливості, Україна, як й інші подібні країни, виступає на світовому ринку пасивним гравцем, який не має значних можливостей впливати на ціноутворення, але, з іншого боку, є схильним до стрімких екзогенних змін умов торгівлі. При цьому розширення обсягів міжнародних торговельних потоків та потоків капіталу змушують адаптувати внутрішню валютну політику до нових вимог світових ринків.

У таких умовах закономірним є те, що НБУ має отримати всю повноту повноважень щодо комплексного управління не лише відсотковими ставками, обмінним курсом та міжнародними резервами, а й реалізовувати заходи щодо поглиблення валютного співробітництва шляхом уведення чи зняття додаткових валютних обмежень.

Отже, сучасні тенденції свідчать про те, що заходи з валютного регулювання можуть і мають впливати на виробничий цикл з урахуванням його подальшого впливу на валютний курс та рівень інфляції, який вибраний основним цільовим показником грошово-кредитної політики НБУ. При цьому НБУ має виробити послідовну довгострокову стратегію, а також розробити превентивні підходи, що дадуть змогу приймати рішення у разі виникнення кризових явищ.

Розроблена НБУ у 2016 р. Концепція нової моделі валютного регулювання [2], в основу якої покладено поетапне запровадження заходів із лібералізації, на нашу думку, не матиме ефективної практичної реалізації. Це вже підтверджується неможливістю досягти цільового таргету інфляції у 2017 р. Іншим аргументом неспроможності нової Концепції є відсутність часових меж запровадження окремих заходів, а головне – обґрунтування того, як такі зміни вплинуть на економіку країни.

Виходячи з наведеного, нами розроблено власні концептуальні підходи до вдосконалення регулювання валютного ринку, які дають змогу комплексно визначати сукупність заходів валютно-курсової політики, у тому числі в контексті їх впливу на економіку України загалом. Такі підходи дадуть змогу посилити запропоновану НБУ Концепцію щодо логіки впливу певних заходів валютного регулювання на реальний сектор економіки та міжнародну активність господарюючих суб'єктів. Такі підходи також дають можливість окреслити особливі умови, в яких можуть або мають застосовуватися певні інструменти валютного регулювання.

Ретроспективний аналіз розвитку валютного ринку дає підстави стверджувати, що для України перманентне повторення кризових явищ є такою ж характеристикою економіки, як і її циклічність [3]. Поряд із тим, незважаючи на багаторазове повторення подібних сценаріїв розгортання кризових явищ на валютному ринку, НБУ дотепер не визначено та не розроблено підходи до валютного регулювання, які б носили антикризовий характер [4, с. 130]. Виходячи із цього, побудова Концепції нової моделі валютного регулювання насамперед має базуватися на поділі всіх заходів у даній сфері на три групи:

1. Антикризове валютне регулювання. Даний тип валютного регулювання покликаний забезпечити подолання або принаймні зменшення негативних наслідків від кризи. Перелік заходів, що можуть бути застосовані під час такого валютного регулювання, має бути чітко визначений на рівні НБУ та носити комплексний послідовний, а не ситуативний характер.

2. Посткризове валютне регулювання. Даний тип валютного регулювання має бути спрямований на запровадження заходів, які найбільшою мірою стимулюватимуть економічну активність суб'єктів господарювання та домогосподарств. Запроваджені заходи за цього типу валютного регулювання можуть передбачати пом'якшення валютної політики, але виключно за умов, коли лібералізація відповідає цілям економічного зростання.

3. Валютне регулювання за умов поступального розвитку економіки. Цей тип валютного регулювання насамперед передбачає стабільний розвиток економіки та її зростання, а отже, створення повноцінних умов для запровадження лібералізаційних заходів.

Аналізуючи заходи та підходи, запропоновані у Концепції нової моделі валютного регулювання у 2016 р. з позиції наведеного поділу, слід констатувати, що вони передбачають реалізацію останнього типу валютного регулювання, за якого має спостерігатися поступальний економічний розвиток. Поряд із тим наявність перманентно повторюваних кризових епізодів є об'єктивною характеристикою не лише вітчизняної, а й усієї світової економіки [5, с. 116], а тому, на нашу думку, запропонований НБУ підхід є досить обмеженим.

Виходячи із цього, розглянемо підходи, які можуть бути використані для побудови комплексної концепції валютного регулювання. Базисом такої Концепції має бути антикризове валютне регулювання. Для України, яка протягом останніх 10 років двічі знаходилася у стані економіко-фінансової та валютної кризи, розроблення підходів до такого типу валютного регулювання має стати пріоритетним.

При цьому досить важливим є окреслення передумов, які дають можливість визначити, чи дійсно наявні коливання у валютній сфері свідчать про виникнення валютної кризи. Розуміння того, чи відносяться певні дисбаланси в економіці та фінансовій сфері саме до кризових явищ, є базисом для подальшого запровадження конкретних заходів стабілізації, адже характеристики різних типів криз є відмінними [6, с. 119], а отже, й заходи Національного банку також мають залежати від їх особливостей впливу на економіку та фінансовий сектор.

Для кращого розуміння процесу антикризового управління та протидії кризам на валютному ринку розглянемо його алгоритм за окремими блоками: розпізнавання кризи, побудова антикризової стратегії та оцінка ефективності здійснюваних заходів.

На рис. 1 наведено алгоритм антикризового регулювання валютного ринку відповідно до таких блоків. Особливістю такого алгоритму є конкретизація підходів до побудови стратегічних засад виходячи з того, на якій стадії загострення перебуває валютна криза.

Одним із найбільш важливих аспектів під час розроблення стратегії антикризового валютного регулювання є розпізнавання кризових явищ та визначення їх глибини. Валютні кризи, оскільки вони пов'язані зі значними змінами курсу обміну та (пов'язаними) кризами інфляції, відносно легко визначити. Рейнхарт і Рогофф виділяють ці епізоди шляхом присвоєння порогових значень для відповідних змінних. Що стосується валютних криз, то вони вважають, що для ідентифікації кризових явищ національна грошова одиниця має здеше-

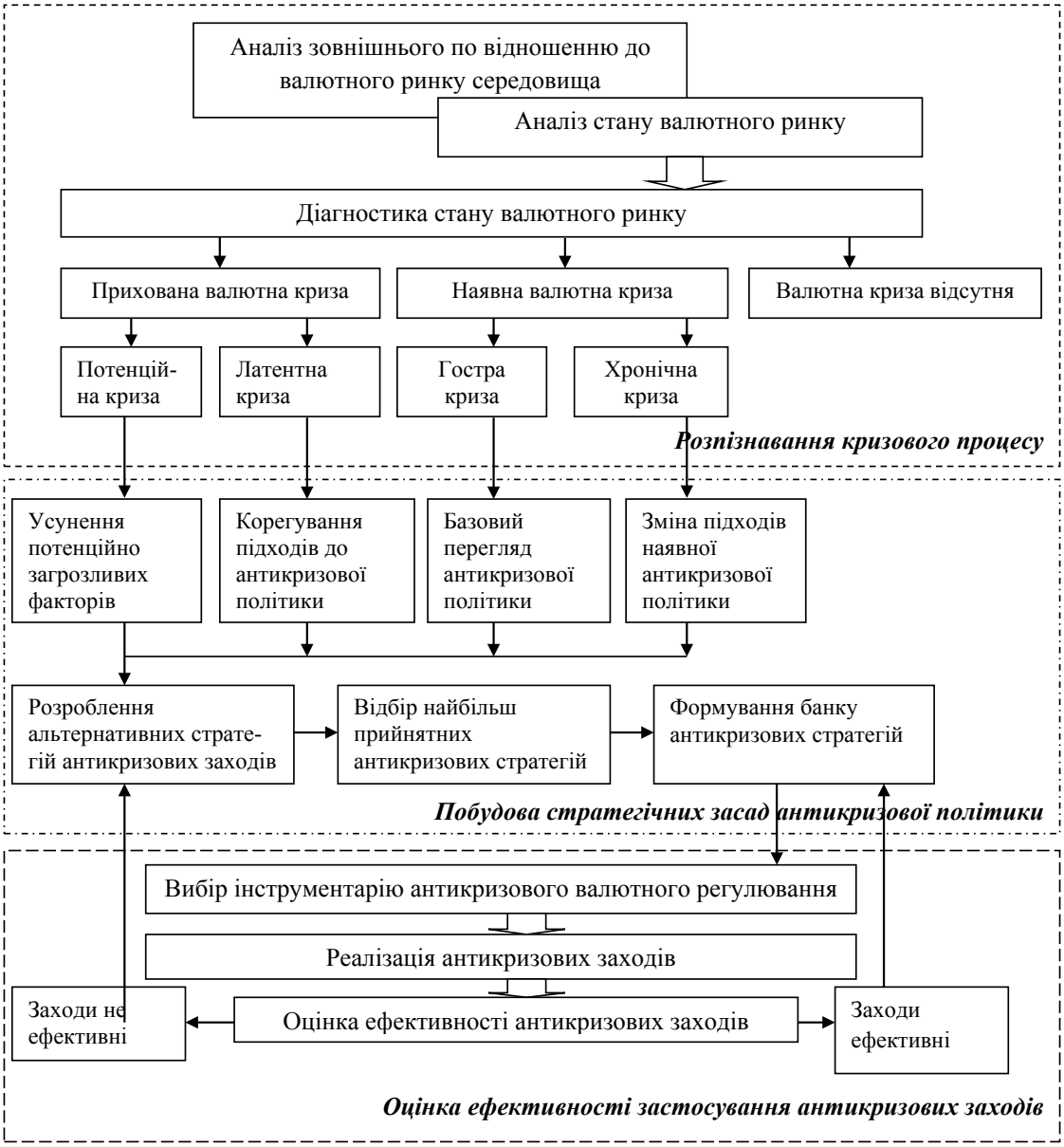


Рис. 1. Алгоритм антикризового регулювання валютного ринку

(авторська розробка)

віти на понад 15% на рік, тоді як для інфляції вони встановлюють порогове значення – 20% на рік.

У науковій думці однозначної позиції щодо порогового значення, за якого девальвація національної грошової одиниці вказувала б на наявність валютної кризи, не існує. На нашу думку, за основу доцільно використати підхід, за якого констатувати наявність валютної кризи можна за рівня девальвації у понад 25%.

Для наявного розуміння таких передумов розглянемо динаміку зростання валютного курсу протягом останніх 20 років починаючи з 1997 р. (рис. 2).

Наведена на рис. 2 динаміка дає можливість наочно визначити пікові стани зростання валютного курсу і зробити висновок, що найбільшими їх темпи були саме протягом останніх років – з 2014 до 2016 р. [7]. Також на цей період припали максимальні за останні 20 років темпи девальвації гривні (183,8%). Протягом усіх пікових значень рівень девальвації гривні суттєво випереджав показники, які у світовій практиці визначаються під час характеристики наявності валютної кризи як граничні. А тому можна констатувати, що заходи щодо подолання кризових явищ НБУ, хоча в окремих випадках і були занадто витратними та не завжди обґрунтованими, проте в пікових періодах виявлялися необхідними. Це насамперед стосується адміністративних заходів та запровадження валютних обмежень.

Удосконалення підходів до антикризового валютного регулювання, на нашу думку, потребує визначення переліку принципів, які мають стати базисом для подальших змін. Серед них можна виокремити такі:

1. Ефективність. Одержані вигоди для економіки та країни загалом від запроваджених антикризових регуляторних заходів мають бути вищими, ніж утрати від них.

2. Швидкість реалізації. Враховуючи, що розгортання кризи здебільшого відбувається швидко, запровадження заходів валютного регулювання на практиці також має бути швидким.

3. Легкість запровадження. Антикризові заходи валютного регулювання мають бути такими, які можна легко запровадити й потім легко скасувати, коли у цьому буде нагальна потреба.

4. Наявність часових меж. Запровадженні антикризові заходи мають прийматися на певний проміжок часу і бути подовжені лише у разі погіршення загальноекономічної ситуації.

5. Гнучкість та адаптивність. Валютне регулювання під час кризи має бути легко адаптивним та гнучким, що дасть змогу швидко приймати рішення щодо корегування валютної політики у разі погіршення ситуації.

6. Одномоментність запровадження. Антикризові заходи валютного регулювання мають запроваджуватися одномоментно для всіх економічних суб'єктів та носити всеохоплюючий характер.

7. Обґрунтованість. Використання певних інструментів валютного регулювання має базуватися на врахуванні фази валютної кризи. Також необхідним є обґрунтування доцільності використання певного набору інструментів прямої та непрямої дії та їх комбінації.

В Україні на відміну від розвинених країн під час загострення кризових явищ на валютному ринку прийнято використовувати весь перелік доступних

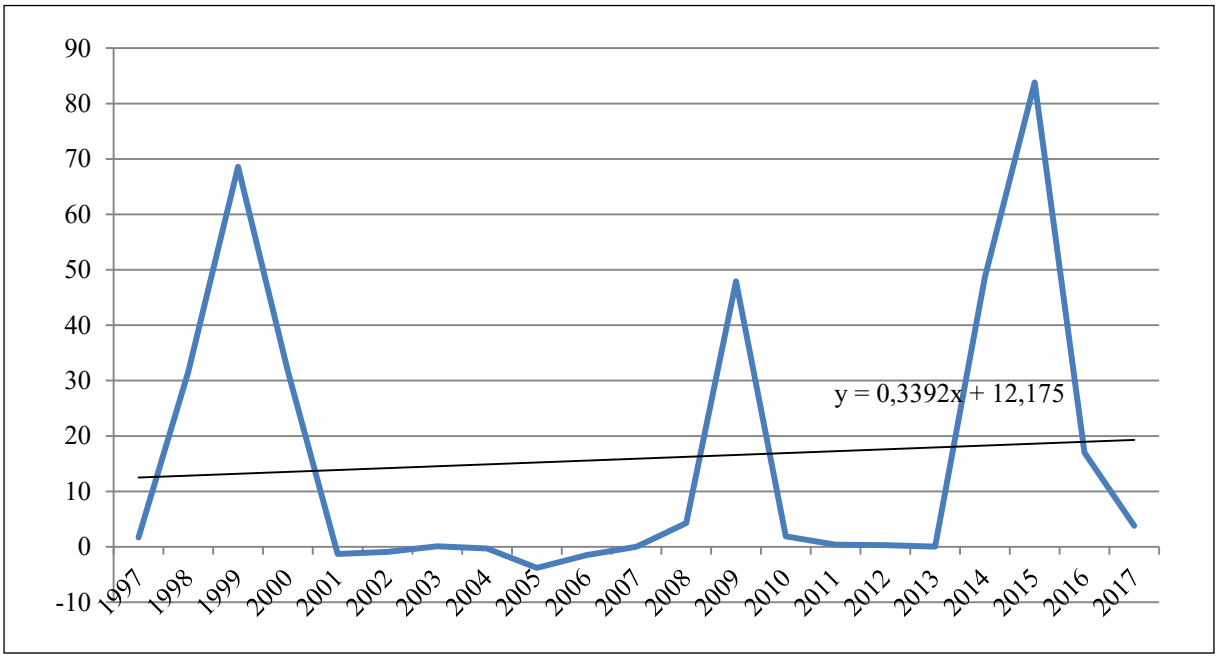


Рис. 2. Динаміка темпів зростання валютного курсу гривні по відношенню до дол. США (середнього за рік) протягом 1997–2017 рр.,% [7]

для НБУ інструментів валютного регулювання – як прямої, так і опосередкованої дії. Такі дії з позиції НБУ є обґрунтованими, адже в умовах швидкого погіршення ситуації на валютному ринку та знецінення національної валюти, яке в рази перевищує граничне для валютних криз значення, необхідним є застосування інструментів, які насамперед характеризуються можливість швидкого та одномоментного застосування [8, с. 256].

Поряд із тим хаотичне використання всіх можливих інструментів валютного регулювання під час кризи останніх років не дає можливості виявити, які із цих інструментів були найбільш ефективними, а використання яких мало лише негативний результат. У цій ситуації неможливим є визначення частки впливу того чи іншого інструменту на окремі складники валютної системи. Така непослідовність дій, а головне – фактична відсутність посткризового аналізу результатів та наслідків використання того чи іншого інструменту призводять до повторення аналогічної ситуації в майбутньому, адже відсутність алгоритму дій за подібних умов знову буде призводити до використання всіх видів інструментів валютного регулювання.

Виходячи з наведеного, необхідно розмежувати вплив заходів прямої та непрямої дії та визначити їх вплив на певні параметри валютного ринку в кризових умовах. Також слід ураховувати, що переваги інструментів валютного регулювання прямого впливу, наявні за умов кризи, під час виходу з неї можуть стати гальмом не лише економічного розвитку, а й інтеграційних процесів в Україні. Саме тому, на нашу думку, заходи прямого впливу мають застосовуватися виключно на двох перших фазах валютної кризи: фазі спаду та депресії.

Вже на фазі виходу з валютної кризи дія інструментів прямої дії має бути припинена. Під час виходу з кризи доцільним є поступова лібералізація валютного регулювання та перенесення акценту на використання інструментів непрямої дії, що відповідає зарубіжній практиці розвинених країн

Особливості використання інструментарію валютного регулювання відповідно до фази валютної кризи наведено на рис. 3

Щодо інструментів непрямої дії, то НБУ протягом останньої кризи 2014–2015 рр. найбільш активно використовував зміну значення облікової ставки. Досвід розвинених країн під час останньої світової фінансової кризи (2007–2009 рр.) свідчить про те, що даний інструмент непрямої дії відіграв одну з основних ролей у подоланні кризових явищ. Так, відсоткова ставка центральних банків під час кризи сягала практично нульової позначки у США, Японії, Швейцарії та дещо перевищувала 2% у країнах Єврозони, Великобританії, Швеції, Канаді.

В Україні через специфіку розвитку фінансової та економічної системи (її недорозвиненість) облікова ставка хоча й використовується, проте її дія є недостатньою, щоб подолати кризові явища [10, с. 10]. Звертає на себе увагу також те, що під час кризових явищ облікова ставка НБУ не тільки не знижувалася, як це відбувалося у розвинених країнах, а, навпаки, зростала. Так, у 2007-му передкризовому році її значення становило 8%, після чого було збільшене до 10%. У 2008 р. даний показник знову зріс – до 12,5% і лише у 2009 р. дещо знизився – до 10,25%. Аналогічний ефект простежувався й під час кризи 2014–2015 рр. коли облікова ставка НБУ постійно зростала і сягнула рекордного 30-відсоткового зростання з березня 2015 р. Протягом 2017 р. попри декларування виходу з кризи рівень облікової ставки залишається досить високим і навіть перевищує значення кризових 2008–2009 рр., коливаючись від 12,5% до 14,5% [11].

Незважаючи на часті зміни облікової ставки НБУ (здебільшого зростання), можна констатувати, що її вплив на подолання кризових явищ є незначним. Це пояснюється тим, що облікова ставка, являючи собою інструмент ринкової дії, передбачає певний лаг, перш ніж ефект від змін стане наявним [12, с. 119].

Щодо ефективності інструментів прямого впливу, то окремо слід розмежовувати економічні та адміністративні. Найбільш використовуваним серед економічних інструментів прямої дії протягом кризи 2008–2009 рр. та 2014–2015 рр. було управління валютними резервами шляхом корегування їх обсягів.

Активне використання політики валютних інтервенцій призвело до надстрімкого зменшення обсягів міжнародних резервів у 2014–2015 рр. (у чотири рази), при цьому курс гривні по відношенню до долара США за цей період продовжував знижуватися.

Таким чином, розглядаючи ефективність використання всього переліку заходів, слід відзначити, що застосування економічних інструментів було малоефективним, але водночас найбільш витратним. Зважаючи на те, що використання валютних інтервенцій також використовувалося й під час попередньої фінансової кризи 2008–2009 рр. і здебільшого мало слабкий вплив на стабілізацію валютного курсу, на нашу думку, використання даного інструменту валютного регулювання необхідно обмежити.

Аналізуючи застосування інструментів валютного регулювання у 2014–2015 рр. звертає на себе увагу комбінація окремих інструментів прямої та непрямої дії, серед яких основними були: задекларований перехід до гнучкого курсоутворення; активне здійснення валютних інтервенцій; управління (збільшення) обліковою ставкою; застосування переліку адміністративних заходів щодо операцій, пов’язаних з іноземною валютою та рухом капіталу.

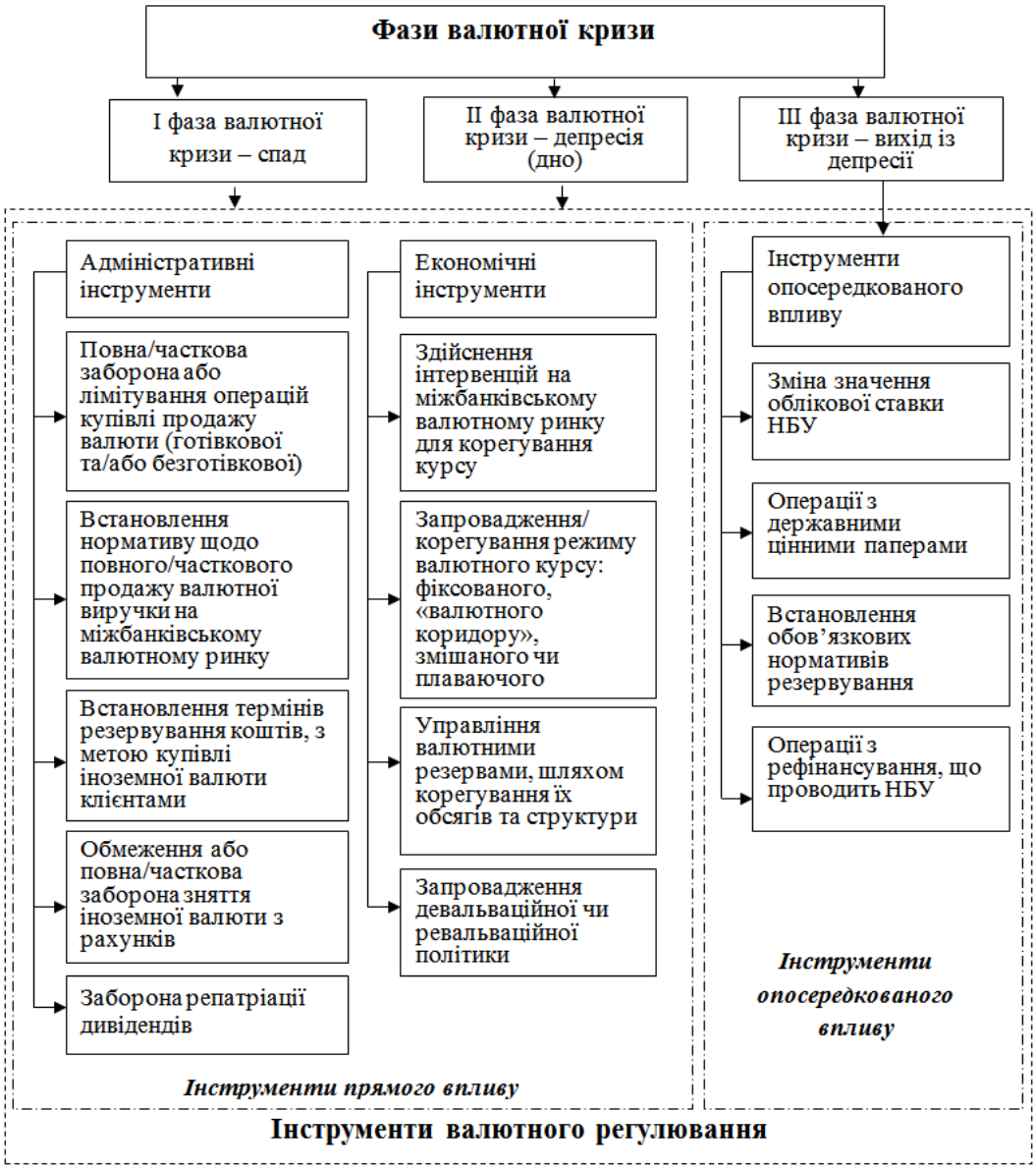


Рис. 3. Розподіл інструментів валютного регулювання відповідно до фази валютної кризи [9]

Щодо інструментів непрямої дії, то можна стверджувати, що на нинішній період розвитку вітчизняної фінансової системи вони не спроможні швидко та суттєво впливати на подолання кризових явищ [13, с. 10]. Щодо інструментів прямої дії, то в їхній структурі найбільш ефективними заходами, які дали змогу певним чином стабілізувати курс гривні, були адміністративні. Саме завдяки адміністративним обмеженням також удалося знизити обсяги відтоку капіталу.

Незважаючи на те що активна фаза кризи минула ще в 2015 р., терміни дії валютних обмежень із паралельним використанням інструментів непрямої дії свідчать про те, що попри задекларований вихід із валютної кризи в 2016 році негативні тенденції все ще зберігалися. Про це в тому числі свідчила подальша девальвація гривні. Так, у 2016 р. темпи знецінення гривні по відношенню до долара США становили 117%, що, відповідно до запропоновано підходу Рейнхарта і Рогофф, свідчить про розгортання валютної кризи. Поряд із тим, незважаючи на негативні тенденції, саме у 2016 р. НБУ було задекларовано перехід від режиму монетарного до інфляційного таргетування та розпочато процес скасування (поступової лібералізації) валютних обмежень [14].

Звертає на себе увагу те, що, незважаючи на певне поліпшення стану економіки, НБУ продовжив практику одночасного використання заходів прямої та непрямої дії не лише в 2016, а й у 2017 р. На нашу думку, такий підхід є необґрунтованим у силу того, що в 2017 р. спостерігалися тенденції щодо поступового виходу з кризи. Так, останні статистичні показники засвідчують, що протягом

2017 р. наявним є економічне відновлення та стабілізація показників фінансової та економічної системи. Також значно сповільнилися темпи девальвації гривні по відношенню до долара США (у 2017 р. – 103,8%) [7]. Таким чином, можна констатувати, що Україна перейшла у третю фазу валютної кризи – вихід із депресії. Закономірним у цьому разі є поступова відмова від використання адміністративних заходів валютного регулювання. Проте особливістю зняття валютних обмежень є те, що одномоментна відмова від них може призвести до дестабілізації ситуації.

На нашу думку, передчасна відміна валютних обмежень, як і необґрунтоване їх використання за умов відповідності критеріям кризи може мати негативні наслідки. Підтвердженням цього є вітчизняна практика 2016 р., коли передчасний перехід НБУ до режиму інфляційного таргетування та плаваючого курсу не приніс очікуваного ефекту, про що свідчить значення індексу споживчих цін на рівні, який значно перевищує встановлене НБУ цільове значення.

Відміна валютних обмежень, як і їх уведення в дію, має базуватися на аналізі результатів застосування певних інструментів прямої дії, при цьому необхідним є врахування таких факторів, як: швидкість прийняття рішень; вчасність та доцільність використання певного типу інструменту; результативність застосування; співвідношення витрат/результатів від використання певного заходу [15]. Таким чином, на нашу думку, безперечним є перехід від ситуативного застосування адміністративних заходів валютного регулювання до їх використання з позиції необхідності досягнення конкретних результатів та їх аналізу.

Підсумовуючи, можна відзначити, що антикризове валютне регулювання потребує значного вдосконалення підходів до використання інструментарію прямої та непрямої дій. Засадоутворюючим при цьому має бути підхід, який базується на врахуванні особливостей фази, в якій перебуває криза, та виокремлення переліку інструментів, які можуть бути найбільш ефективними саме у цьому періоді.

Не менш важливим, ніж антикризове валютне регулювання, є те, як воно буде реалізовуватися у посткризовому періоді. На цьому етапі мають застосовуватися підходи, які закладуть основу для подальшого виходу на траєкторію стабілізації та поступального розвитку.

Слід відзначити, що протягом усього періоду існування валютного регулювання в Україні наявним є використання ситуаційного підходу, в основу якого покладено принцип адаптивності. Зміст цього підходу відображався у тому, що НБУ здійснював валютне регулювання як зворотній імпульс на зміни у зовнішньому середовищі. З одного боку, в умовах перехідного періоду та наявності кризових явищ такий підхід є обґрунтованим, проте з іншого – він обмежує можливості для створення стійкої валютної системи, що є базисом для подальшого розвитку всієї економіки.

Зарубіжний досвід державного управління, у тому числі у валютній сфері, свідчить про те, що ситуаційний підхід здебільшого використовують країни з перехідною економікою та нестабільною фінансовою системою. Натомість найбільш економічно стабільні та розвинені країни надають перевагу приростному підходу до валютного регулювання. Характерними ознаками даного підходу є:

– визначення майбутніх цілей з урахуванням попередньо досягнених результатів;

– мінімізація відхилень від визначених параметрів;

– прагнення уникати будь-яких змін, при цьому їх реалізація здійснюється лише за нагальної необхідності (зокрема, наявності кризових явищ);

– за необхідності запровадження змін, такі дії передбачають визначення плану на основі використання попередньо погоджених процедур;

– раціональність використання тих чи інших регулятивних заходів;

– наявність ознак бюрократизму та консерватизму, що може гальмувати прийняття найбільш нагальних рішень [16, с. 150–151].

Як цей, так й інші підходи мають певні недоліки, тому, на нашу думку, найбільш оптимальним для України має бути підхід до принципово іншого за змістом стратегічного підходу. У цьому контексті необхідним є виокремлення стратегічного валютного регулювання та оперативного валютного регулювання.

Завдання стратегічного валютного регулювання полягає у забезпеченні такої стратегічної позиції, яка б дала змогу забезпечити стійкість валютної системи в довгостроковому періоді. Таким чином, даний вид валютного регулювання спрямований на забезпечення потенційної стабільності валютної системи. При цьому стратегічне валютне регулювання має бути гнучким і спроможним легко адаптуватися до змін зовнішнього середовища

Щодо оперативного валютного регулювання, то воно, базуючись на стратегічному, передбачає досягнення необхідних у короткостроковому періоді цілей. При цьому основу оперативного валютного регулювання має становити націленість на ефективність, що має передбачати стійкість до різного роду змін, у тому числі кризових явищ, що є особливо важливим за умов трансформаційних змін.

Циклічність повторення валютних криз у нашій країні свідчить про необхідність термінових змін у сфері валютного регулювання, адже навіть рівняння лінійного тренду засвідчує тенденцію до подальшого зростання валютного курсу, а отже, негативні тенденції за збереження наявних умов,

безперечно, призведуть до виникнення нових валютних криз. У цих умовах об'єктивно зумовленим є одночасне використання як стратегічного, так і оперативного валютного регулювання.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи особливості вдосконалення валютного регулювання у контексті забезпечення національних інтересів, можна зробити такі висновки:

– наявні підходи до валютного регулювання потребують значного переосмислення, що зумовлено специфікою розвитку світогосподарських зав'язків, в яких Україна посідає окреме місце;

– для вдосконалення запропонованих НБУ заходів щодо реформування валютного регулювання запропоновано концептуальні підходи, які насамперед базуються на урахуванні особливостей загальноекономічної ситуації в країні. Відповідно до цього, виокремлено антикризове валютне регулювання, посткризове валютне регулювання та валютне регулювання за умов поступального розвитку;

– у межах антикризового валютного регулювання обґрунтовано доцільність використання інструментів прямої та непрямої дії виходячи з фази, в якій перебуває криза;

– за умов посткризового відновлення доведено необхідність переходу від ситуативного валютного регулювання до стратегічного. Відповідно до цього, запропоновано графічну модель поетапного переходу до гнучкого валютного курсу з одночасною синхронізацією даних заходів з інфляційного таргетування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Rodrik Dani. One economics, many recipes: globalization, institutions, and economic growth. Princeton: Princeton University Press, 2007. P. 194.

2. Чурій О. Концепція нового валютного регулювання. 2016. 13 с. URL: https://ukrfinforum.com/images/presentations/UFF_Presentation_OChuriy_2Panel.pdf.

3. Демчук Н.І. Циклічність та негативні наслідки фінансово-економічної кризи в Україні. Ефективна економіка. 2009. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_4_20.

4. Шишкіна Т.М. Сучасні проблеми антикризового управління у банківській діяльності. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2016. Вип. 29. С. 128–134.

5. Фінансові кризи: аналіз причин та механізмів їх прояву / І.О. Тивончук, П.І. Стецюк, О.І. Тивончук. Проблеми економіки та управління. Львів: Львівська політехніка, 2011. № 698. С. 112–118.

6. Остапишин Т.П., Коптюх О.Г. Економічні кризи: сутність, періодичність виникнення, тривалість і стадії їх перебігу. Фінанси, облік і аудит. 2013. Вип. 1. С. 113–120.

7. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/detail/currency?period=daily.

8. Погореленко Н.П., Мирончук Г.В. Центральні банки в системі заходів державного регулювання економік в умовах економічної нестабільності. Інноваційна економіка. 2011. № 6 (25). С. 254–258.

9. Шелудько С.А. Інструменти валютного регулювання: склад, класифікація, методи застосування. Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка». 2015. Т. 20. Вип. 2/2. С. 165–168.

10. Береславська О.І., Овсяник В.А. Інструменти валютного регулювання: структура та класифікація. Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2014. № 1. С. 6–13.

11. Облікова ставка Національного банку України / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53647.

12. Шелудько С.А. Облікова ставка центрального банку як інструмент валютного регулювання. Регіональна економіка та управління. 2015. № 4 (07). Ч. 2. С. 118–122.

13. Зняття валютних обмежень та лібералізація руху капіталу. Як і коли? / М. Репко, Г. Антоненко, О. Кашко, І. Піонтківська. URL: http://ces.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/ces-capital-controls-report.pdf.

14. Антикризове управління національною економікою: монографія / І. Малий, І. Радіонова, Л. Ємельяненко та ін.; за заг. ред. І.Й. Малого. Київ: КНЕУ, 2017. 368 с.

REFERENCES:

1. Rodrik Dani. One economics, many recipes: globalization, institutions, and economic growth / Dani Rodrik. – Princeton: Princeton University Press, 2007. P. 194.

2. Churyy O. The concept of a new currency regulation. – 2016. – 13 p. [Electronic resource] / National Bank of Ukraine. – Access mode: https://ukrfinforum.com/images/presentations/UFF_Presentation_OChuriy_2Panel.pdf

3. Demchuk N. I. Cyclicalness and negative consequences of the financial and economic crisis in Ukraine / N. I. Demchuk. // Effective economy. – 2009. – No. 4. – Mode of access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_4_20

4. Shishkina T.M Modern Problems of Crisis Management in Banking Activities / T. M. Shishkin // Scientific Papers of Kirovograd National Technical University. Economic sciences. – 2016. – Voice over 29. – P. 128-134.

5. Tivonchuk I.O. Financial crises: an analysis of the causes and mechanisms of their manifestation / I.O. Tivonchuk, P.I. Steciuk, O.I. Tivonchuk // Problems of Economics and Management: Sb. sciences works. – Lviv: View of the National University "Lviv Polytechnic", 2011. – No. 698. – P.112-118.

6. Ostapyshyn T. P. Economic crises: essence, periodicity, duration and stage of their course / T. P. Ostapishin, O. G. Koptyukh // Finances, accounting and audit. – 2013. – Issue 1. – P. 113-120.

7. Official exchange rate of hryvnia against foreign currencies [Electronic resource] / National Bank of Ukraine. – Access mode: https://bank.gov.ua/control/uk/curmetal/detail/currency?period=daily

8. Pogorelenko N.P. Central banks in the system of state regulation of economies in the conditions of economic instability / Pogorelenko N.P., Myronchuk G.V. // Innovative economy All-Ukrainian scientific and production magazine. -2011. -№ 6 (25). – P. 254-258.

9. Sheludko S. A. Instruments of currency regulation: composition, classification, methods of application / S.A. Sheludko // Bulletin of the Odessa National University. Series: Economics. – 2015. – T. 20. – Issue 2/2. – P. 165-168.

10. Bereslavskaya O.I. Currency Regulation Tools: Structure and Classification / O. I. Bereslavskaya, VA Ovsyanik // Collection of scientific works of the National University of the State Tax Service of Ukraine. – 2014. – No. 1. – P. 6-13.

11. The discount rate of the National Bank of Ukraine [Electronic resource] / National Bank of Ukraine – Access mode: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53647

12. Sheludko SA The Central Bank's Rate Rate as an Instrument for Currency Regulation / S.A. Sheludko // Regional Economics and Management. – 2015. – No. 4 (07). – Ch. 2 – P. 118-122.

13. Berareslav O.I. Instruments of Currency Regulation: Structure and Classification / OI Bereslavskaya, VA Ovsyanik // Collection of scientific works of the National University of the State Tax Service of Ukraine. – 2014. – No. 1. – P. 6-13.

14. Churyy O. Liberalization of currency regulation. – 2016. – 10 p. [Electronic resource] / National Bank of Ukraine. – Access mode: https://ukrfinforum.com/images/presentations/UFF_Presentation_OChuriy_2Panel.pdf

15. Repko M. Removal of currency constraints and liberalization of the movement of capital. How and when? / M. Repko, G. Antonenko, O. Kashko, I. Piontkivska. – 2015 // [Electronic resource] / Center for Economic Strategies. – Access mode: http://ces.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/ces-capital-controls-report.pdf

16. Anti-crisis management of the national economy: monograph / Ministry of Education and Science of Ukraine; Dvnz “Kiev. nats econ Un-t them. V. Hetman”; [AND. Small, I. Radionov, L. Yemelyanenko and others.] / For the constituencies. Ed. I. Y. Malogo. – Kyiv: KNEU, 2017. – 368 p.

Zhurba O.M.
Postgraduate Student at Department of Economic Theory and Competition Policy
Kyiv National University of Trade and Economics

REGULATION OF THE CURRENCY MARKET OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF REALIZATION OF NATIONAL INTERESTS

Currency regulation throughout Ukraine’s period of existence was aimed at curbing the growth of the exchange rate. However, given the current tendency for its growth, it can be noted that the effectiveness of such actions is too low. The currency policy of curbing exchange rate growth does not take into account the main challenges of the modern global economy, where even the emerging economies can use a negative tendency towards the depreciation of the national monetary unit in favour of increasing their economic growth. The use of such experience for Ukraine is complicated by the presence of features of currency policy that are characteristic of developing countries.

Given these characteristics, Ukraine, like other similar countries, acts on the world market as a passive player who does not have significant opportunities to influence pricing, but on the other hand, is prone to rapid exogenous changes in terms of trade. At the same time, the expansion of the volume of international trade flows and capital flows forced to adapt the domestic currency policy to the new requirements of world markets.

In such circumstances, it is logical that the NBU should get full authority for integrated management not only by interest rates, exchange rates, and international reserves, but also to implement measures to deepen currency co-operation by introducing or removing additional currency restrictions.

Consequently, current trends suggest that currency regulation measures may and should have an impact on the production cycle, taking into account its subsequent impact on the exchange rate and the level of inflation, which has been chosen as the main target of monetary policy of the NBU. At the same time, the NBU should develop a coherent long-term strategy, as well as develop preventive approaches that will allow them to make decisions in the event of crises.

The analysis of Ukraine’s economic development in recent years has shown that periodically recurring financial and currency-financial crises are characteristic. Despite the different reasons for each particular crisis, the NBU has a unified strategy for anti-crisis currency regulation. In this regard, we proposed an approach that involves the development of a currency regulation strategy, which consists of three basic directions: anti-crisis currency regulation, post-crisis currency regulation, currency regulation in the context of steady economic development. At the same time, each of these areas should have its own clearly defined list of necessary measures that will be applied in this or that period of the cyclical development of the economy. At the same time, it is also necessary to develop a methodology for a clear definition of the currency crisis and the phase, in which the national economy is currently in place.

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ШЛЯХ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

NATIONAL BRANDING AS A WAY OF IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN PRODUCTS

УДК 339.9

Богоявленський О.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Харківський інститут фінансів Київського національного торгово-економічного університету

У статті розглянуто проблеми відношення споживачів до продукції українських виробників за кордоном. Наведено результати досліджень сприйняття покупців деяких країн світу до товарів, які вироблені в Україні.
Серед чинників вибору особливу увагу приділена емоційним компонентам. Як сила, що суттєво впливає на рішення про купівлю, досліджується «ефект країни походження» продукту (СОО). Визначено деякі причини утворення позитивного чи негативного значення СОО-ефекту на внутрішньому і зовнішньому ринках. Сформульовані пріоритетні напрями маркетингової діяльності українських бізнес-структур зі створення конкурентоспроможних брендів, які б мали позитивну асоціацію з нашою країною за кордоном.
Ключові слова: *бренд, «ефект країни походження», етноцентризм, космополітизм, конкурентоспроможність, імідж країни.*

В статье рассмотрены проблемы отношения потребителей к продукции украинских производителей за рубежом. Приведены результаты исследования восприятия покупателей некоторых стран мира к товарам, произведенным в Украине. Среди факторов выбора особое внимание уделено эмоциональным компонентам. В качестве силы, которая существенно влияет на решение о покупке, исследуется «эффект страны происхождения» продукта (СОО). Определены некоторые причины создания позитивного или негативного значения СОО-эффекта на внутреннем и внешнем рынках. Сформулированы приоритетные направления маркетинговой деятельности украинских бизнес-структур по разработке конкурентоспособных брендов, которые имели положительную ассоциацию с нашей страной за рубежом.
Ключевые слова: *бренд, «эффект страны происхождения», этноцентризм, космополитизм, конкурентоспособность, имидж страны.*

This article considers problems of customer attitudes towards products of Ukrainian manufacturers abroad. Results of the customer perception research of Ukrainian products in some countries have been included. Among the choice factors, a special focus was on emotional components. One of the key factors considered is the "country of origin" (COO) effect. Some reasons for developing a positive or negative COO effect are identified for domestic and foreign markets.Priority dimensions of marketing activity of Ukrainian businesses for developing competitive brands are identified, which would have positive perceptions of our country abroad.
Key words: *brand, "country of origin effect", ethnocentrism, cosmopolitanism, competitiveness, country image.*

Постановка проблеми. Одним із найважливіших факторів розвитку національної економіки є збільшення обсягів експорту готової продукції. Величезна сума державного боргу, на сплату якого потрібно близько 9 млрд. дол. США (майже 10% ВВП) [4], потреби в закупівлі енергоносіїв за кордоном (ціни на них зросли в 2017 р. на 20,1%) [7] та сучасних товарів для розвитку промисловості, транспорту та оборони вимагають збільшення обсягу та вдосконалення структури українського експорту. Укладання Угоди з ЄС про асоціацію та низки угод із промислово розвинутими країнами створює певні можливості для активізації експортної діяльності вітчизняних підприємств.

Зростання експорту українських товарів у 2016–2017 рр. було досягнуте за рахунок продукції сільського господарства, металургійного комплексу та мінеральних продуктів, що продаються за кордон. Частка огрядної та харчової продукції становить 41,3%, металургійної – 21,3%, машинобудування – 14,5% [5]. Структура українського експорту за останні роки практично не змінювалася, суттєво змінилися тільки ринки збуту після погіршення економічних відносин із Росією

Незадоволеність обсягами та структурою експорту підштовхнуло уряд до розроблення експортної стратегії, створеної Міністерством економічного розвитку і торгівлі України [6]. У рамках її реалізації був створений «Офіс із просування експорту (EPO)", мета якого – підтримати вітчизняний експорт шляхом створення державних інституцій та бізнес-спільноти та втілитися у створення інституції з підтримки експорту. Напрямами цієї роботи є розвиток в Україні ефективної системи просування експорту, підвищення конкурентоспроможності української продукції, сприяння виходу українських експортерів на новий рівень, розвиток їх конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародних ринках, популяризація країни й її продукції та послуг за кордоном.

На насичених високоякісними продуктами ринками світових ринках кожному з українських

товаровиробників необхідно розробляти свою стратегію досягнення конкурентних переваг. Використання стратегії встановлення низьких цін на свої продукти, яку здебільшого вибирають вітчизняні підприємці на зовнішніх ринках, дуже обмежене в країнах із високим рівнем життя і високими рівнем вимог до якості продукції.

Таким чином, опанування методологічних основ створення нецінових конкурентних переваг товарів і послуг стає одним із головних завдань українських товаровиробників. На попит української продукції суттєво впливає довіра до інформації щодо її якості, яка створюється у процесі брендингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування національного брендингу висвітлено в роботах іноземних учених С. Анхольта [3], А. Панкрухіна [9], Ф. Котлера, Апслунда, Хайдера, які визначили поняття «національний бренд», основні фактори створення його цінності. Брендинг як елемент конкурентоспроможності розглянутий у працях Дж. Траута, Т. Нільсона, М. Портера як із позицій окремих підприємств, так і держав. Питаннями створення іміджу країн-виробників займалися вчені різних країн: Дж. Юзинер, Р. Ромео, Дж. Рот [12], М.В. Акуліч [1], які визначили, що образ країни формується під впливом порівняння продукції із цієї та інших країн.

Багато уваги було приділено цими авторами дослідженню факторів формування відновлення до продукції різних країн-виробників.

Серед вітчизняних авторів дослідженням у цьому напрямі займалися Т. Нагорняк [8], В. Богатирець та Я. Зорій [4], які свої праці присвятили проблемам розбудови національного брендингу України.

Проте у вітчизняній літературі практично відсутні дослідження стосовно відношення споживачів до української продукції як одного з елементів національного бренда. Також недостатньо приділяється уваги практичним аспектам впливу на поведінку споживачів стосовно вибору продукції, виготовленої в різних країнах.

Постановка завдання. Мета статті – розглянути теоретичні і практичні засади маркетингових чинників забезпечення конкурентоспроможності українських продуктів на зовнішніх і внутрішніх ринках, проаналізувати вплив знання щодо країни походження на сприйняття споживача та імідж і репутацію вітчизняних виробників на цільових ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність країни, на думку авторів експортної стратегії України, залежить від багатьох чинників, зокрема: рівня експортної пропозиції товарів та послуг, якості підприємницького середовища, умов виходу на ринок і розвиваючого впливу торгівлі, який є важливим для стабільності економіки [6].

Серед багатьох факторів успіху українських продуктів на зовнішніх ринках слід виділити:

1. Відповідність до стандартів якості.
2. Наближення до вимог споживачів цільового ринку української продукції.
3. Привабливу ціну споживання.
4. Організацію збуту, торгівлі, сервісу та логістики.
5. Вміле позиціонування продукції для цільових сегментів ринку.
6. Репутацію та імідж країни-виробника і компаній цієї країни.
7. Громадську думку, інформацію про продукти (об'єктивну чи необ'єктивну), чутки, погляди на споживчі властивості продуктів, їх виробництво в окремих країнах світу.

Проблеми забезпечення конкурентоспроможності української продукції можна розглядати в деяких аспектах, одним з яких є прийняття рішення про купівлю споживачем. Вибір покупця відбувається між продукцією своєї країни, українським продуктом і продукцією, що вироблена в інших країнах світу. Таким чином, споживачу потрібно віддавати перевагу українським продуктам серед інших.

До характеристик якості продукції входить багато компонентів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. До них належать не тільки утилітарні характеристики, гарантія, практичність, безпека, екологічність тощо, а й емоційні (бренд, країна походження товару і торговельної марки, місце виробництва). Деякі дослідники проблеми вважають, що імідж країни-виробника і бренд мають визначне значення для оцінки якості товару.

Шляхи впливу на поведінку споживачів щодо купівлі продукції виробників із різних країн почали вивчатися з кінця XIX – початку XX ст. у Великій Британії та США. Спочатку це було пов'язано з бажанням ідентифікувати вітчизняні оригінальні продукти від імпортних. Шотландська вовна, американська текстильна продукція, швейцарські годинники були продуктами, що мали велику популярність серед споживачів як своїх країн, так і в усьому світі. Виробники інших країн намагалися створювати продукти, які б були конкурентоспроможними з оригінальними продуктами (наприклад, німецька вовна або британський текстиль) на іноземних ринках. Для захисту національної ідентичності продуктів виробники почали об'єднуватися у певні асоціації та лобіювати свої інтереси в урядах своїх країн. Таким чином, у США одяг та текстильні вироби для ідентифікації відмінностей вітчизняної продукції почали маркувати як TFPIA (Textile Fiber Products Identification Act).

Головними цілями цього був захист виробника від підробок (предусім іноземних), підтримка вітчизняного виробника та спільна реклама продукції, виготовленої з усіма вимогами технології.

Із 70-х років у Франції був створений інститут ідентифікації національних оригінальних вин географічно захищеного походження Appelellation

d'Origine Contrôllée. Аналогічно в Італії вина оригінального походження почали маркувати DOC (Denominazione di Origine Controllata). Це означає, що справжнє бордо, шампанське чи к'янті можуть бути виготовлені тільки у визначеному регіоні, що документально підтверджене. Звичайно продукти контрольованого оригінального походження завжди коштували дорожче інших аналогічних продуктів. Дослідники цього психологічно-маркетингового феномену дали йому назву The country-of-origin effect (COO), або ефект оригінального продукту країни [14].

Е. Ахмед, Н. Паподопулос [11], Ч. Сардакіс та Г. Балтас [16] та ін. дослідники COO-ефекту характеризували його як складну систему сприйняття сукупності брендів конкретної країни, на яку впливають такі чинники: якість продукції, споживчі звички, демографічний склад країни-споживача, «споживацький націоналізм», ефективність реклами, імідж країни – виробника продукції, ціна, унікальність технології виготовлення продукції та ін.

Ч. Сардакіс та Г. Балтас зробили висновки, що COO-ефект пов'язаний зі сприйняттям споживачами певних брендів, які мають відповідну асоціацію з характерними споживчими властивостями всіх продуктів, що виробляють у цій країні. Наприклад, людина, яка обізнана з якісними характеристиками японської Toyota, буде позитивно ставитися й до інших японських автомобілів. Ефект преференції продуктів певної країни залежить від віку споживачів (моди середнього і похилого віку більш прив'язані до традиційних брендів), ступеня обізнаності та їх потрапляння під вплив різних рекламних кампаній. Також цей ефект більш міцний стосовно товарів довгострокового використання та продуктів розкоші. Зазвичай потенційний покупець не тільки звертає увагу на бренд (Bosch, Whirlpool, Ford тощо), а й на країну-виробника (Німеччина, Туреччина чи Росія). Стосовно таких продуктів, як FGMG (шампуні, пральні порошки, зубні пасти тощо), прив'язаність до бренду існує, але COO-ефект значно менший.

Необхідно звернути увагу на те, що глобалізація розвитку міжнародного бізнесу призводить до того, що найвідоміші корпорації світу виробляють свою продукцію в різних країнах, одночасно продукт може бути розроблений в одній країні, виготовлений у другій, а продається під торговельною маркою третьої країни. Дослідники цих факторів [10] уважають, що все ж споживачам найбільш важливо те, в якій країні товар виготовлений.

Стосовно країни – виробника продукції в різних країнах існують такі точки зору [2].

Етноцентризм, зміст якого – у перевагах вибору споживачем вітчизняної продукції перед імпортною. Таке рішення може бути спричинено свідомим, на основі певної інформації про окремі споживчі властивості або економічну цінність, але може бути підсвідомим завдяки переконанням або упередженням.

Можлива ситуація, коли імпортні товари більш привабливі для споживачів, ніж вітчизняні, що має назву інтернаціоналізм. Він полягає у чіткому та свідомому виборі товарів, які вироблені за кордоном.

Космополітизм, який являє собою таку поведінку споживачів, коли в процесі прийняття остаточного рішення про купівлі споживач звертає увагу не на країну походження продукту, а на об'єктивні параметри його конкурентоспроможності.

Виробникам української продукції бажано мати споживачів своєї країни, що дотримуються етноцентричних позицій, а на закордонних ринках мати справу зі споживачами-космополітами або інтернаціоналістами.

Дослідники проблем етноцентризму С. Ширна, Т. Шишп [15], Т. Нгуєн, Н. Баррет прийшли до висновків, що етноцентризм або космополітизм має культурні фактори, соціальні й демографічні.

Інтернаціоналізм або етноцентризм може бути створений, на думку цих авторів, маркетинговими стратегіями, маніпулятивними підходами, що формують емоційне ставлення до країни – виробника конкретної продукції.

Причин позитивного чи негативного ставлення покупців до продуктів, вироблених в окремих країнах, декілька:

1. Схожість культури країни-виробника з культурою споживачів. Наприклад, споживачі країн із більшістю мусульманського населення віддають перевагу продуктам харчування з ісламських країн.

2. Відношення до країни-виробника, асоціації, стереотипи. Так, до певного моменту продукція азіатських країн Японії, Кореї та Китаю вважалася низької якості серед американських та європейських споживачів. Зараз ситуація стосовно японських товарів змінилась повністю та відношення до якості китайських товарів суттєво поліпшується з кожним роком.

3. Звички, традиції, стереотипи сприйняття. Наприклад, більшість населення України звикла до продуктів із більшим вмістом жиру, ніж у Західній Європі. Західноєвропейці не звикли до гречки. Ці звички використовують міжнародні компанії, такі як Nestle і Danon, які виготовляють для України питні йогурти і молочні вироби з більшим умістом жиру та виготовляють дитячі суміші на основі гречки. Ці продукти у Західній Європі не пропонуються. Таким чином, виготовлений в Україні продукт може бути незвичним для споживачів інших країн за винятком вихідців з України та колишнього СРСР.

Проведені маркетингові дослідження шляхом методу Інтернет-анкетування 200 респондентів

країн (США, Велика Британія, Німеччина, Польща, Латвія, Литва, Ізраїль) дають змогу зробити висновки, що українська продукція у цілому не дуже популярна або не має позитивного іміджу серед покупців споживчого ринку. Результати дослідження наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Найхарактерніші риси українських товарів за результатами опитування закордонних респондентів

Показник оцінки продукції	% опитуваних
Продукція високої якості	8,07
Продукція низької якості	67,33
Практично невідома продукція	23,14
У цілому якість влаштовує	24,30
Виготовлена за традиційними технологіями	18,41
Сучасна продукція	3,81

Серед продуктів, які відомі іноземним споживачам та отримали задовільні оцінки, – кондитерські вироби, лікеро-горілчані вироби та продукти харчування. Незначна кількість респондентів відповідала, що їм відома українська інструментальна та технічна продукція.

Шляхи формування ефекту країни походження:

1. Вибір продуктів, які можуть підкреслювати особливість країни-виробника або певного регіону. Наприклад, Японія характеризується високим рівнем тривалості життя, а на острові Окінава налічується високий рівень довгожителів. Таким чином, товарам, які завозяться з острова Окінава, легше створювати образ продуктів, що сприяють довгому і здоровому життю.

2. Створення чітких ознак, за якими продукт можна відрізнити від інших подібних, що виробляються в інших країнах. Китайський чай неможливо виробити в іншій країні, тому що там унікальні природні умови. Персидський килим унікальний, тому що вироблений за унікальною технологією. Стосовно українських аграрних продуктів – соняшникової олії, меду, яєць, горілки – створити цей ефект уявляється можливим за умови акцентуації на технологічних аспектах або на особливостях місцевості, де продукція виготовляється. Можна стверджувати, що стосовно аграрних продуктів також існує СОО-ефект, наприклад башкирський мед, італійська оливкова олія та паста.

3. Правовий захист продуктів, які створюють цей ефект. Коли споживачі готові сплачувати більше за товар, вироблений у певній місцевості, знаходяться інші виробники, які намагаються його використати. Захист може бути у вигляді заборони використання назви продукту виробником з інших регіонів (шампанське, коньяк, фета) або маркування продуктів від підробок спеціальною позначкою.

4. Розповсюдження цікавих історій та легенд про ці продукти, їх винахідників, про місцевість, країну, її людей.

5. Сприйняття країни – виробника цих продуктів або бренду. В умовах глобалізації виробники відомої і популярної продукції виготовляють її в багатьох країнах світу. Якщо виробництво складне та до кінцевого товару додається значна кількість елементів, комплектуючих деталей із різних країн світу.

Висновки з проведеного дослідження. Для економічного зростання України особливо важливе збільшення експорту в промислово розвинуті країни та поліпшення структури цієї продукції. Національні бренди повинні створювати позитивний імідж української продукції, формувати репутацію чесних і соціально відповідальних виробників.

На жаль, серед споживачів продукції за межами країни ще не створений ланцюжок асоціацій, пов'язаних з Україною, її національними продуктами. Можна стверджувати, що це є результатом слабкої роботи щодо створення національного бренду. Особливо це стосується позиціонування українського бізнесу на світових ринках.

Обов'язковою умовою створення позитивної репутації країни є популяризація брендів українських виробників, які здебільшого практично невідомі в промислово розвинутих країнах. Українським брендам слід підкреслювати своє національне походження для чіткої ідентифікації продукції, виробленої в Україні.

Для підвищення конкурентоспроможності української продукції на міжнародних ринках потрібні маркетингові дослідження потенційних цільових груп споживачів для формування позитивного іміджу та створення «ефекту країни походження». Після цього необхідно розробити комплекс маркетингових комунікацій, спрямований на відповідні сегменти ринку іноземних споживачів українських продуктів.

Посилення позицій України на світовому ринку залежить від забезпечення поєднання позитивних рис, репутації і популярності конкретних українських компаній, які створюють відповідні цінності для споживачів. Реалізація цих напрямів цілком можлива за плідної співпраці уряду, бізнес-кіл та науковців.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Акулич М. Потребители, страны и бренды. Бренд-менеджмент. 2011. № 4. С. 11–25.

2. Акулич М. Страновый брендинг как способ повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности стран и компаний. Маркетинг в России и за рубежом. 2015. № 5. С. 64–74.

3. Анхольт С. Брендинг: Дорога к мировому рынку; пер. с англ. М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2014. 272 с.

4. Богатирець В., Зорій Я. Конструкти брендингу країни: актуалізація концепту національного брендингу України. Історико-політичні проблеми сучасного світу. 2013. Т. 25–26. С. 17–20. URL: http://nbuv.gov.ua/ULRN/Ippss.2013_25-26_5.

5. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.

6. Експортна стратегія України: Дорожня карта стратегічного розвитку торгівлі 2017 – 2021. URL: http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogoRozvitkuTorgivli2017-2021.

7. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. Статистична інформація за січень – листопад 2017 року. URL: //mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article;jsessionid=FC8F303286A99BF3CC266198421D9F80.app2?art_id=245266668&cat_id=35081.

8. Нагорняк Т.Л. Країна як бренд. Національний бренд «Україна». Стратегічні пріоритети. 2008. № 4(9). С. 220–228. URL: olol.niss.gov.ua/book/StrPyotr19/30.pdf.

9. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006. 416 с.

10. Капустина Л.М., Кондратенко Ю.Н., Тимохина Г.С., Тревизан Итало Эффект страны происхождения товара в экспортном маркетинге. Науковедение. 2017. Т. 9. № 6(2017). URL: https://naukovedenie.ru/PDF/24EVN617.pdv (доступ свободный). Загл. с экрана. яз. рус., англ.

11. Papadopoulos, N., Heslop, L. (eds.), 1993. Product and Country Images: Research and Strategy, New York, USA: The Haworth Press. URL: https://archive.amir.org.

12. Roth M.S. & Romeo J.B. 1992. “Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects”, Journal of International Business Studies 23. P. 477–497

13. Україна 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. Львів: Кольварія, 2017. 164 с.

14. Keith, Dinnie (2003). COUNTRY-OF-ORIGINE 1965-2004: A LITERATURE REVIEW. URL: http://www.brandhorizons.com/papers/Dinnie_COO_lireview.pdf) (PDF). Journal of Costumer Behavior. Retrieved 5 October 2013.

15. Shimp T.A., Sharma S. Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE. Journal of Marketing Research. 1987. Vol. 24. № 3. P. 280–289.

16. Saridakis, Charalempos; Baltlas, George (2016). Modeling price-related consequences of the brand origin cue: An empirical examination of the automobile market. Marketing Letters. 27(1): 77-87. DOI: 10.1007/s11002-014-9304-3.

REFERENCES:

1. Akulich M. Potrebiteli, strany i brendy / M. Akulich // Brend-menedzhment. – 2011. – № 4. – pp. 11-25.

2. Akulich M. Stranovyy brending kak sposob povysheniya konkurentosposobnosti i investitsionnoy privlekatel'nosti stran i kompaniy / M. Akulich // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2015. – № 5. – pp. 64-74.

3. Ankhol't S. Brending : Doroga k mirovomu rynku / S. Ankhol't ; per. s angl. – M. : KUDITs-OBRAZ, 2014. – 272 p.

4. Bohatyrets V. Konstrukty brendynhu krainy : aktualizatsiia kontseptu natsionalnoho brendynhu Ukrainy / V. Bohatyrets, Ya.Zorii // Istoryko-politychni problemy suchasnoho svitu. – 2013. – T.25-26. pp.17-20 [Online]. – Rezhym dostupu : http://nbuv.gov.ua/ULRN/Ippss.2013_25-26_5.

5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Online]. – Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/

6. Eksportna stratehiia Ukrainy: Dorozhnia karta stratehichnoho rozvytku torhivli 2017 – 2021 [Online]. – Available at: http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=e6ab10fa-0ad9-4fe4-b8be-32f570693b64&title=EksportnaStrategiiaUkraini-DorozhniaKartaStrategichnogo RozvitkuTorgivli2017-2021.

7. Ministerstvo enerhetyky ta vuhilnoi promyslovosti Ukrainy. Statystychna informatsiia za sichen – lystopad 2017 roku [Online]. – Available at: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article;jsessionid=FC8F303286A99BF3CC266198421D9F80.app2?art_id=245266668&cat_id=35081

8. Nahorniak T.L. Kraina yak brend. Natsionalnyi brend “Ukraina” // T.L. Nahorniak // Stratehichni priorytety, #4(9). – 2008. S.220-228 [Online]. – Available at: olol.niss.gov.ua/book/StrPyotr19/30.pdf.

9. Pankrukhin A.P. Marketing territoriy / A.P. Pankrukhin. – SPb : Piter. – 2006. – 416 p.

10. Kapustina L.M., Kondratenko Yu.N., Timokhina G.S., Trevizan Italo Effekt strany proiskhozhdeniya tovara v eksportnom marketinge // Internet-zhurnal “NAUKOVEDENIE” Tom 9, № 6(2017) [Online]. – Available at: https://naukovedenie.ru/PDF/24EVN617.pdv (dostup svobodnyy). Zagl. s ekrana. yaz. rus., angl.

11. Papadopoulos, N., Heslop, L. (eds.), 1993. Product and Country Images: Research and Strategy, New York, USA: The Haworth Press. [Online]. – Available at: https://archive.amir.org.

12. Roth M.S. & Romeo J.B. 1992. “Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects”, Journal of International Business Studies 23, pp. 477-497

13. Ukraina 2030 : Doktryna zbalansovanoho rozvytku. Vydannia druhe. – Lviv : Kolvariia, 2017. – 164 s. Keith, Dinnie (2003). “COUNTRY-OF-ORIGINE 1965-2004: A LITERATURE REVIEW” (http://www.brandhorizons.com/papers/Dinnie_COO_ lireview.pdf) (PDF). Journal of Costumer Behavior. Retrieved 5 October 2013.

14. Shimp, T.A./ Sharma, S. (1987): Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE, in: Journal of Marketing Research, Vol. 24, no. 3, pp. 280-289.

15. Saridakis, Charalempos; Baltlas, George (2016). “Modeling price-related consequences of the brand origin cue: An empirical examination of the automobile market”. Marketing Letters. 27(1): 77-87. doi: 10.1007/s11002-014-9304-3

Bohoiavlenskyi O.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Management
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

NATIONAL BRANDING AS A WAY OF IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN PRODUCTS

This article considers problems of customer attitudes towards products of Ukrainian manufacturers abroad. Results of the customer perception research of Ukrainian products in some countries have been included.

The author has concluded that fast-moving consumer goods produced in Ukraine are not well-known amongst foreign buyers. Foreign consumers do not have much confidence in the quality of Ukrainian products.

Among the choice factors, a special focus was on emotional components. One of the key factors considered is the “country of origin” (COO) effect. Some reasons for developing a positive or negative COO effect are identified for domestic and foreign markets.

As far as the reaction of consumers from different countries is concerned, it depends on the level of ethnocentrism or cosmopolitanism of certain products. Ethnocentrism occurs when consumers prefer products from their home country over foreign products. Cosmopolitanism is essentially such behaviour of consumers when the country of origin does not impact their choice.

The article concludes with the reasons for positive and negative attitudes towards products from various countries.

1. The similarity of the culture of the country of origin with the culture of consumers.
2. Attitude towards the country of origin, connections, stereotypes.
3. Consumer habits and perceptions of consumer attributes of various product groups.

Priority dimensions of marketing activity of Ukrainian businesses for developing competitive brands are identified, which would have positive perceptions of our country abroad.

МАРКЕТИНГОВА ДЕТЕРМІНАНТА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

MARKETING DETERMINANT OF ENTERPRISE INNOVATIVE ACTIVITY IN FOREIGN MARKETS

УДК 330.341.1:339.9.01

Коваленко Ю.О.
к.е.н., доцент кафедри журналістики, реклами і зв'язків із громадськістю
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Національного авіаційного університету

Статтю присвячено дослідженню маркетингової детермінанти інноваційної активності підприємств на зовнішніх ринках. Розглянуто передумови розвитку інноватизації світового господарства. Доведено, що великий вплив на інноваційну активність на мікрорівні здійснює холістичний підхід до управління діяльністю підприємств. Визначено пріоритетні напрями реалізації маркетингового складника інноваційної діяльності підприємств на зовнішніх ринках. Обґрунтовано заходи, необхідні для узгодження інноваційно-маркетингових пріоритетів розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: *інноваційна активність, маркетингові параметри, холістичний підхід, маркетингова детермінанта, інноваційно-маркетингові пріоритети.*

Статья посвящена исследованию маркетинговой детерминанты инновационной активности предприятий на внешних рынках. Рассмотрены предпосылки развития инноватизации мирового хозяйства. Доказано, что большое влияние на инновационную активность на микроуровне осуществляет холистический подход к управлению деятельностью предприятий. Определены приоритетные направления реализации маркетинговой составляющей инновационной деятельности предприятий на внешних рынках. Обоснованы меры, необходимые для согласования инновационно-маркетинговых приоритетов развития внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: *инновационная активность, маркетинговые параметры, холистический подход, маркетинговая детерминанта, инновационно-маркетинговые приоритеты.*

The article investigates marketing determinants of enterprise innovative activity in foreign markets. Prerequisites for the innovation development of the world economy are considered. It is proved that an important influence on innovation activity at the micro level is carried out by a holistic approach to the management of enterprises. The priority areas for the realization of marketing component of enterprise innovative activity in foreign markets are determined. It is substantiated the measures needed to coordinate innovation and marketing priorities of development of foreign economic activity.

Key words: *innovative activity, marketing options, holistic approach, marketing determinant, innovation and marketing priorities.*

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світогосподарської системи характеризується інтенсифікацією процесів поглиблення, адаптації інтересів її суб'єктів. Це має свій прояв, з одного боку, у різновекторному розвитку економічного співробітництва, з іншого – у посиленні рівня конкуренції на світовому ринку. Зважаючи на це, великого значення в ефективному розвитку зовнішньоекономічної діяльності набуває ступінь її інноваційності в широкому розумінні цієї категорії. Разом із цим, ураховуючи актуальність холістичного підходу до організації та управління діяльністю підприємств у довгостроковій перспективі, доцільним є аналіз маркетингового складника інноваційної активності. Він дасть змогу визначити ступінь взаємної інтегрованості зазначених факторів та їх синергетичний вплив на розвиток зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування та розвитку інноваційної активності підприємств знайшли відображення в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема: Л. Антонюк, В. Геєця, О. Голіченко, Х. Едкіста, Н. Іванової, В. Іванова, Б. Лундвалла, Д. Норта, С. Петерса, Ф. Прада, Ф. Сагасті, Л. Федулової та ін. Серед досліджень, присвячених аналізу впливу маркетингової детермінанти на функціонування суб'єктів господарювання на зовнішніх ринках, слід відзначити роботи таких науковців, як Т. Амбер, Г. Ассель, А. Войчак, С. Гаркавенко, О. Козлова, Ф. Котлер, К. Келлер, Ж.-Ж. Ламбен та ін. Разом із тим ефективний інструментарій та комплексна система формування маркетингової детермінанти інноваційної діяльності та напрямів її оптимізації потребують більш глибоких досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження маркетингової детермінанти інноваційної активності підприємств на зовнішніх ринках та обґрунтування напрямів оптимізації інтегрованого маркетингового підходу до інноватизації економічної взаємодії. Це передбачає аналіз основних засад взаємного поєднання маркетингових та інноваційних аспектів здійснення зовнішньоекономічних операцій, визначення пріоритетів інноваційного розвитку підприємств, виокремлення напрямів впливу маркетингової детермінанти на інноваційність стратегічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Функціонування підприємств на зовнішніх ринках з урахуванням постійно змінного багатокомпонентного середовища здійснюється в контексті цілісного (холістичного) підходу. Він ґрунтується, зокрема, на застосуванні концепції холістичного маркетингу і передбачає застосування маркетингових інструментів як важливої детермінанти виробничих, фінансових, управлінських,

інноваційних процесів. Йдеться принаймні про необхідність і важливість проведення маркетингових досліджень як передумови ефективного застосування інновацій у зовнішньоекономічній діяльності, врахування маркетингових показників ринкового середовища у формуванні стратегії поширення інновацій.

Сьогодні країни світу вступають на шлях усе більшої відкритості у сфері як економічних, так і політичних, культурних, технологічних, інформаційних, маркетингових відносин, що є передумовою переплетення національних економік країн світу. Зокрема, вирішення завдань технологічного розвитку змушує держави об'єднувати свої зусилля у загальний процес, у рамках якого їх взаємодія і взаємовплив стають неминучими [1, с. 254]. Передумовами динамічного розширення інноваційних можливостей функціонування економічних систем стають інтернаціоналізація світової економіки, розширення виробничої активності підприємств країн світового співтовариства, технологічний розвиток суспільства, вдосконалення форм та методів просування продукції на зовнішніх ринках, інтенсивний розвиток інноваційних маркетингових підходів до забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Все це сприяє появі новітніх форм передачі, накопичення та реалізації інформації, знань, досвіду і здійснює вплив на сукупний інноваційно-маркетинговий потенціал.

Пріоритет інновацій над традиційним виробництвом передбачає визнання за маркетинговим комплексом та інноваційним складником провідної ролі в системі організації та управління сучасними підприємствами. Тільки використовуючи інноваційно-маркетинговий підхід, можна забезпечити конкурентоспроможність продукції та підприємств на внутрішньому і зовнішніх ринках. Інтеграція маркетингової та інноваційної діяльності зміцнює взаємозв'язки в межах зазначеної системи, а реалізація маркетингових підходів дає змогу прискорити просування інноваційної продукції на зовнішніх ринках в умовах високого рівня конкуренції, допомагає у вирішенні виробничих проблем.

Підтримка конкуренції у сфері інноваційної діяльності означає, зокрема, поєднання стимулювання з функціонуванням інноваційних структур в умовах конкурентного середовища. Будь-яка держава світу, зацікавлена у розширенні зовнішньоекономічної діяльності своїх суб'єктів, має стимулювати інноваційно-маркетингову активність, сприяти розвитку інноваційного підприємництва, збільшенню чисельності інноваційних підприємств, конкурентна боротьба між якими стимулюватиме інноваційний розвиток. Зосередження маркетингових ресурсів на пріоритетних інноваційних напрямах забезпечує вирішення глобальних першочергових проблем інноваційної діяльності, розроблення відповідних маркетингових програм з урахуванням інноваційного потенціалу, які в кінцевому підсумку сприяють створенню засад сучасного технологічного прогресу.

Основу інноваційного потенціалу підприємства становлять маркетинговий та матеріально-технічний складники, а також наявність науково-технічної й інтелектуальної власності. У цьому зв'язку особливого значення набуває застосування маркетингових інструментів та прийомів, що забезпечуватимуть ефективну реалізацію результатів інноваційної діяльності. Саме цьому складнику інноваційного потенціалу має приділятися головна увага в стратегії її підтримки, розвитку і перебудови. Передусім виникає потреба в нових маркетингових концепціях і стратегіях, накопиченні інноваційних ідей, які можуть використовуватися у довгостроковій перспективі для розроблення інновацій. Велике значення для формування маркетингової детермінанти інноваційного розвитку підприємств має потенціал маркетингового менеджменту [2].

Накопичений досвід у різних за рівнем розвитку країнах світу свідчить, що серед усіх ресурсів підприємства (матеріальних, трудових, фінансових) найважливішими є такі. По-перше, ресурс управління, тобто здатність управлінської ланки оперативно приймати рішення, визначати правильні інноваційні цілі, ціннісні орієнтири та координувати виконання завдань і функцій, об'єднавши колектив людей із різним рівнем кваліфікації, освіти, досвіду, з творчою цільовою орієнтацією на розроблення та впровадження нових ідей, тобто спільну творчу працю. Враховуючи зростаючу конкуренцію й складність ринків, інновації в управлінській практиці стали необхідністю для бізнесу по всьому світу. У сучасних провідних компаніях використовуються такі інновації, що передусім пов'язані з прибутковістю та операційною ефективністю.

По-друге, сукупність маркетингових ресурсів, що забезпечують, насамперед, дослідження ринкового середовища, розширення пропозиції послуг, що володіють інноваційними ознаками, розвиток конкурентних відносин, пошук високотехнологічних рішень, застосування новітніх методів та інструментів в оптимізації маркетингових, виробничих, трудових, фінансових ресурсів. Сучасні підприємства, які функціонують у складному соціально-економічному середовищі, повинні постійно створювати й упроваджувати різного роду інновації, що забезпечують їх ефективну діяльність на світовому ринку, та використовувати доцільні маркетингові інструменти просування. Переважна більшість інновацій реалізується в ринковій економіці країн світу підприємницькими структурами як засіб вирішення виробничих, комерційних, маркетингових завдань, як надзви-

чайно важливий фактор забезпечення стабільності їх функціонування, економічного зростання і конкурентоспроможності [3].

Ринкова економіка, якій притаманна гостра конкурентна боротьба, вимагає особливого підходу до інновацій. Маючи на меті підвищення ефективності діяльності, інновації відкривають широкі перспективи для розвитку сучасного підприємництва. Успішна інноваційна діяльність дає можливість підприємству сформувати позитивний імідж, підвищити конкурентоспроможність, ефективніше використовувати обмежені ресурси, збільшити прибуток. Разом із тим вона має бути тісно переплетена з маркетинговою детермінантою функціонування підприємства на ринку.

Особливого значення застосування інноваційних рішень на мікрорівні в умовах глобалізації набуває в системі маркетингового управління. Йдеться, насамперед, про визнання важливості споживача, його інтересів, вимог, уподобань як основного напряму реалізації зусиль підприємства, забезпечення використання в його діяльності конкурентоспроможних маркетингових інструментів. Зважаючи на розуміння суб'єктами господарювання на зовнішніх ринках управління маркетингом як процесу планування та реалізації політики ціноутворення, виробництва й просування продукції, спрямованого на здійснення торговельних операцій, інноваційний складник передбачає застосування нових методів та підходів до його здійснення.

Реалізація маркетингової детермінанти передбачає також вирішення завдань впливу підприємства на формування оптимального співвідношення попиту і пропозиції, що стає можливим із застосуванням інструментів контент-маркетингу, який сьогодні розглядається як дієвий спосіб взаємодії зі споживачами в країнах світової спільноти. Можливості його розвитку мають тісний зв'язок із розвитком сфери інформації, для якої характерні такі особливості [4]. По-перше, значне збільшення попиту на інформацію через нестачу даних, необхідних для управління своєю діяльністю, і насамперед для визначення ринкової стратегії, розроблення довгострокових маркетингових програм і вибору перспективних напрямів виробництва і збуту. Передумовою підвищення попиту на інформацію є також ускладнення структури маркетингового управління підприємствами, необхідністю прийняття ними аргументованих рішень на основі прогнозної інформації [5, с. 323].

По-друге, впровадження принципово нової технології на базі швидкого розвитку електронно-обчислювальної техніки, що сприяє створенню ефективних національних і міжнародних інформаційних мереж. У цьому зв'язку інноваційний складник маркетингового управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств у контексті формування ефективної політики просування продукції передбачає застосування таких складників контенту, який має самостійну цінність для аудиторії: пропозиція споживачам оглядових статей та статей-порад; управління розміщенням новин про продукцію та діяльність підприємства; вчасне реагування за допомогою Інтернет-мережі на питання покупців; надання рекомендацій на форумах, розміщення в соціальних мережах авторських публікацій, іміджевих та інформаційних матеріалів. Окрім того, підвищенню ефективності маркетингового управління просуванням продукції підприємств на зовнішніх ринках сприятиме орієнтація зусиль на використання інфографічних, візуальних можливостей в онлайн-презентаціях переваг своєї продукції або діяльності на конкретному ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Невід'ємною детермінантою інноваційного потенціалу підприємств на зовнішніх ринках є маркетинговий підхід до його реалізації. Застосування маркетингового інноваційного підходу до зовнішньоекономічної діяльності дає змогу підприємствам створювати лояльний імідж щодо споживачів, партнерів та постачальників, сприятиме поліпшенню маркетингової позиції на ринку, доповнюватиме систему застосування інновацій у забезпеченні всіх процесів, які пов'язані з функціонуванням конкретного суб'єкту господарювання у світовому економічному просторі, забезпечуватиме цілісність системи інноваційного виробництва, просування, реалізації товарів та послуг на зовнішніх ринках.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: монографія / М.П. Денисенко, Л.І. Михайлова, І.М. Грищенко, А.П. Гречан та ін.; за ред. д.е.н., проф., акад. М.П. Денисенка, д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. Суми: Університетська книга, 2008. 1050 с.
2. Козлова О.А. Методология взаимодействий концепций маркетинга как основа холистического маркетинга. Экономика и управление. 2011. № 4(77). С. 130–133.
3. Саламацька О.Ю. Дослідження сучасної концепції маркетингу. Європейський вектор економічного розвитку. 2011. № 2(11). С. 210–216.
4. Friedman Th. Understanding Globalization. The Lexus and the Olive Tree. N.Y., 2000. P. 9.
5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок; пер. с англ.; под ред. В.Б. Колчанова. СПб.: Питер, 2005. 800 с.

REFERENCES:

1. Denysenko M.P., Mykhailova L.I. (ed.) (2008) Investytsiino-innovatsiina diialnist: teoriia, praktyka, dosvid [Investment and innovation activity: theory, practice, experience], Sumy : VTD "Universytetska knyha" (in Ukrainian)

2. Kozlova O.A. (2011) Metodologiya vzaimodeystviy kontseptsiy marketinga kak osnova kholisticheskogo marketinga [Methodology of interaction of marketing concepts as the basis of holistic marketing]. Ekonomika i upravlenie, vol.4 (77), pp.130 -133.

3. Salamatska O.Yu. (2011) Doslidzhennia suchasnoi kontseptsii marketynhu [Research of modern marketing concept]. Yevropeiskyi vektor ekonomichnoho rozvytku, vol. № 2 (11), pp. 210 – 216.

4. Friedman Th. (2000) Understanding Globalization, The Lexus and the Olive Tree. – N.Y., pp. 9.

5. Lamben Zh. -Zh. (2005) Menedzhment, orientirovannyy na rynok: [Market-oriented management]. SPb.: Piter (in Russian)

Kovalenko Yu.O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Journalism, Advertising and Public Relations,
Institute of International Relations of National Aviation University

MARKETING DETERMINANT OF ENTERPRISE INNOVATIVE ACTIVITY IN FOREIGN MARKETS

The present stage of world economic system development is characterized by intensification of processes of deepening, adaptation of interests of its subjects. It has its manifestation, on the one hand, in the multivector development of economic cooperation, on the other – in increasing the level of competition in the world market. In view of this, the degree of its innovation becomes important in the effective development of foreign economic activity. Taking into account the relevance of a holistic approach to the organization and management of enterprises, it is important to analyse the marketing component of innovation activity.

Prerequisites for the dynamic expansion of innovative opportunities for the functioning of economic systems are the internationalization of the world economy, the expansion of productive activity of companies from different countries of the world community, technological development of society, improvement of forms and methods of marketing promotion, intensive development of innovative marketing approaches to ensuring the effectiveness of foreign economic activity.

The article investigates marketing determinants of enterprise innovative activity in foreign markets. The prerequisites of innovation development of the world economy are considered. It is proved that an important influence on innovation activity at the micro level is carried out by a holistic approach to the management of enterprises. At the level of individual enterprises, the use of innovative advantages is carried out through the expansion of offerings of services that have innovative features, the development of competitive relations, the search for high-tech solutions, the application of the latest methods and tools in optimizing marketing, production, labour, financial resources. Modern enterprises, operating in a complex socio-economic environment, must constantly create and implement various types of innovations that ensure their effective operation on the world market and use appropriate marketing promotional tools.

A market economy, which is characterized by severe competition, requires a special marketing approach to innovation. With the aim of improving the efficiency of activities, innovations open up broad prospects for the development of modern entrepreneurship. Successful innovation and marketing activity enables the company to create a positive image, increase competitiveness, use of limited resources more efficiently, increase profits. However, it should be closely interwoven with the marketing determinant of the enterprise activity.

The priority areas for the realization of marketing component of enterprise innovative activity in foreign markets are determined. It is substantiated the measures needed to coordinate innovation and marketing priorities of development of foreign economic activity.

ТАРИФНИЙ ЗАХИСТ УКРАЇНСЬКОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИКА

TARIFF SHELTER OF UKRAINIAN AGRICULTURAL PRODUCER

УДК 65.03:631/635

Ковальчук С.Я.
к.е.н., доцент
Вінницький національний аграрний університет

У статті проаналізовано тенденції розвитку ринку аграрної продукції України та зауважено, що сьогодні український експорт переважно складається з проміжних товарів із відносно низьким технологічним складником. Проведений аналіз свідчить, що зона вільної торгівлі дала поштовх інтеграції з європейським законодавством та стала додатковою можливістю для експорту для багатьох виробників.

Ключові слова: *аграрний ринок, тарифні бар'єри, український експорт, обмежувальні заходи, географічна диверсифікація, лібералізація торгівлі.*

В статье проанализированы тенденции развития рынка аграрной продукции Украины и отмечено, что сегодня украинский экспорт в основном состоит из промежуточных товаров из относительно низкой технологической составляющей. Проведенный анализ свидетельствует, что зона свободной торговли дала толчок интеграции с европейским законодательством и стала дополнительной возможностью для экспорта для многих производителей.

Ключевые слова: *аграрный рынок, тарифные барьеры, украинский экспорт, ограничительные мероприятия, географическая диверсификация, либерализация торговли.*

In the article, development trends of the market for agrarian products of Ukraine are analysed and it is noticed that today the Ukrainian export mainly consists of intermediate commodities from relatively by a sub-zero technological constituent. The conducted analysis testifies that a free trade zone provided the impetus for the integration with the European legislation and became an additional export possibility for many producers.

Key words: *agrarian market, tariff barriers, Ukrainian export, restrictive measures, geographical diversification, liberalization of trade.*

Постановка проблеми. Сучасні тенденції глобалізації, необхідність поглиблення розвинутих зовнішньоекономічних відносин України з іншими країнами – запорука сталого розвитку національної економіки. Входження національної економіки у світову глобальну систему, а отже, підвищення глобальної конкурентоспроможності неможливі без лібералізації, синхронізованого відкриття ринків ЄС та України. Європейський Союз характеризується високим рівнем споживання харчової та сільськогосподарської продукції, крім того, він є одним із найбільших партнерів України в торгівлі даним видом товарів.

Однак цій торгівлі перешкоджає захищеність українського та європейського ринків сільськогосподарської та харчової продукції, зокрема тарифні і нетарифні бар'єри [6].

Реалізація положень, передбачених Угодою про асоціацію, суттєво знижує рівень захисту ринків України та ЄС у взаємній торгівлі та створює низку можливостей для харчової промисловості та сільського господарства

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань відкритості ринків ЄС та України, взаємному збалансуванні торгівлі, різних напрямів європейських інтеграційних процесів займалися такі вчені, як В. Волес, Г. Волес, І. Грицяк, А. Давидович, В. Копійка, В. Посельський, К. Петренко, Т. Шинкаренко. Формуванню політики ЄС та його держав-членів у сфері аграрної політики приділяли увагу О. Бондар, М. Сансі, М. Микієвич, М. Петрас та ін. Але сучасний стан та перспективи розвитку ринку аграрної продукції та його регулювання, зокрема в умовах дії зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, висвітлено недостатньо.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей формування та сучасного стану тарифного захисту українського аграрного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аграрний сектор економіки демонструє позитивну динаміку зростання, формуючи останніми роками близько 14% валової доданої вартості в країні та близько 40% валютних надходжень від експорту. Інвестиційна привабливість сільського господарства підтверджується цифрою в 49,5% зростання обсягів капітальних інвестицій за січень-грудень 2016 р. Важливість аграрного сектора в національні економіці та його роль у забезпеченні продовольчої безпеки країни вимагає забезпечення стійкості та ефективності його розвитку.

Важливими факторами довготривалої стійкості розвитку аграрного сектору економіки за економічними та соціальними показниками є господарсько-організаційна та галузева структура. Сьогодні 43% валової продукції сільського господарства виробляється на земельних ділянках особистого селянського господарства. Як правило, це не експортоорієнтована продукція, логістика зберігання якої є недостатньою та виробництво якої вимагає значних трудових затрат: фрукти та ягоди – 80,9%, картопля – 97,8%, овочі – 86,1%, молоко – 74,9% у загальній структурі виробництва відповідного продукту [3].

Сьогодні український експорт переважно складається з проміжних товарів із відносно низьким технологічним складником: частка високотехнологічного експорту в 2015 р. становила лише 5,5% загального обсягу українського експорту. Нині існує потреба в оновленні технологічних

процесів на українських підприємствах для поступового перетворення економіки України в більш інноваційну та наукомістку і, як результат, більш конкурентоспроможну на світових ринках. У 2016 р. економіка України характеризувалася ознаками поступового подолання негативних наслідків кризи: зростання валового внутрішнього продукту становило 2,3%.

Частка аграрно-промислового комплексу та харчової промисловості в 2016 р. становила 42% товарного експорту, що більше ніж удвічі перевищує частку цієї продукції в експорті 2008 р.

Негативно вплинуло на експорт України та внутрішній валовий продукт припинення Російської Федерації дії Договору про зону вільної торгівлі з Україною з 1 січня 2016 р., у результаті чого був запроваджений режим найбільшого сприяння з відповідними ставками замість попередньо діючих нульових ставок увізних мит. Окрім того, Російська Федерація заборонила імпорт деяких сільськогосподарських товарів українського походження (м'яса та продукції з нього, риби, молока та молочної продукції, овочів, фруктів та горіхів, деяких продуктів харчування) та обмежила транзитний рух вантажу з України через територію Росії до третіх країн: Казахстану та Киргизстану [1]. Такі обмежувальні заходи призвели до суттєвого скорочення експортного постачання товарів українського виробництва не тільки до деяких країн СНД (країн Центральної Азії та Закавказзя), а й до інших країн Азії.

Так, експорт українських товарів у 2016 р. до Казахстану зменшився на 312,6 млн. доларів США (43,9%), Азербайджану – на 70,8 млн. (22,2%), Туркменістану – на 61,3 млн. (36%), Киргизстану – на 35,1 млн. (46,5%), Узбекистану – на 32,1 млн. (18,4%), Вірменії – на 12,6 млн. (12,4%), Грузії – на 11,9 млн. (3%), Таджикистану – на 4,6 млн. (15,2%) та Монголії – на 3,6 млн. доларів США (на 12,8%) [1; 2].

Отже, зважаючи на обмежувальні заходи, частка Російської Федерації у загальному обсязі експорту товарів з України знизилася з 22,4% у 2008 р. до 9,9% у 2016 р. Втрата російського ринку є серйозною проблемою для українських виробників, орієнтованих на експорт, особливо у тих секторах, які значною мірою залежать від попиту з боку Російської Федерації, таких як, наприклад, машинобудування. Експортні втрати лише частково компенсуються переорієнтацією на інші напрями [5].

Однак протягом останніх років український експорт підтверджує поступову географічну диверсифікацію через зменшення орієнтованості України на ринки країн СНД, хоча ці ринки й досі залишаються традиційними для українських виробників (у 2016 р. частка експорту товарів на ринки СНД становила 16,5%, із них аграрного сектора – 7,7%) [1; 8] (рис. 1, 4).

Угодою про асоціацію передбачається близька до повної лібералізація торгівлі сільськогосподарською продукцією, проте зниження тарифного захисту відбуватиметься не відразу: перехідний період становитиме 10 років із поступовим скороченням чи усуненням увізних мит. Дія Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС та отримані автономні преференції збільшили частку експорту до країн ЄС до 37%, зокрема аграрного сектору – до 32%. Збільшується експорт до Єгипту та Індії: у 2016 р. на них припадало 6,3% та 5,2% відповідно загального обсягу експорту українських товарів.

Угода про Асоціацію, зокрема, передбачає низку заходів, спрямованих на захист українського виробника та його комфортний перехід до зони вільної торгівлі з ЄС. Зокрема, з 1 січня 2016 р. Україна скасувала мита на імпорт 70% товарів походженням з ЄС, водночас решта чутливих для України товарів залишається на перехідних періодах (тривалістю від одного до семи років) або з режимом обмежень відповідно до Графіку, вста-

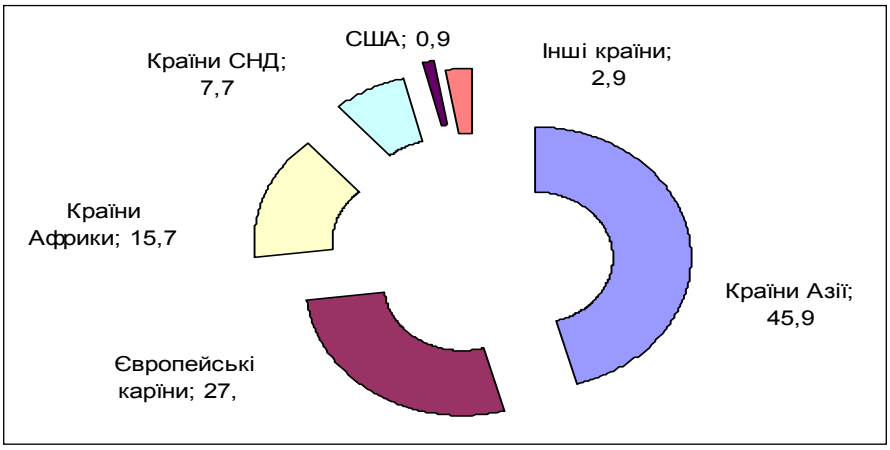


Рис. 1. Регіональна структура експорту сільськогосподарської продукції за 2016 р.

Джерело: складено за [4]

новленого у Додатку І-А до Угоди. Для захисту особливо чутливих товарів упроваджено тарифні квоти для імпорту до України окремих видів сільськогосподарської продукції походженням з держав – членів ЄС та затверджено «Порядок контролю над використанням тарифної квоти». Відповідно до Додатку І-А Угоди, Україна впроваджує тарифні квоти для імпорту в Україну цукру, свинини та м'яса птиці з держав – членів ЄС. Це дає можливість українському виробнику адаптуватися до нових умов роботи та протягом перехідного періоду (до семи років із моменту підписання Угоди) облаштувати виробництво для гідної конкуренції з європейською сільськогосподарською продукцією [2]. Передбачено поступове анулювання ставок вивізного (експортного) мита для живої худоби та шкіряної сировини, насіння деяких видів олійних культур, брухту легованих чорних металів, брухту кольорових металів та напівфабрикатів з їх використанням, відходів та брухту чорних металів протягом 10 років відповідно до Графіку, включеного до Додатку І-С Угоди.

Можемо виділити три ключові відмінності між характером зниження ввізних мит Європейським Союзом та Україною (рис. 2).

Оскільки основне скасування мит Європейським Союзом припадає на перші роки імплементації Угоди про асоціацію, загальний рівень тарифного захисту ЄС значно знижується вже з першого року, у подальшому лише незначно корегуючись. Уже в перший рік дії Угоди ЄС знижує мита до нульового рівня для більшості товарних груп.

Режим вільної торгівлі сприятиме зростанню українського аграрного експорту в середньому на 20%, європейський аграрний імпорт зросте приблизно на 7% [6]. Європейський Союз установлює найвищий рівень тарифного захисту для зернових, різних харчових продуктів, кормів для тварин, цукру та виробів з цукру, м'ясної та рибної продукції. До того ж на додачу до адвалерних мит (виражених у відсотках від митної вартості товару) Європейський Союз активно використовує специфічні (виражається у грошовій сумі за одиницю кількості), змішані (комбінація адвалерного та специфічного мит) та сезонні (ставка часто є змішаною та змінюється залежно від сезону та ввізної ціни).

Своєю чергою, Україна найбільше захищає ринок напоїв, цукру та виробів із цукру, кормів для тварин, зернових та м'ясної продукції [6; 8]. До того ж до більш ніж 90% тарифних ліній застосовується адвалерне мито (рис. 3).

Водночас дослідження аграрного ринку за 2017 р. свідчить про зростання експорту аграр-

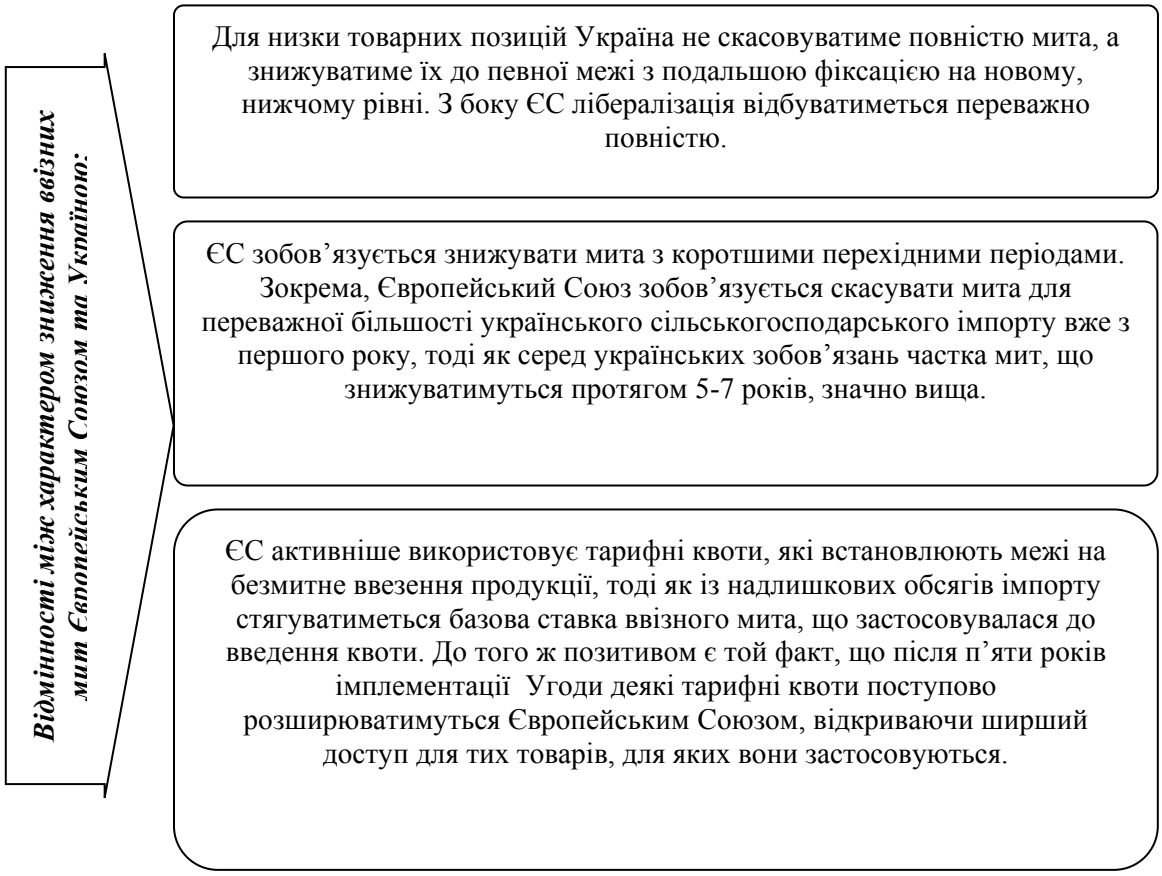


Рис. 2. Відмінності між характером зниження ввізних мит Європейським Союзом та Україною

Джерело: розроблено автором з використанням [6]

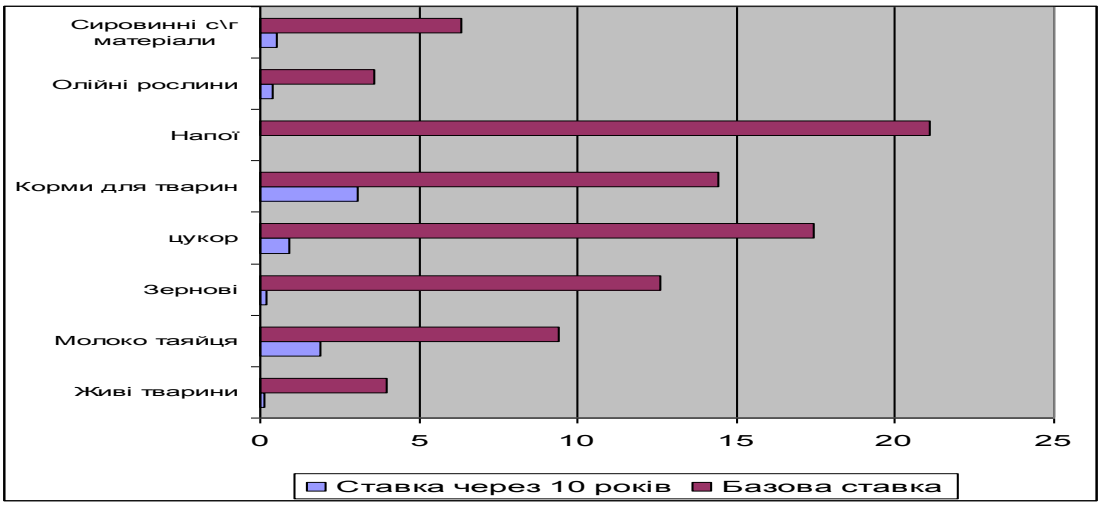


Рис. 3. Тарифний захист українського аграрного ринку

Джерело: розроблено автором з використанням [6]

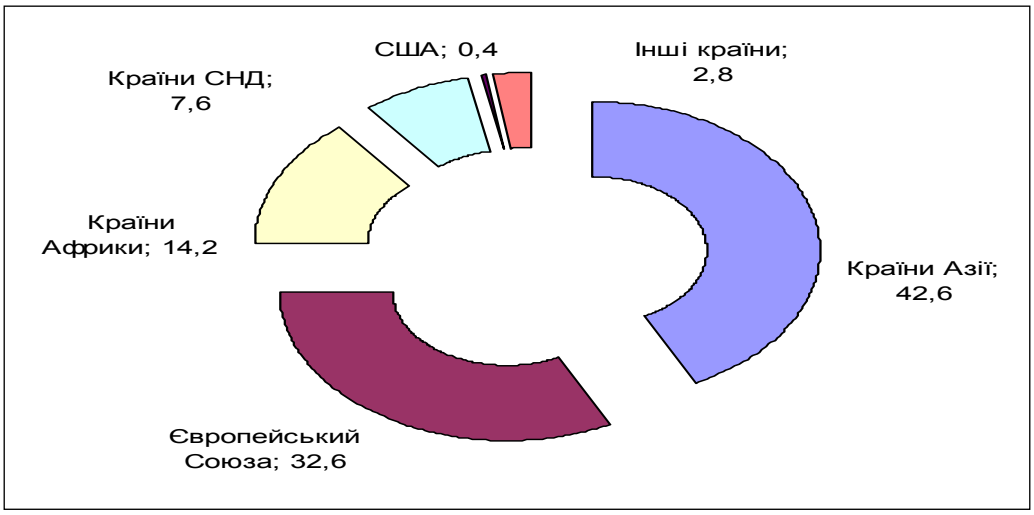


Рис. 4. Регіональна структура експорту сільськогосподарської продукції за 2017 р.

Джерело: складено за [4]

ної продукції на 31,9%, до 6 млрд. дол. Водночас зменшився імпорт подібної продукції на 4%, до 1,4 млрд. дол. За результатами 2017 р. експорт українських аграрних та харчових товарів показав позитивні результати та становив понад 17,9 млрд. дол. проти 15,5 млрд. дол. за попередній рік (табл. 1).

Сьогодні в загальному обсязі зовнішньої торгівлі аграрною та харчовою продукцією частка експорту становить 79,4%

На кінець 2017 р. регіональна структура аграрного експорту виглядає так: країни Азії – 42,6%, Європейський Союз – 32,4%, африканські країни – 14,2%, СНД – 7,6%, США – 0,4% та інші країни – 2,8% (рис. 4). Зауважимо, що такі країни, як Індія, Нідерланди, Єгипет, Іспанія та Китай, придбали української аграрної та харчової продукції на більш ніж 1 млрд. дол. у 2017 р. кожна [8].

Слід звернути увагу на ту обставину, що в 2017 р. в експорті з України до ЄС з'явилося 870 нових товарних підкатегорій (це додаткові 61,7 млн. дол. експорту товарів). Серед них і товари з доданою вартістю. Найбільшими торговими партнерами для України в ЄС залишаються шість країн: Нідерланди, Іспанія, Італія, Польща, Франція та Німеччина. Їхня сукупна частка в обороті перевищує 73%. Україна на восьмому місці серед найбільших постачальників агропродукції до ЄС. Водночас за багатьма позиціями Україна традиційно посідає перші місця, займаючи суттєві ніші ринку: по пшениці – 32% від загального імпорту ЄС, кукурудзі – 62%, ячменю – 74%, вівсу – 68%. Своєю чергою, Україна імпортує з ЄС зернові культури, насіння

Таблиця 1

Експорт-імпорт аграрної продукції за І півріччя 2017 р.

Групи товарів	Експорт (млрд. дол.)	Експорт (% до І півріччя 2016 р.)	Імпорт (млн. дол.)	Імпорт (% до І півріччя 2016 р.)
Живих тварин та продуктів тваринного походження	0,4925	155	311,7	101,3
Продукти рослинного походження:у тому числі зернових культур	4,3	124,5	742,1	99,3
	3,3	122,7	113,2	97,5
Жири та олії	2,5	127	119,8	106,6
Готові харчові продукти	1,4	133,6	798,1	102

олійних, какао-боби і шоколад, різні харчові продукти, спирт та алкогольні напої, відходи переробної промисловості й тютюнові вироби [4].

Варто зауважити, що за результатами аналізу Україна недостатньо використовує потенціал зовнішньої торгівлі з такими країнами, як Канада, Китай, Франція, Німеччина, Ірландія, Японія, Швеція, Швейцарія, Велика Британія, Сполучені Штати Америки, у результаті чого в 2016 р. вона недоотримала майже 6 млрд. дол. США.

Висновки з проведеного дослідження. Зона вільної торгівлі дала поштовх інтеграції з європейським законодавством та стала додатковою можливістю для експорту для багатьох виробників. Зона вільної торгівлі принесла українським виробникам додаткові можливості для експорту, проте її умови не можна назвати надто вигідними для українців. Однак попри очевидні успіхи серйозною залишається проблема захисту українських виробників. Водночас в ЄС використовують доступні інструменти захисту внутрішнього ринку, з-поміж яких – тарифне регулювання імпорту. Так, рівень митного обкладання імпортної готової продукції в ЄС більший за рівень ставок мита на сировину в 7,7 рази. Це говорить про те, що Україна й надалі залишається постачальником сировини, але аж ніяк не продуктів із доданою вартістю. Однак зниження захисту з боку ЄС дасть змогу українському виробнику легше виходити на європейський ринок, тоді як зниження захисту Україною, крім посилення присутності європейського виробника на українському ринку, полегшить та здешевить вітчизняному виробнику доступ до імпортованої сировини та продуктів переробки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Експортна стратегія України («дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 р. № 1017-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-eksportnoyi-strategiyi-ukrayini-dorozhnoyi-karti-strategichnogo-rozvitku-torgivli-na-20172021-roki.

2. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у 2016 році. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/uploaded-files/pro-vikonannya-ugodi-pro-asotsiatsiyu-mizh-ukrainoyu-ta-evropeyskim-soyuzom-za-2017-rik.pdf.

3. Концепція розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018–2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 вересня 2017 р. № 664-р. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-%D1%80#n8.

4. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства. URL: http: //minagro.gov.ua/.

5. Петренко К.В., Давидович А.Є. Аналіз розвитку агропродовольчого сектору України. URL: http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/102602/97678.

6. Повноцінна ЗВТ з ЄС чи пільговий режим. Що вигідніше для аграріїв? URL: http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/03/24/7032162.

7. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5. URL: http://www.sd4ua.org/wp-content/uploads/2015/02/Strategiya-stalogo-rozvytku-Ukrayiny-do-2030-roku.pdf.

8. Український аграрний експорт зріс на 16%. URL: https://kurkul.com/news/10613-ukrayinskiy-agrarniy-eksport-zris-na-16---trofimtseva.

REFERENCES:

1. Eksportna stratehiia Ukrainy (“dorozhnia karta” stratehichnoho rozvytku torhivli) na 2017–2021 roky (2017) [Exsport strategy of Ukraine (“roadmap” for strategic trade development) 2017–2021] //(electronic journal) no. 1017. Available at: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-eksportnoyi-strategiyi-ukrayini-dorozhnoyi-karti-strategichnogo-rozvitku-torgivli-na-2017-2021-roki (Accessed 10 March 2018)

2. Zvit pro vykonannia uhody pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu ta Yevropeiskym soiuzom v 2016 rotsi (2017) [Report on the implementation of the Association Agreement between Ukraine and the European Union in 2016]//(electronic journal) Available at: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/uploaded-files/pro-vikonannya-ugodi-pro-asotsiatsiyu-mizh-ukrainoyu-ta-evropeyskim-soyuzom-za-2017-rik.pdf(Accessed 10 March 2018)

3. Kontseptsiia rozvytku fermerskykh hospodarstv ta silskohospodarskoi kooperatsii na 2018-2020 roky (2017) [Concept of development of farms and agricultural cooperatives for 2018-2020 years]//(electronic journal) Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-%D1%80#n8(Accessed 10 March 2018)

4. Ofitsiinyi sait Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva [Official site of the Ministry of Agrarian Policy and Food] //(electronic journal) Available at: http: //minagro.gov.ua/ (Accessed 15 March 2018)

5. Petrenko K.V. Analiz rozvytku ahroprodovolchoho sektoru Ukrainy (2017)[Analysis of development of the agro-food sector of Ukraine] //(electronic journal) Available at: – http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/102602/97678(Accessed 15 March 2018)

6. Povnotsinna ZVT z YeS chy pilhovyi rezhym. Shcho vyhidnishe dlia ahrariiv?(2017)[Fully FTA with the EU or preferential treatment. What is more profitable for agrarians?] //(electronic journal). Available at: http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/03/24/7032162 (Accessed 15 March 2018)

7. Ukaz Prezydenta Ukrainy Stratehiia staloho rozvytku "Ukraina – 2020" (2015) [Strategy for Sustainable Development "Ukraine 2020"] – no. 5//(electronic journal). Available at: http://www.sd4ua.org/wp-content/uploads/2015/02/Strategiya-stalogo-rozvytku-Ukrayiny-do-2030-roku.pdf (Accessed 15 March 2018)

8. Ukrainskyi ahrarnyi eksport zris na 16 % (2017) [Ukrainian agricultural exports increased by 16%] //(electronic journal). Available at: https://kurkul.com/news/10613-ukrayinskiy-agrarniy-eksport-zris-na-16---trofimtseva] (Accessed 15 March 2018)

Kovalchuk S.Ya.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics,
Vinnytsia National Agrarian University

TARIFF SHELTER OF UKRAINIAN AGRICULTURAL PRODUCER

Modern tendencies of globalization, the necessity of deepening of the developed external economic relations of Ukraine with other countries are a guaranty of steady development of the national economy. Inclusion of the national economy in the world global system and, consequently, increase of global competitiveness are impossible without liberalization, the synchronized opening of markets of EU and Ukraine. The European Union is characterized by the high level of consumption of food and agricultural products. In addition, it is one of the biggest partners of Ukraine in trading in this kind of commodities. The agrarian sector of the economy demonstrates the positive dynamics of growth, forming the last years an about 14% gross value added in a country and near 40% currency receipts from an export. The investment attractiveness of agriculture is confirmed a number at a 49.5% growth of volumes of capital investments for January–December 2016. Importance of agrarian sector in the national economy and its role in providing food safety of country requires providing firmness and efficiency of its development.

The important factors of long-term firmness of development of the agrarian sector of the economy by economic and social indicators are economic and organizational and branch structure. As of today, 43% of gross agricultural products are made on lands of the personal peasant economy. As a rule, it is not export-oriented production, the logistic of storage of which is insufficient and the production of which requires considerable labour expenses: fruit and berries – 80.9%, potato – 97.8%, green-stuffs – 86.1%, milk – 74.9% in the general pattern of production of the corresponding product.

It is marked that the realization of positions, foreseen by the Association Agreement, substantially reduces the level of defence of markets of Ukraine and EU in mutual trade and creates a row of possibilities for agriculture. For this reason, the Association Agreement foresees almost a complete liberalization of agricultural trading, however, the decline of tariff shelter will take a place not at once – a transitional period will be 10 years with a gradual reduction or removal of import duties. The conducted analysis testifies that a free trade zone provided the impetus for the integration with the European legislation and became an additional export possibility for many producers.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

МОНИТОРИНГ НЕИСПОЛЬЗУЕМЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ЗЕМЕЛЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)

MONITORING OF UNUSED AGRICULTURAL LAND WITH THE USE OF THE UNMANNED AERIAL VEHICLE (ON THE EXAMPLE OF THE PENZA REGION OF THE RUSSIAN FEDERATION)

УДК 332.7

Асташкин И.И.
студент
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства
Акимова М.С.
к.э.н., доцент кафедры «Кадастр недвижимости и право»
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства
Улицкая Н.Ю.
к.э.н., доцент кафедры «Кадастр недвижимости и право»
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства

Площадь земельного фонда Российской Федерации на 1 января 2017 г. составила 1 712 519,1 тыс. га, из них земли сельскохозяйственного назначения занимают 383 612 тыс. га. В России, стране с обширной территорией и большими посевными площадями, мониторинг сельхозугодий зачастую является трудной задачей. Использование БПЛА для мониторинга сельскохозяйственных площадей имеет ряд преимуществ и способно дать больше информации об их состоянии. В статье на примере Пензенской области рассмотрено состояние сельскохозяйственных земель и представлен метод мониторинга на основе применения беспилотных летательных аппаратов.

Ключевые слова: *беспилотный летательный аппарат, дистанционное зондирование, мониторинг, точное земледелие.*

Площа земельного фонду Російської Федерації на 1 січня 2017 р. становила 1 712 519,1 тис. га, з них землі сільськогосподарського призначення займають 383 612 тис. га. У Росії, країні з великою територією і великими посівними площами, моніторинг сільгоспугідь часто є важким завданням. Використання БПЛА для моніторингу сільськогосподарських площ має низку переваг і здатне дати більше інформації про їх стан. У статті на прикладі Пензенської області розглянуто стан сільськогосподарських земель і представлено метод моніторингу на основі застосування безпілотних літальних апаратів.

Ключові слова: *безпілотний літальний апарат, дистанційне зондування, моніторинг, точне землеробство.*

The area of the Land Fund of the Russian Federation on January 1, 2017, amounted to 1712519.1 thousand hectares, of which agricultural land occupy 383612 thousand hectares. In Russia, a country with a vast territory and large cultivated areas, monitoring of agricultural lands is often a difficult task. The use of UAVs for monitoring agricultural areas has a number of advantages and can give more information about their condition. In the article, on the example of the Penza region, the condition of agricultural lands was considered and the method of monitoring on the basis of the use of unmanned aerial vehicles is presented.

Key words: *unmanned aerial vehicle, remote sensing, monitoring, precision farming.*

Постановка проблемы. Истощение земельных ресурсов на сегодняшний день является главной проблемой человечества. Во многих регионах Российской Федерации отсутствие актуальной картографической основы не позволяет решать поставленные задачи мониторинга. Имеющиеся в большинстве субъектов Российской Федерации топографические карты относятся к началу 90-х годов прошлого века. Темпы работ по централизованному обновлению карт в 2017 г. постепенно возрастают. Разрабатываются и внедряются новые программы и методы, которые позволяют производить контроль земельных ресурсов.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы рационального и эффективного использования и мониторинга земель, их охраны, землеустройства нашли отражение в научных трудах А.А. Варламова, В.В. Вершинина, С.Н. Волкова, Н.В. Комова, П.Ф. Лойко, С.И. Носова, В.П. Троицкого и др.

Постановка задания. Цель статьи – исследование задач мониторинга земель сельскохозяйственного назначения, а также применение беспилотных летательных аппаратов для решения этой задачи.

Изложение основного материала исследования.

Пензенская область занимает территорию 43,3 тыс. км^2 и расположена в Среднем Поволжье. Сельскохозяйственные угодья составляют 70,1% всех земель области, пашня – 52,2%. Основные направления растениеводства: производство зерна, сахарной свеклы, ржи, пшеницы, крупяных и зернофуражных культур. Развито производство картофеля и овощей [5].

В рамках осуществления государственного земельного надзора на территории Пензенской области сотрудниками Управления Россельхознадзора по Республике Мордовия и Пензенской области в 2016 г. проведено 685 надзорных мероприятий, в том числе: 338 плановых и 242 внеплановые проверки, 105 административных рассле-

дований и проверок физических лиц. За указанный период проконтролировано 360 тыс. га земель сельскохозяйственного назначения и сельскохозяйственного использования в составе населенных пунктов. По фактам выявленных нарушений составлено 383 протокола об административных правонарушениях. [6]

В связи с обращениями граждан и органов исполнительной власти о нарушениях земельного законодательства после согласования проверок с органами прокуратуры проведено 27 внеплановых выездных проверок, по результатам которых виновные лица были привлечены к административной ответственности. По результатам рассмотрения административных дел наложено административных штрафов на сумму 3 млн. 793 тыс. рублей, взыскано 2 млн. 588 тыс. рублей. При проведении надзорных мероприятий инспекторами отдела государственного земельного надзора выявлено более 49 тыс. га земель сельскохозяйственного назначения, не используемых по назначению, в результате чего земли подверглись зарастанию сорной и древесно-кустарниковой растительностью и фактически выбыли из сельскохозяйственного оборота. Во всех случаях были выданы предписания о проведении агротехнических и фитосанитарных мероприятий для вовлечения данных земель в сельскохозяйственный оборот. При проведении контрольно-надзорных мероприятий выявлено 60 фактов захламления сельскохозяйственных угодий отходами производства и потребления на площади 57 300 кв. м подсолнечника. С увеличением неиспользуемых земель в 2017 г. Министерством сельского хозяйства был разработан проект «Ввод в оборот неиспользуемых земель сельскохозяйственного назначения на территории Пензенской области». Проект направлен на ввод в оборот 181 тыс. га. Срок реализации проекта охватит период с 01 апреля 2017 г. по 30 ноября 2020 г. Количество земель сельскохозяйственного назначения на территории Пензенской области составляет 3 072 тыс. га, из них пашня занимает 2 193,7 тыс. га [4]. Для улучшения состояния земель сельского хозяйства на территории Пензенской области необходимо внедрять новый метод контроля.

Наиболее эффективным методом мониторинга земель сельского хозяйства является дистанционное зондирование земли с помощью беспилотных летательных аппаратов (БПЛА). В настоящий момент рынок «сельскохозяйственных» БПЛА в России находится на начальной стадии развития. Однако эксперты полагают, что в будущем сельское хозяйство станет одним из крупнейших сегментов рынка беспилотников. Marketsand Markets в 2016 г. оценил рынок «сельскохозяйственных» БПЛА в $864,4 млн., спрогнозировав до 2022 г. уверенный ежегодный рост отрасли в 30% (до $4,2 млрд.). БПЛА – это технология, позволяющая вести учет и контроль состояния сельскохозяйственных угодий: оптимизация расхода воды, расчет оптимального количества вносимых удобрений и химикатов, создание электронной карты полей, прогноз урожайности с/х культур, планирование прокладки дренажных систем. С помощью беспилотных летательных аппаратов можно определить рельеф местности, размеры полей, границы водных объектов (озер, рек, болот) и дорог. Применяя данную технологию, можно получать фотографии для анализа состояния посева, его густоты и равномерности.

Использование мультиспектральной съемки позволяет обнаружить изменения культуры во время ее роста. Полученные данные показывают развитие и рост растений в видимом ближнем инфракрасном спектре. На основе изменения тональности и цвета спектра, возможно, сделать вывод, о том, в каком участке площади посева требуется та или иная добавка.

Традиционно аэрофотосъемка производится с самолета или вертолета. Использование беспилотных летательных аппаратов для сельского хозяйства позволяет значительно снизить затраты на аренду авиатехники, вместе с тем обеспечивая большую эффективность работ благодаря высокой мобильности БПЛА.

Дрон с мультиспектральной камерой на борту облетает по запрограммированному маршруту на сельскохозяйственной местности в любую погоду, после полета извлекается информация с дрона и обрабатывается с помощью специализированных программ. Далее по результатам, полученным со снимков, делается карта, привязанная к координатам GPS или ГЛОНАСС. По данной карте можно производить мониторинг параметров сельскохозяйственных угодий.

Например, NDVI – нормализованного относительного индекса растительности. Этот вегетационный индекс можно использовать, чтобы оценить густоту стеблестоя или травостоя, площадь недосевов, состояние растений в поле, в том числе их потребность в азоте и, соответственно, потребность во внесении удобрений, возможно прогнозирование величины урожайности на каждом отдельном участке и многое другое. Благодаря относительной простоте и многофункциональности такого индекса его определение стало сегодня рутинным делом и предлагается множеством фирм [1].

Кроме представленного параметра, существуют и другие параметры вегетационных индексов, которые тоже могут дать много полезной для агронома информации о состоянии растений. Но они имеют меньшее распространение, поэтому использование их конечным потребителем несколько затруднено.

Рис. 1. Дистанционное зондирование БПЛА

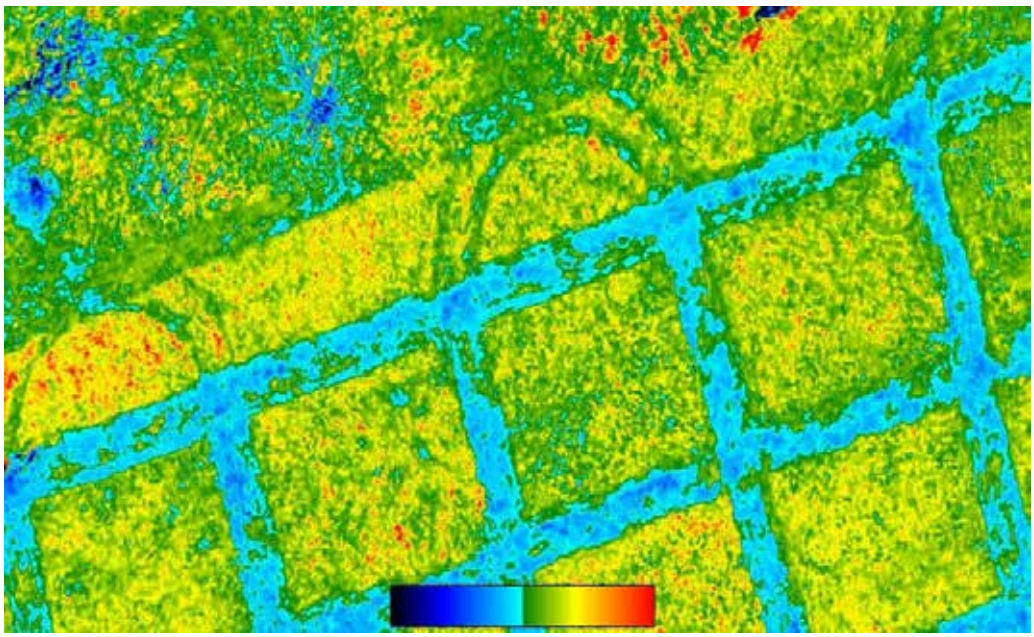


Рис. 2. Пример обработанного снимка нормализованного относительного индекса растительности

На сегодняшний день наименее развит, однако существует ряд программных продуктов, предназначенных для анализа собранной информации и принятия производственных решений. В основном это программы расчета доз удобрений с элементами геоинформационных систем (ГИС) [3].

Выводы из проведенного исследования. Актуальность проблемы контроля сельхозугодий не вызывает сомнений. Мониторинг земель сельского хозяйства на основе применения БПЛА выявляет ошибки при посеве, гибель посевов после засухи, заморозков, затопления и других факторов, требующих оперативного контроля [2].

Производимая оценка земель, делается наземным путем при помощи выезда на поле, что не дает возможности, оценить весь масштаб проблемы, поэтому для ускорения этого процесса необходимо применять БПЛА.

Сегодня в сельскохозяйственной отрасли наступает новый виток внедрения технологии, которые сократят затраты на производство продукции.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Личман Г.И., Смирнов И.Г. Интеллектуальное земледелие как дальнейшее развитие идей точного земледелия. Нивы Зауралья. 2015. № 1(123). С. 21–24.

2. Применение беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) в технологии точного земледе-

лия / Ю.В. Шумилов и др. Молодой ученый. 2015. № 9.2. С. 146–147.

3. Точное земледелие: комплексный подход. URL: http://www.ikc-apk.kuban.ru/newapk/gps/gps160708.html.

4. URL: https://agri-news.ru/novosti/v-penzenskoj-oblasti-vvedut-v-oborot-neispolzuemyie-zemli.html.

5. Федеральная служба государственной статистики территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области (Пензастат). Ежегодник. 386 с.

6. Государственный доклад «О состоянии природных ресурсов и охране окружающей среды Пензенской области в 2014 году». 124 с.

REFERENCES:

1. Lichman G.I., Smirnov I.G. Intellektual'noe zemledelie kak dal'nejshee razvitie idej tochnogo zemledelija [Intelligent agriculture as the further development of the ideas of precision agriculture] // Nivy Zaural'ja [Zauralye Fields]. – 2015. – № 1(123). – 21-24 p.

2. Shumilov Ju. V., Danilov R. Ju., Kostenko I. A., Danilova A. V., Semochkin K.V., Pachkin A.A. Primenenie bespilotnyh letatel'nyh apparatov (BPLA) v tehnologii tochnogo zemledelija [The use of unmanned aerial vehicles in the technology of precision farming]// Molodoj uchenyj [Young Scientist]. – 2015. – № 9.2. – 146-147 p.

3. URL: http://www.ikc-apk.kuban.ru/newapk/gps/gps160708.html.

4. URL: https://agri-news.ru/novosti/v-penzenskoj-oblasti-vvedut-v-oborot-neispolzuemyie-zemli.html

5. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki territorial'nyj organ Federal'noj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Penzenskoj oblasti (Penzastat) [Federal Service of State Statistics a territorial body of the Federal State Statistics Service for the Penza region (Penzastat)] 386 p.

6. Gosudarstvennyj doklad “O sostojanii prirodnyh resursov i ohrane okruzhajushhej sredy Penzenskoj oblasti v 2014 godu” [State report “On the state of natural resources and environmental protection of the Penza region in 2014«] 124 p.

Astashkin I.I.
Graduate Student
Penza State University of Architecture and Construction
Akimova M.S.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Cadastre of Real Estate and Law
Penza State University of Architecture and Construction
Ulitskaya N.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Cadastre of Real Estate and Law
Penza State University of Architecture and Construction

MONITORING OF UNUSED AGRICULTURAL LAND WITH THE USE OF THE UNMANNED AERIAL VEHICLE (ON THE EXAMPLE OF THE PENZA REGION OF THE RUSSIAN FEDERATION)

The Penza region covers an area of 43,300 sq.km located in the Middle Volga region. Agricultural lands account for 70.1% of all lands of the region, arable land – 52.2%. The main directions of plant growing are the production of grain, sugar beet rye, wheat, cereals, and grain crops. The production of potatoes and vegetables is developed.

As a part of the implementation of state land supervision in the territory of the Penza region, the Department of the Rosselkhoznadzor for the Republic of Mordovia and the Penza region conducted 685 supervisory activities in 2016, including 338 planned and 242 unscheduled inspections, 105 administrative investigations and inspections of individuals. During this period, 360 thousand hectares of agricultural land and agricultural use in the settlements were monitored. Based on the facts of violations, 383 protocols on administrative violations were drawn up.

In connection with appeals of citizens and executive authorities on violations of land legislation, after the approval of inspections with the prosecutor’s office, 27 unscheduled on-site inspections were conducted, according to which the guilty persons were brought to administrative responsibility. As a result of administrative cases, administrative fines were imposed in the amount of 3 million 793 thousand roubles, 2 million 588 thousand roubles were recovered. In carrying out supervisory measures, the inspectors of the State Land Surveillance Department revealed more than 49 thousand hectares of agricultural land not used for its intended purpose, as a result of which the lands were overgrown with weeds and tree and shrub vegetation and actually left the agricultural turnover. In all cases, orders were issued for agrotechnical and phytosanitary measures to involve these lands in agricultural production. During the control and surveillance activities, 60 facts of littering agricultural land with production and consumption wastes on an area of 57,300 square meters of sunflower were revealed. With the increase of unused land in 2017, the Ministry of Agriculture developed the project “Put-

ting into the circulation of unused agricultural land in the territory of the Penza region." The project is aimed at putting into circulation 181 thousand hectares. To improve the state of agricultural land in the territory of the Penza region, it is necessary to introduce a new method of control.

The most effective method of monitoring agricultural land is the remote sensing of the earth using unmanned aerial vehicles. At the moment, the market of "agricultural" UAV in Russia is at the initial stage of development. However, experts believe that in the future agriculture will become one of the largest segments of the drones market. Markets in 2016 estimated the market of "agricultural" UAVs at $864.4 million, forecasting up to 2022 a confident annual growth of the industry in 30% (up to $4.2 billion). UAV is a technology that allows you to keep track of and monitor the condition of agricultural land: it optimizes water consumption, calculates the optimal amount of fertilizers and chemicals, creates an electronic map of fields, forecasts crop yields, and plans the laying of drainage systems. Using unmanned aerial vehicles, you can determine the terrain, the size of fields, the boundaries of water objects (lakes, rivers, marshes) and roads. Using this technology, you can obtain photos to analyse the condition of the crop, its density and uniformity.

The use of multispectral photography can detect changes in culture during its growth. The data obtained show the development and growth of plants in the visible near-infrared spectrum. On the basis of changes in the tonality and colour of the spectrum, it may be concluded, in which part of the sowing area one or another additive is required.

Traditionally, aerial photography is made from an airplane or a helicopter. Using unmanned aerial vehicles for agriculture can significantly reduce the cost of renting aircraft while ensuring greater efficiency of work due to the high mobility of the UAV.

КОНЦЕПЦІЯ РОЗШИРЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС НА ЗАСАДАХ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

THE CONCEPT OF EXPANDING ECONOMIC COOPERATION OF UKRAINE WITH EU COUNTRIES ON THE BASIS OF INCREASING ENERGY EFFICIENCY

УДК 33:621.8.037

Глущенко Я.І.
к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки
Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського
Ящук Д.А.
студентка
Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

У статті розглянуто концептуальні положення вдосконалення економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах підвищення енергоефективності економік. У запропонованій концепції визначено та охарактеризовано передумови, напрями економічного співробітництва, представлено механізм їх реалізації.
Ключові слова: *економічне співробітництво, енергоефективність, споживання палива та енергії, концепція, енергетична стратегія.*

В статье рассмотрены концептуальные положения совершенствования экономического сотрудничества Украины со странами ЕС на основе повышения энергоэффективности экономик. В предложенной концепции определены и охарактеризованы предпосылки, направления экономического сотрудничества, представлен механизм их реализации.
Ключевые слова: *экономическое сотрудничество, энергоэффективность, потребление топлива и энергии, концепция, энергетическая стратегия.*

The article deals with the conceptual provisions of development of the economic cooperation of Ukraine with the EU countries on the basis of increasing energy efficiency of economies. The proposed concept defines and describes the preconditions, directions of economic cooperation; the mechanism of their implementation is presented.
Key words: *economic cooperation, energy efficiency, fuel consumption and energy, conception, energy strategy.*

Постановка проблеми. В Україні гостро постає питання визначення і реалізації напрямів удосконалення економічного співробітництва з країнами ЄС на засадах енергоефективності. Втрата об'єктів енергетичної інфраструктури через анексію Криму й ушкодження енергетичних активів у результаті військових дій на сході України негативно вплинуло на ситуацію в енергетичному секторі нашої країни. Крім того, майже всі роки незалежності економіка країни перебуває у замкнутому колі нераціонального і неефективного використання паливно-енергетичних ресурсів. У 2017 р. урядом України було схвалено Енергетичну стратегію до 2035 р. «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність», яка не тільки враховує проблеми сьогодення, а й визначає стратегічні орієнтири розвитку паливно-енергетичного комплексу в умовах розширення партнерства з ЄС [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання енергоефективності економіки Україні висвітлюються у працях багатьох вітчизняних вчених: В.О. Баранніка [1], С.П. Денисюка, О.В. Коцар, Ю.В. Чернецької [6], В.О. Черепанової [10], Ю.В. Тащеєва [9], О.В. Бондар-Підгурської [2], Д.Ю. Дрожжина [3], М.В. Афанасьєва, Т.І. Салашенко [8], М.І. Назарова [7] та ін. Науковцями визначалися напрями підвищення енергоефективності країни, використання енергоефективності для підвищення конкурентоспроможності підприємств, держави, досліджувалася сутність поняття «енергоефективність». В умовах переорієнтації вектору розвитку України, диференціації ринків збуту доцільним є розроблення теоретичного підґрунтя розширення економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах підвищення енергоефективності економік.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення концептуальних засад розширення економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах підвищення енергоефективності економік.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ситуацію в енергетичному секторі України можна побачити, проаналізувавши структуру її енергетичного балансу. У табл. 1 наведено структуру власного виробництва палива і енергії в України за період 2010–2016 рр.

Як видно з наведених даних, тверде паливо, яке є найменш ефективним енергоресурсом і має негативний екологічний вплив, відігравало провідну роль у видобутку протягом 2010–2014 рр. Частка його видобутку коливалася від 42,8% у 2010 р. до 41,4% у 2014 р., а найбільшою була в 2013 р. – 47,3%. Щодо видобутку природного газу, то його частка коливається від 18% (2012 р.) до 24% (2015 р.). І протягом 2015–2016 рр. спостерігається збільшення частки у видобутку. Важливим власним джерелом енергії в Україні є атомна енергія. Її частка постійно збільшується. І якщо в період 2010–2013 рр. вона не доходила до 30%, то в 2015 р. становила 37,3%, у 2016 р. – 33,4%. Обмеженість запасів нафти, вугілля і природного газу змушує не тільки Україну, а й інші країни світу все більше приділяти увагу розвитку відновлювальних джерел енергії. Обсяги виробництва гідроелектроенергії, вітрової, сонячної енергії свідчать про позитивні зміни, а саме про збільшення їх сукупної частки протягом періоду, що аналізується. Але, незважаючи на пріоритетність відновлювальної енергії, враховуючи інтеграційні процеси з країнами ЄС, її частка в структурі власного виробництва палива та енергії в Україні все одно залишається незначною.

Таблиця 1

Структура виробництва палива та енергії України за 2010–2016 рр. [4]

Види палива і енергії		Структура, % до підсумку					
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Вугілля та торф	42,8	47,2	47,1	47,3	41,4	28,4	31,7
Сира нафта та нафтопродукти	4,6	4,0	4,0	3,7	3,7	4,2	3,6
Природний газ	19,6	18,2	18,0	18,6	19,5	24,0	23,9
Атомна енергія	29,7	27,7	27,7	25,5	30,1	37,3	33,4
Гідроелектроенергія	1,4	1,1	1,1	1,4	0,9	0,8	1,0
Вітрова, сонячна енергія	-	-	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Біопаливо та відходи	1,9	1,8	2,0	2,2	3,1	4,2	5,3
Теплоенергія	-	-	-	1,2	1,0	0,9	0,9
Разом	100,0	100,0	100,0	100	100	100	100

Далі розглянемо динаміку споживання палива та енергії окремими галузями і секторами економіки України протягом 2010–2016 рр. (табл. 2).

На першому місці за обсягами споживання в Україні з 2010 по 2014 р. стоїть промисловість. Найбільший обсяг споживання палива та енергії промисловістю становив 26 253 тис. т нафтового еквівалента в 2011 р. Починаючи з 2012 р. спостерігається стійка тенденція до зменшення обсягів споживання палива та енергії промисловістю, і в 2016 р. рівень досяг найнижчого значення – 14 955 тис. т нафтового еквівалента. Темп зростання спостерігався тільки в 2011 р. порівняно з 2010 р. – 103,7%. Найнижчий базисний темп зміни енергоспоживання промисловістю в 2015 р. порівняно з 2010 р. – 64,0%, ланцюговий – у 2016 р. порівняно з 2015 р.

Негативною рисою в Україні є те, що досить великі обсяги споживання палива та енергії припадають на непродуктивний сектор економіки – домогосподарства. Протягом 2010–2013 рр. обсяги споживання палива та енергії в побутовому секторі перевищували 23 тис. т нафтового еквівалента і майже дорівнювали обсягам споживання промисловістю. Водночас позитивним можна вважати той факт, що за досліджуваний період базисні темпи енергоспоживання домогосподарствами не перевищують 100%, тобто порівняно з 2010 р. споживання палива та енергії постійно зменшується. Щодо ланцюгових темп змін, то перевищення 100% було тільки в 2013 р. порівняно з 2012 р. Найнижче значення ланцюгового темпу зміни енергоспоживання домогосподарства спостерігається у 2015 р. порівняно з 2014 р.

Незважаючи на значне скорочення обсягів споживання у побутовому секторі у 2015 і 2016 р., саме у ці роки обсяги споживання домогосподарств перевищують обсяги промисловості. Тому і у Енергетичній стратегії, і у більшості досліджень вітчизняних учених наголошується на необхідності розповсюдження культури енергозберігаючого способу життя на рівні домогосподарств, і ведення бізнесу на рівні суб'єктів господарювання [5, с. 19; 6, с. 48]. Усунення марнотратного енерговикористання, ведення у дію побутових приладів та освітлення з високими показниками енергоефективності є необхідними заходами в Україні.

Досить значними є обсяги споживання палива та енергії транспортом. Найбільший обсяг споживання спостерігався у 2010 р. – 12 627 тис. т нафтового еквіваленту, починаючи з 2012 по 2015 р. обсяги споживання постійно зменшуються. За досліджуваний період найнижче значення спостерігалося у 2015 р. – 8 750 тис. т нафтового еквіваленту. Щодо розрахованих базисних і ланцюгових темпів змін енергоспоживання транспортом, то протягом усього періоду дослідження значення було менше 100%.

Аналіз обсягів енергоспоживання галузями і секторами економіки України за 2010–2016 рр. свідчить, що менше всього споживають палива та енергії сектор послуг, сільське, лісове та рибне господарство. Але оцінювання динаміки споживання показує, що базисні теми змін у секторі послуг протягом досліджуваного періоду в усіх роках, окрім 2015 р., перевищують 100%. Ланцюгові темпи змін менше 100% у 2014 і 2015 рр. Майже аналогічна ситуація з показниками динаміки енергоспоживання сільським, лісовим та рибним господарством.

Щодо неенергетичного використання енергії в Україні за період 2010–2016 рр., то спостерігається стійка тенденція до зменшення обсягів.

Одним з узагальнюючих показників, що характеризує інтенсивність споживання енергії в країні, є показник енергоємності ВВП (табл. 3).

За даними Державної служби статистики України, у період із 2010 по 2016 р. показник енергоємності і по кінцевому енергоспоживанню, і загальному постачанню первинної енергії має тенденцію до зменшення. Так, якщо в 2010 р. показник енергоємності щодо загального постачання первинної енергії в 2010 р. становив 0,368 тис. т н.е./млрд. міжнародних доларів, то в 2016 р. – 0,280 тис. т н.е./млрд. міжнародних доларів. Коливання показника

Таблиця 2

Динаміка кінцевого енергоспоживання в України за 2010–2016 рр. [4]

Галузі і сектори економіки	Обсяги кінцевого енергоспоживання, тис. т нафтового еквівалента						
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Промисловість	25327	26253	24845	21864	20570	16409	14955
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	103,7	98,1	86,3	81,2	64,0	59,0
Темп зміни ланцюговий, %	-	103,7	94,6	88,0	94,1	79,8	91,1
Транспорт	12627	12611	11448	11280	10327	8750	9165
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	99,9	90,7	89,3	81,8	69,3	72,6
Темп зміни ланцюговий, %	-	99,9	90,8	98,5	91,6	84,7	104,7
Домашні господарства	23813	23604	23466	23495	20384	16554	17586
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	99,1	98,5	98,7	85,6	69,5	73,9
Темп зміни ланцюговий, %	-	99,1	99,4	100,1	86,8	81,2	106,2
Сектор послуг	4643	4802	5037	5745	4663	3838	4856
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	103,4	108,5	123,7	100,4	82,7	104,6
Темп зміни ланцюговий, %	-	103,4	104,9	114,1	81,2	82,3	126,5
Сільське, лісове та рибне господарство	2036	2246	2195	2242	2016	1961	2142
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	110,3	107,8	110,1	99,0	96,3	105,2
Темп зміни ланцюговий, %	-	110,3	97,7	102,1	89,9	97,3	109,2
Інші види діяльності	0	0	0	0	0	0	31
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	0	0	0	0	0	0
Темп зміни ланцюговий, %	-	0	0	0	0	0	0
Неенергетичне використання енергії	5547	6008	6116	4932	3500	3318	2910
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	108,3	110,3	88,9	63,1	59,8	52,5
Темп зміни ланцюговий, %	-	108,3	101,8	80,6	71,0	94,8	87,7
Загальне кінцеве енергоспоживання	74004	75852	73107	69557	61460	50831	51645
Темп зміни базисний (базис - 2010р.), %	-	102,5	98,8	94,0	83,0	68,7	69,8
Темп зміни ланцюговий, %	-	102,5	96,4	95,1	88,4	82,7	101,6

енергоємності ВВП щодо кінцевого споживання коливався у межах від 0,206 тис. т н.е./млрд. міжнародних доларів (2010 р.) до 0,158 тис. т н.е./млрд. міжнародних доларів (2016 р.). Але, як свідчить аналіз, проведений вітчизняним ученим В.О. Баранніком, усе одно енергоємність ВВП Україні значно більша, ніж в інших країнах світу [1, с. 115].

Аналіз обсягів власного виробництва палива та енергії, показників споживання дає змогу зробити висновок про неефективне і нераціональне використання паливно-енергетичних ресурсів в

Концепція удосконалення економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах підвищення енергоефективності економік

Мета: визначення передумов, обґрунтування напрямів і визначення механізму реалізації економічного співробітництва з країнами ЄС на засадах підвищення енергоефективності економік

Передумови

- неефективне і нераціональне використання паливно-енергетичних ресурсів, особливо у сфері ЖКХ та бюджетній сфері;
- недостатня підтримка з боку держави проектів спрямованих на підвищення енергоефективності;
- високий рівень ризику інвестування коштів у енергетичні проекти у зв'язку з політичної та економічною нестабільністю;
- розроблення і реалізація Енергетичної стратегії України до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність».

Напрями співробітництва

- захист і заохочення інвестицій в енергетичну сферу;
- сумісне розроблення і впровадження проектів енергоефективності у сфері ЖКХ, промисловості, транспорту і бюджетній сфері;
- розроблення і реалізація проектів скорочення використання неефективних вугільних електростанцій і розширення використання поновлювальної енергетики.

Механізм реалізації

- впровадження на державному і місцевому рівнях, а також на підприємствах системи енергетичного менеджменту відповідно до підписаних міжнародних угод;
- формування енергоефективної свідомості у споживачів, заохочення до використання побутових приладів та освітлення з високими показниками енергоефективності;
- підвищення енергоефективності на етапі генерації електро- та теплоенергії, зниження втрат енергії при подальшій передачі і розподілі;
- забезпечення прозорості обліку виробництва і реалізації всіх форм енергії та паливно-енергетичних ресурсів;
- удосконалення управління діяльністю енергокомпаній, особливо дієвості контролю при формуванні цін на енергію.

Рис. 1. Концептуальна схема економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах енергоефективності

(розроблено авторами)

Таблиця 3

Динаміка загального рівня енергоємності в Україні за 2010–2016 рр. [4]

Роки	ВВП у ПКС 2011, млрд. міжнародних доларів	Кінцеве енерго споживання, тис. т н.е.	Енергоємність тис т н.е./ млрд. міжнародних доларів	Загальне постачання первинної енергії тис. т н.е.	Енергоємність тис т н.е./ млрд. міжнародних доларів
2010	358,9	74004	0,206	132308	0,368
2011	378,5	75852	0,200	126438	0,334
2012	379,4	73107	0,192	122488	0,322
2013	379,3	69557	0,183	115940	0,305
2014	354,5	61460	0,173	105683	0,298
2015	319,8	50831	0,159	90090	0,282
2016	327,2	51645	0,158	91658	0,280

Україні. Одним зі шляхів розв'язання зазначеної проблеми є розроблення і реалізація проектів підвищення енергоефективності.

Недостатність власних фінансових ресурсів вимагає від вітчизняних суб'єктів господарювання розширення співпраці з іноземними інвесторами. Але в останні роки економічна і політична ситуація в країні характеризується високим рівнем нестабільності, мінливістю і непередбачуваністю, що робить процес інвестування коштів у країну досить ризиковим, тому, враховуючи передумови й можливі напрями співробітництва України з країнами ЄС у сфері підвищення енергоефективності економік, важливими інструментами механізму реалізації вдосконалення економічного співробітництва є заходи щодо:

– впровадження енергетичного менеджменту як на рівні окремих підприємств, так і на рівні місцевого самоврядування та держави;

– формування енергосвідомості у споживачів: окремих домогосподарств, підприємств, бюджетних установ в організацій;

– зниження втрат енергії як на стадії генерації, так і подальших передачі і розподілу енергії;

– підвищення прозорості обліку виробництва і реалізації всіх видів енергії;

– підвищення ефективності контролю над діяльністю енергетичних компаній і формуванням тарифів на енергію.

На підставі визначених передумов, напрямів співробітництва і механізму реалізації представимо схематично концептуальні засади вдосконалення економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах енергоефективності (рис. 1).

В умовах подальшої реалізації інтеграційних процесів Україна повинна продемонструвати створення сприятливого клімату для інвестування коштів в енергетичні проекти, реалізацію стимулюючої податкової політики щодо енергоощадних програм і амортизації енергозберігаючого обладнання; вдосконалити системи обліку і контролю над виробництвом і споживанням паливно-енергетичних ресурсів, а також над обґрунтуванням енерготарифів; адаптувати вітчизняне законодавство до норм енергетичного законодавства країн ЄС. Як зазначено в Енергетичній стратегії України до 2035 р., планується знизити енергоємність ВВП із 0,28 т н.е./тис. дол. США до 0,13 [5, с. 19]. Вельми актуальними для України є залучення в енергетичну сферу суб'єктів малого і середнього бізнесу, які є більш мобільними за зміни умов господарювання, а також створення механізму розвитку місцевих енергетичних ініціатив. Звертаючи увагу на проблеми з фінансами вітчизняних підприємств доцільним є запровадження системи державних грантів. Реалізація заходів підвищення енергоефективності дасть змогу поліпшити ситуацію не тільки в енергетичній сфері України, а й створити підґрунтя для сталого розвитку економіки країни.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, за результатами аналізу і систематизації сучасних теоретико-методологічних положень підвищення енергоефективності економік обґрунтовано та запропоновано концептуальні положення вдосконалення економічного співробітництва України з країнами ЄС на засадах енергоефективності, де визначено й обґрунтовано передумови, сформульовано напрями співробітництва, охарактеризовано механізм їх реалізації. Напрямом подальших досліджень є розроблення інструментарію механізму реалізації запропонованих концептуальних засад.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бараннік В.О. Енергоємність ВВП держави: історичні паралелі та уроки для України. Стратегічні пріоритети. 2015. № 1 (34). С. 113–119.

2. Бондар-Підгурська О.В. Науково-методичні підходи до оцінки енергоефективності як фактору конкурентоспроможності промислової продукції в інноваційній моделі розвитку України. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2012. Вип. 22 (2). С. 75–83.

3. Дрожжин Д.Ю. Механізм державного регулювання енергоефективності в Україні. Державне будівництво. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_22. (дата звернення 01.03.2018).

4. Економічна статистика / Економічна діяльність / Енергетика. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 01.03.2018).

5. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 605-р від 18.08.2017. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250250456. (дата звернення 01.03.2018).

6. Енергетична ефективність України. Найкращі проектні ідеї: Проект «Професіоналізація та стабілізація енергетичного менеджменту в Україні» / Уклад.: С.П. Денисюк, О.В. Коцар, Ю.В. Чернецька. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2016. 79 с.

7. Назаров М.І. Енергоефективність та енергозбереження як ефективні інструменти підвищення конкурентоспроможності регіону. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. № 10. С. 84–89.

8. Афанасьєв М.В., Салашенко Т.І. Стратегія підвищення енергоефективності промисловості регіону: теоретико-методичні аспекти формування: монографія. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 284 с.

9. Тащеєв Ю.В. Енергоефективність: відновлювальні та не відновлювальні джерела енергії. Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. № 2 (57). С. 169–177.

10. Черепанова В.О. Енергоефективність економіки України: шляхи її підвищення. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/28676 (дата звернення 01.03.2018).

REFERENCES:

1. Barannik V.O. (2015) Energoyemnist VVP derzhavi: istorichni paraleli ta uroki dlya Ukraïni [Energy intensity of the state's GDP: historical parallels and lessons for Ukraine]. Strategic priority, 1(34), 113-119. (in Ukrainian)
2. Bondar-Pidgurska O.V. (2012) Naukovo-metodichni pidhodi do ocinki energoefektivnosti yak faktora konkurentospromozhnosti promislovoyi produkciyi v innovacijnij modeli rozvitku Ukrayini [Methodological approaches to assessment of energy efficiency as a factor of competitiveness of industrial production in the innovative development model of Ukraine]. The collection of scientific works of Kirovohrad national technical university. Economic sciences, 22 (2), 75-83. (in Ukrainian)
3. Drozhzhin D.Yu. (2012) Mehanizm derzhavnogo regulyuvannya energoefektivnosti v Ukrayini [State regulation mechanisms of energy efficiency in Ukraine]. State building, 2. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_22. (in Ukrainian)
4. Derzhavna sluzhba statistiki Ukrayini (2017) Ekonomichna statistika/ Ekonomichna diyalnist / Energetika [State Statistics Service of Ukraine. Economic statistics / Economic activity / Energy]. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua. (in Ukrainian)
5. Kabinet Ministriv Ukrayini (2017) Energetichna strategiya Ukrayini na period do 2035 roku “Bezpeka, energoefektivnist, konkurentospromozhnist” [Energy Strategy of Ukraine for the period up to 2035 “Safety, Energy Efficiency, Competitiveness”]. Retrieved from https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250250456. (in Ukrainian)
6. Denisyuk S. P., Kocar O.V., Chernecka Yu.V. (2016) Energetichna efektivnist Ukrayini. Krashi proektni ideyi [Energy efficiency of Ukraine. Best project ideas]. Kyiv: KPI, p. 48. (in Ukrainian)
7. Nazarov M.I. (2015) Energoefektivnist ta energozberezhennya yak efektivni instrumenti pidvishennya konkurentospromozhnosti region [Energy efficiency and saving as effective tools of increase of competitiveness of the region]. Scientific Herald of the International Humanitarian University, 10, 84-89. (in Ukrainian)
8. Afanasyev M. V., Salashenko T. I. (2014) Strategiya pidvishennya energoefektivnosti promislovosti regionu: teoretiko-metodichni aspekti formuvannya [Strategy of increasing energy efficiency of the region's industry: theoretical and methodical aspects of formation]. Kharkiv: Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics. (in Ukrainian)
9. Tasheyev Yu.V. (2015) Energoefektivnist: vidnovlyuvalni ta ne vidnovlyuvalni dzherela energiyi [Energy efficiency: renewable and non-renewable energy]. Bulletin of socio-economic research, 2(57), 169-177. (in Ukrainian)
10. Cherepanova V.O. (2010) Energoefektivnist ekonomiki Ukrayini: shlyahi yiyi pidvishennya [Energy efficiency of Ukraine's economy: ways to increase it]. National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”, 28 (1). Retrieved from https:// repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/28676. (in Ukrainian)

Hlushchenko Y.I.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of International Economics
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
Yashchuk D.A.
Student of Specialty “International Economics”
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

THE CONCEPT OF EXPANDING ECONOMIC COOPERATION OF UKRAINE WITH THE EU COUNTRIES ON THE BASIS OF INCREASING ENERGY EFFICIENCY

Analysis of volumes of own production of fuel and energy, consumption indicators allows us to make a conclusion about the ineffective and inefficient use of fuel and energy resources in Ukraine. Despite the priority of renewable energy and taking into account the integration processes with the EU countries, its share in the structure of own production of fuel and energy in Ukraine is still inconspicuous. The main source of energy in Ukraine remains nuclear one. The estimation of energy consumption indicators has shown that in Ukraine, there are large volumes of fuel and energy consumption in the unproductive sector of the economy – households. And despite a significant reduction of consumption volumes in the domestic sector in 2015 and 2016, in these particular years, the volumes of household consumption exceed the volumes of the industry.

Insufficiency of own financial resources for the implementation of measures of energy efficiency improvement requires from domestic economic entities to expand cooperation with foreign investors. But in recent years, the economic and political situation in the country is characterized by high level of instability, volatility, and unpredictability, which makes the process of investing in Ukraine quite risky.

One of the ways to solve these problems is to expand Ukraine’s economic cooperation with the EU countries on the basis of improvement of energy efficiency of the economies.

The main areas of cooperation of Ukraine with the EU countries in the field of energy efficiency should be: protection and promotion of investments in the energy sector; joint development and implementation of energy efficiency projects in the field of housing and public utilities, industry, transport, and the budget sphere;

elaboration and implementation of projects to reduce the use of inefficient coal-fired power plants and increase the use of renewable energy.

In the developed conceptual frameworks of the expansion of economic cooperation between Ukraine and the EU countries on the basis of energy efficiency increase, the mechanism of implementation is presented by the following measures: introduction of the system of energy management at the state and local levels, as well as at enterprises in accordance with signed international agreements; formation of energy-efficient consciousness among consumers, encouragement to the use of household appliances and lighting with high energy performance indicators; raise of energy efficiency at the stage of generation of electricity and heat, reduction of energy losses under further transmission and; ensuring the transparency of accounting of production and sale of all forms of energy and fuel and energy resources; improvement of management of the activity of power companies, especially the effectiveness of control during the formation of energy prices.

СИСТЕМА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ДОРАДНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІПШЕННЯ ДОБРОБУТУ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

AGRICULTURAL EXTENSION SYSTEM AS AN INSTRUMENT FOR IMPROVING THE RURAL POPULATION WELFARE

УДК 631.1:061.6:316.343.37

Довгань Л.І.
к.п.н., доцент, доцент кафедри
української та іноземних мов
Вінницький національний аграрний
університет
Довгань Ю.В.
асистент кафедри маркетингу
та аграрного бізнесу
Вінницький національний аграрний
університет

У статті розглянуто роль поширення знань та інформації у поліпшенні добробуту сільського населення, забезпеченні сталого розвитку сільських територій та підвищенні ефективності господарювання на селі. Наведено основні фактори, які забезпечують сталий розвиток сільських територій та поліпшення добробуту сільського населення. Окреслено проблемні питання формування ефективного механізму системи сільськогосподарського дорадництва та напрями їх вирішення. Охарактеризовано ключові складники системи сільськогосподарського дорадництва.

Ключові слова: *сільськогосподарське дорадництво, сільські території, сільське населення, добробут, знання, інформація, консультування, інновації.*

В статье рассмотрена роль распространения знаний и информации в улучшении благосостояния сельского населения, обеспечении устойчивого развития сельских территорий и повышении эффективности хозяйствования на селе. Приведены основные факторы, обеспечивающие устойчивое развитие сельских территорий и улучшение благосостояния сельского населения. Определены проблемные вопросы формирования эффективного механизма сельскохозяйственной информационно-консультационной системы и направления их решения. Охарактеризованы ключевые составляющие сельскохозяйственной информационно-консультационной системы.

Ключевые слова: *сельскохозяйственная информационно-консультационная деятельность, сельские территории, сельское население, благосостояние, знания, информация, консультирование, инновации.*

The article considers the role of knowledge and information dissemination for the improvement of the rural population welfare, support for sustainable development of rural areas and improvement of the farming efficiency in the rural areas. The main factors that ensure sustainable development of rural areas and improvement of the welfare of the rural population are presented. Problem issues of the formation of an effective mechanism of the agricultural extension system and ways of their solution are outlined. The key components of the agricultural extension system are characterized.

Key words: *agricultural extension, rural areas, rural population, welfare, knowledge, information, consulting, innovations.*

Постановка проблеми. Сільські території України займають 90% площі держави, на них проживає понад 31,5% населення. Створення умов для забезпечення комплексного розвитку сільських територій в інтересах суспільства передбачає раціональне формування конкурентоспроможного багатогалузевого і багатоукладного сільського господарства, диверсифікованої сільської економіки, сприятливого середовища проживання на основі нарощування людського і соціального капіталу та розвитку партнерства держави та бізнесу. Це дасть можливість реформувати систему управління розвитком сільських територій, активізувати ініціативність та відповідальність територіальних громад сіл, селищ, розширити сферу прикладання праці, збільшити доходи сільського населення і доступність базових послуг, нормалізувати демографічну ситуацію на переважній частині сільських територій [1].

Виконання кожного із зазначених завдань, на нашу думку, потребує відповідного інформаційно-освітнього супроводу. В Україні система сільськогосподарського дорадництва, яка здатна забезпечити такий супровід, формально задекларована на державному рівні [2; 3], однак ефективний практичний механізм функціонування даної системи не відпрацьований.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування системи розповсюдження знань у сільській місцевості, впровадження наукових досягнень, сучасних технологій та передового досвіду в сільськогосподарське виробництво для забезпечення сталого розвитку сільських територій та підвищення ефективності АПК під різними кутами розглянуто в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як О. Бородіна, М. Кновлес, М. Кропивко, Р. Корінець, Т. Кальна-Дубінюк, Л. Кудінова, Б. Свансон, О. Чаянов та ін. Проведений нами аналіз свідчить про широке різноманіття підходів до дослідження даної проблематики та наявність великої кількості рекомендацій фахівців щодо напрямів формування системи сільськогосподарського дорадництва в Україні та подолання наявних на цьому шляху проблем і перешкод. Недостатньо дослідженими, на нашу думку, залишаються складники ефективного механізму поширення знань та інформації в сільській місцевості в рамках національної системи сільськогосподарського дорадництва.

Постановка завдання. Метою статті є визначення системи сільськогосподарського дорадництва як важливого інструменту забезпечення поліпшення добробуту сільського населення та дослідження ключових складників даної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішність розвитку сільської місцевості залежить від комплексу взаємопов'язаних факторів

та вимагає прикладання вагомих зусиль насамперед до:

– підвищення якості життя сільського населення;

– охорони та збереження природних ресурсів у сільській місцевості;

– диверсифікації та розвитку сільської економіки;

– вдосконалення системи управління сільськими територіями;

– вдосконалення освіти та інформаційно-консультаційного забезпечення (інформаційне забезпечення сільського населення щодо перспектив підприємництва, доступу до кредитних ресурсів та сприяння інноваціям шляхом просування системи дорадництва до сільськогосподарських виробників тощо) [1].

Сталий розвиток будь-якої території визначається сукупністю соціально-економічних і природно-екологічних факторів. Основою врахування всіх факторів служить методологія системного аналізу, яка дає змогу розкрити ці фактори і виявити всі взаємозв'язки між ними. Тільки після цього можливе розроблення стратегії вирішення проблем сталого розвитку конкретної сільської території.

Всі фактори, що визначають умови та потенційні можливості розвитку сільської місцевості, можна розділити на чотири групи:

1. Виробничо-економічного розвитку, пов'язані з рівнем розвитку сільськогосподарського виробництва та його станом в умовах відкритого ринку, розвитком інших видів виробництва та сфери послуг, особливо зі станом постачання виробництва і торгівлі виробленою продукцією (регіональний маркетинг) тощо.

2. Соціально-економічного розвитку, пов'язані з населенням, його культурою і способом розселення, рівнем зайнятості і доходів, соціальним забезпеченням, сформованою інфраструктурою і тому подібним.

3. Збереження природної, культурної та духовної спадщини, пов'язане з об'єктами природи (земельними, водними та іншими природними ресурсами, особливими об'єктами живої природи і тому подібним), а також із пам'ятками архітектури, включаючи релігійні, й усім іншим, що становить історію краю, історію країни та становить інтерес, як для сьогодення, так і наступних поколінь людей.

4. Політики та інституційних перетворень, пов'язаних із відносинами володіння, розпорядження та користування землею, лісами, водними ресурсами, об'єктами виробництва, інфраструктурою та іншими ресурсами, які беруть участь у системі багатофункціонального розвитку сільських територій та пов'язані з організацією влади й управління на місцях [4].

У найбільш загальному вигляді метою і результатом сталого розвитку є добробут, який із позиції Міжнародної комісії з вимірювання економічного та соціального прогресу (International Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress) включає в себе: матеріальні життєво необхідні стандарти (дохід, споживання та багатство); здоров'я; освіту; особисті інтереси та види діяльності, включаючи працю; право політичного голосу та управління; соціальні зв'язки та взаємовідносини; навколишнє середовище (сьогоднішній стан та майбутній); безпеку (як в економічному сенсі, так й у фізичному) [5].

Основними елементами добробуту населення є:

– продукти (послуги). Добробут населення матеріалізується у конкретних видах продуктів і послуг, що виражають потреби місцевого населення і приносять вигоди у результаті їх виробництва;

– зайнятість і доходи. Створення робочих місць є однією з найважливіших стратегічних цілей розвитку сільських територій. У процесі створення робочих місць важливо співвідносити нові робочі місця з професійними характеристиками і запитами тих членів місцевої громади, які їх потребують;

– благоустрій – створення умов для зростання добробуту населення, задоволення його потреб: соціальних і матеріальних (охорона здоров'я, забезпечення продовольчими та іншими споживчими товарами та послугами, соціальне забезпечення, проблема безпеки), а також культурних і духовних (освіта, культура та відпочинок, естетика і суспільна моральність, релігійне життя) [4].

Сталий розвиток сільських територій нерозривно пов'язаний із вирішенням проблеми підвищення економічної ефективності суб'єктів господарювання аграрно-промислового комплексу, адже вони географічно та юридично функціонують у межах конкретної сільської території або ж тісно пов'язані між собою. Тільки комплексний підхід та досягнення збалансованості у розвитку соціального та економічного складників у сільській місцевості дадуть бажаний синергетичний ефект.

Реалізація такого підходу, на нашу думку, вимагає відповідного інформаційно-освітнього супроводу, оскільки й сільські жителі, й суб'єкти господарювання повинні мати для цього відповідні професійні знання та практичні навички, бути обізнаними та своєчасно проінформованими.

Знання звичайно можуть бути отримані за допомогою наявної мережі закладів формальної та неформальної освіти, завдяки самоосвіті інформація може бути отримана з різноманітних наявних джерел, але забезпечити безперервність та системність отримання освітніх та інформаційних послуг сільським населенням – споживачами інформаційно-освітніх послуг, спростити та зробити цей процес ефективнішим може тільки чітко вибудована інформаційно-освітня система.

Світовий досвід переконує, що успішним прикладом такої системи є існуючі у понад 130 країнах світу служби розповсюдження знань і досвіду (сільськогосподарського дорадництва, «Екстеншн», агроконсалтингу). У різних країнах такі служби хоча й створені на різних засадах (державні, приватні, громадські, змішані) з різними підходами до фінансування їхньої діяльності, однак мають принципово схожий механізм функціонування, використовують одну й ту ж методологію, подібні методики та методи сільськогосподарської дорадчої діяльності.

Основною метою такої діяльності є збільшення можливостей для людей, які проживають у сільській місцевості або/та працюють у сільському господарстві, адаптуватися до постійно змінних економічних, соціальних, політико-правових та екологічних умов навколишнього середовища, поліпшення доступу до засобів отримання доходів та навчання методам раціонального та сталого природокористування [6].

Сільськогосподарське дорадництво не лише дає змогу налагодити ефективні прямі та зворотні зв'язки в системі «держава – аграрна наука – аграрна освіта – аграрне виробництво – сільське населення» між джерелами та отримувачами інформації, постачальниками та споживачами ресурсів, збирачем та платниками податків, а й визначає для себе за домінуючу для досягнення ціль – поліпшення добробуту людини, сільського жителя та працівника. Така домінація, на нашу думку, є невід'ємною передумовою успішності як науки, освіти та виробництва, так і держави у цілому. Саме тому сільськогосподарське дорадництво здатне стати каталізатором у розвитку технологій, людського потенціалу, створенні соціального капіталу в сільській місцевості.

Досягнення поставлених цілей та виконання зазначених завдань у провідних країнах світу забезпечується відповідною інфраструктурою сільськогосподарського дорадництва, яка включає в себе інформаційно-довідкову, консультаційну, навчальну та інноваційну підсистеми [7].

Розглянемо зазначені підсистеми більш детально.

Інформація є одним із головних економічних ресурсів, а тому її пошук, своєчасне надання споживачу в найбільш сприйнятливій формі є пріоритетними завданнями в найближчій перспективі.

Про недостатність рівня інформаційного забезпечення сільських жителів та аграрних підприємств в Україні свідчать дані контактного центру Міністерства аграрної політики та продовольства. За даними звернень, більша частина респондентів (51,11%) цікавилася програмами державної підтримки сільського господарства. Консультації стосовно інших запитань (тарифів на ветеринарні послуги, ідентифікації тварин, ліцензування торгівлі отрутохімікатами тощо) були надані 42,22% респондентів. Для сільськогосподарських підприємств найбільш необхідною є інформація щодо відомостей про канали збуту сільськогосподарської продукції і ціни на неї – 72,4%; інформація про конкурентів – 64,7%; ціни на енергоносії і сільськогосподарську техніку – 40,6%; особливості участі в державних програмах і проектах – 68,3%. Серед респондентів, що телефонували до центру, 86,49% становили селяни, 10,81% – фермери та 2,7% – посадовці управлінь агропромислового розвитку [8].

Інформаційні послуги сільськогосподарських дорадчих служб виходячи з вищезазначених цілей та практичного досвіду дорадчої діяльності, у першу чергу мають надаватися з такого кола питань:

– інформування про державну аграрну політику та механізми її реалізації;

– технології виробництва тваринницької продукції та вирощування сільськогосподарських культур;

– аграрний менеджмент, аграрний маркетинг, бізнес-планування, бухгалтерський облік;

– регулювання відносин власності на землю та майно, правовий супровід економічної діяльності;

– лідерство, суспільна діяльність, економічний розвиток, соціальна інфраструктура, раціональне природокористування.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій сприяє швидкій передачі новітньої інформації та знань великій кількості споживачів, однак необхідно створити систему, яка буде спроможна забезпечити актуальність, системність, постійність та безперервність даного процесу.

Відсутність у сільських мешканців достатніх навичок застосування сучасних інформаційно-технічних і телекомунікаційних засобів виступає значним бар'єром на шляху інноваційного розвитку сільських територій, їх структурної диверсифікації та економічної модернізації. Вона також обмежує доступ сільськогосподарських підприємств до інноваційних та інформаційних технологій, знижуючи їхню конкурентоспроможність на ринку [9].

Консультаційна підсистема сільськогосподарського дорадництва покликана забезпечити надання допомоги споживачу у вигляді сформованих та наданих консультантом практичних науково обґрунтованих рекомендацій, що дасть змогу вирішити їхні конкретні проблеми, а також очікувати на те, що така сама чи подібна проблема в майбутньому буде або передбачена і попереджена або, в разі настання, вирішена споживачем самостійно без повторної допомоги консультанта.

Присутні в консультуванні навчальні елементи не дають того ефекту, який може бути забезпечений процесом безпосереднього навчання. Не володіючи додатковими знаннями, споживач інформаційно-консультаційних послуг не може

передбачити, попередити або вирішити проблеми, відмінні від тих, які вже допомагав вирішувати консультант дорадчої служби. Необхідним є не тільки сприйняття інформації консультанта, а й генерація нових знань, їхня оцінка та селекція. Розповсюдження інформації та консультування обов'язково супроводжується отриманням не лише вже відомих, а й створенням нових корисних знань.

Зазначимо, що формування навчальної підсистеми сільськогосподарського дорадництва має специфіку, яка полягає в особливостях організації процесу та використання методик навчання дорослих (андрагогіка), і без залучення висококваліфікованих освітянських кадрів, які володіють відповідним досвідом педагогічної роботи на відміну від професіоналів-практиків буде досить ускладнено. Окремої особливої уваги потребує дорадча робота з дітьми та молоддю.

Надзвичайно важливим є ще один ефект, який досягається завдяки дорадчій діяльності – поширення та впровадження у практику господарювання новацій, сучасних досягнень науки, техніки і технологій, тобто функціональне забезпечення інноваційного розвитку сільських територій. Інноваційна підсистема сільськогосподарського дорадництва виконує саме цю функцію.

Джерелом новацій можуть виступати різні суб'єкти, але передусім ним має бути національна фундаментальна та прикладна наука. У провідних країнах світу науково-дослідна робота, підтримувана державою, зумовила значну частку досліджень та відкриттів, які створили нові технологічні методи, з подальшим запровадженням їх у сільськогосподарську практику. Потрібно визнати, що фінансові ресурси, які були спрямовані нашою державою в національну аграрну науку, належного ефекту не дали, оскільки:

1) об'єктивно вони були суттєво нижчими за мінімально необхідний рівень;

2) механізм перетворення українських новацій в інновації є досить складним;

3) наукові дослідження досить часто були відірвані від виробництва.

У регіональних та місцевих сільськогосподарських дорадчих службах працюють «польові агенти», які безпосередньо спілкуються як із виробниками, так і з науковцями, займаються організацією їхньої взаємодії та завдяки актуальній інформації і швидкому зворотному зв'язку здатні зняти дану проблему. Більше того, чим більше освітян буде співпрацювати із сільськогосподарською дорадчою службою та науковцями як експертами-дорадниками, тим більш наближеною до реалій часу буде й аграрна освіта. Налагодження ефективної співпраці науково-дослідних установ, закладів освіти та суб'єктів господарювання є ще однією із цілей сільськогосподарського дорадництва.

Необхідно зазначити, що освітні послуги та інформація, які надаються через систему сільськогосподарського дорадництва, мають лише рекомендаційний характер, тобто їх фізичне отримання не обов'язково означає повне сприйняття та обов'язкове використання споживачем. Це суттєво залежить від того, чи споживач має зацікавленість в отриманні інформації, довіру до джерела інформації та каналу її отримання, відповідні знання, вміння та навички для її використання, що потребує високої уваги під час формування кадрового складу сільськогосподарських дорадчих служб.

З-поміж інших моделей Україною вибрана та задекларована державна система сільськогосподарського дорадництва. Світовий досвід свідчить, що на стадії створення та становлення саме така модель є найбільш прийнятною, однак вона передбачає значну державну фінансову підтримку.

Обсяги та форми фінансування сільськогосподарського дорадництва в Україні не відповідають потребам сьогодення. Норми чинного національного законодавства щодо державного фінансування не виконуються, але не стільки у зв'язку з економічною ситуацією в країні, скільки через відсутність чіткого та зрозумілого механізму їхнього виконання.

Рекомендації науковців щодо створення системи поширення знань та інформації в сільській місцевості є хоча й обґрунтованими, проте досі залишаються нереалізованими. Зобов'язання ж, взяті Україною в Угоді про асоціацію з Європейським Союзом, вимагають термінового перегляду підходів представників органів державної влади до формування системи національного сільськогосподарського дорадництва та пропонованого механізму її функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективна система сільськогосподарського дорадництва дасть змогу забезпечити підвищення рівня знань та вдосконалення навичок прибуткового ведення господарства сільськими жителями та суб'єктами господарювання. Широкі можливості вона надає для здобуття нових знань та інформації для споживачів інформаційно-освітніх послуг на селі, які відкривають доступ до інтелектуальних, культурних цінностей, розширюють їхній світогляд, поглиблюють професіоналізм, формують компетенції, а в кінцевому підсумку допомагають у працевлаштуванні, кар'єрному зростанні, збільшенні доходів і, відповідно, поліпшенні добробуту сільського жителя та працівника.

Формально розпочате з прийняттям у 2004 р. Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» формування механізму функціонування системи національного сільськогосподарського дорадництва досі не завершено, тому існує об'єктивна необхідність у консолідації наукових пошуків та практичних зусиль для вирішення

проблеми створення ефективної моделі системи поширення знань та інформації в сільській місцевості України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про затвердження концепції розвитку сільських територій: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 995-р від 23 вересня 2015 р. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/ show/995-2015-%D1%80.

2. Про затвердження Концепції формування державної системи сільськогосподарського дорадництва: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 1098–р від 31 жовтня 2011 р. URL: http://zakon5.rada.gov.ua /laws/show/1098-2011-%D1%80.

3. Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції формування державної системи сільськогосподарського дорадництва на період до 2015 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 303-р від 23 травня 2012 р. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas.

4. Брояка А.А. Організація моніторингу інформаційно-консультаційної діяльності в сільському господарстві: монографія. Вінниця: Едельвейс і К, 2011. 280 с.

5. Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress / J. Stiglitz, A. Sen, J. Fitoussi. CMEPSP. 2009. September, 14.

6. Swanson B.E. Global Review of Good Agricultural Extension and Advisory Service Practices. Rome: FAO, 2010. 96 p.

7. Основи аграрного консалтингу: підручник / М.Ф. Кропивко, Т.П. Кальна-Дубінюк, М.Ф. Безкровний, І.М. Криворучко. К.: Освітня книга, 2006. 224 с.

8. Прощаликіна А.М., Дудник О.С. Напрями вдосконалення інформаційно-консультаційного забезпечення аграрного підприємництва в регіонах. Вісник Черкаського університету. 2016. № 4. С. 55–62.

9. Grosse T.G. Rozwoj infrastruktury telekomunikacyjnej a budowa kapitału intelektualnego na obszarach wiejskich. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, 2010. 28 s.

REFERENCES:

1. Kontseptsiia rozvytku silskykh terytorii. (2015), [Concept of rural development]. – Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995-2015-%D1%80. (in Ukrainian)

2. Kontseptsiya formuvannia derzhavnoi systemy silskohospodarskoho doradnytstva. (2011), [Concept of formation of the state system of agricultural extension]. – Available at: URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1098-2011-%D1%80. (in Ukrainian)

3. Plan zakhodiv shchodo realizatsii Kontseptsii formuvannia derzhavnoi systemy silskohospodarskoho doradnytstva na period do 2015 roku. (2012), [Plan for implementation of the concept of formation of the state agricultural extension system]. – Available at: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas. (in Ukrainian)

4. Broiaka A.A. (2011), Orhanizatsiia monitorynhu informatsiino-konsultatsiinoi diialnosti v silskomu hospodarstvi. [Organization of monitoring of agricultural extension]. Vinnytsia: PP “Edelveis i K”. (in Ukrainian)

5. Stiglitz J., Sen A. and Fitoussi J. (2009), Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress. CMEPSP. (in English)

6. Swanson B.E. (2010), Global Review of Good Agricultural Extension and Advisory Service Practices. Rome: FAO. (in English)

7. Kropyvko M.F., Kalna-Dubiniuk T.P., Bezkrovnyi M.F., Kryvoruchko I.M. (2006), Osnovy ahrarnoho konsaltynhu [Bases of agrarian consulting]. Kyiv: Osvitnia knyha. (in Ukrainian)

8. Proshchalykina A.M. and Dudnyk O.S. (2016), Napriamy vdoskonalennia informatsiino-konsultatsiinoho zabezpechennia ahrarnoho pidpryiemnytstva v rehionakh. [Directions of improvement of the information and consulting support for agribusiness in the regions]. Bulletin of Cherkasy University, No. 4, pp. 55 – 62. (in Ukrainian)

9. Grosse T.G. (2010), Rozwoj infrastruktury telekomunikacyjnej a budowa kapitału intelektualnego na obszarach wiejskich. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. (in Polish)

Dovhan L.I.
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Ukrainian and Foreign Languages Department
Vinnytsia National Agrarian University
Dovhan Y.V.
Assistant Lecturer at Marketing and Agribusiness Department
Vinnytsia National Agrarian University

AGRICULTURAL EXTENSION SYSTEM AS AN INSTRUMENT FOR IMPROVING THE RURAL POPULATION WELFARE

Rural areas occupy 90% of the country's territory, with over 31.5% of the rural population. Providing conditions for the integrated development of rural areas for the benefit of society involves the rational formation of competitive multidisciplinary and multidisciplinary agriculture, diversified rural economy, favourable living environment based on the growth of human and social capital and development of a partnership between the state and business.

The success of rural development depends on a complex of interrelated factors and requires considerable efforts. Generally, the goal and outcome of sustainable development is the welfare, which, according to the International Commission for the Measurement of Economic and Social Progress, includes: material living standards (income, consumption and wealth); health; education; personal interests and activities, including labour; the right of political voice and governance; social relationship and interrelations; the environment (current and future state); safety (both economic and physical).

The world experience convinces successful activities of the Extension Services operating in more than 130 countries throughout the world.

In Ukraine, an agricultural extension system, which is to provide information and educational support for the implementation of these objectives, is formally declared at the state level, but the effective practical mechanism of functioning of this system has not been developed.

Agricultural extension enables both to establish effective direct and feedback links within the system "State – Agrarian Science – Agrarian Education – Agrarian Production – Rural Population" between the sources and recipients of information, suppliers and consumers of resources, collectors and taxpayers and to set the goal of improvement of the well-being of a person, rural dweller and employee as a leading one. In our opinion, such domination is an essential condition for the success of the science, education and production, and the state as a whole.

Achievement of the set goals and fulfilment of the specified objectives in the leading countries of the world are ensured by the corresponding infrastructure of agricultural extension, which includes information, consulting, training and innovation subsystems.

НАСЛІДКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ДЛЯ ПРИЙМАЮЧИХ КРАЇН: ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

THE EFFECTS OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS' ACTIVITIES FOR THE HOST COUNTRIES: ECOLOGICAL AND ECONOMIC ASPECTS

УДК:339.9

Кривонос К.О.
к.е.н., доцент кафедри економіки
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Статтю присвячено дослідженню впливу діяльності транснаціональних корпорацій на економіки та екологію приймаючих країн. Для досягнення поставлених цілей було використано метод порівняльного аналізу, який дав змогу проаналізувати еколого-економічні наслідки діяльності транснаціональних корпорацій для національних економік приймаючих країн. Визначено необхідні економічні заходи державного екологічного регулювання діяльності ТНК. Доведено необхідність державного втручання у регулювання «конфлікту інтересів» суб'єктів транснаціоналізації. Для максимізації переваг та зниження негативних наслідків діяльності ТНК для приймаючих країн обґрунтовано необхідні заходи державного регулювання.

Ключові слова: *транснаціональна корпорація, державне регулювання, транснаціоналізація, екологічний менеджмент, економічна безпека.*

Статья посвящена исследованию влияния деятельности транснациональных корпораций на экономики и экологию принимающих стран. Для достижения поставленных целей использовался метод сравнительного анализа, что позволило проанализировать эколого-экономические последствия деятельности транснациональных корпораций для национальных экономик принимающих стран. Определены необходимые экономические меры государственного экологического регулирования деятельности ТНК. Доказана необходимость государственного вмешательства в регулирование «конфликта интересов» субъектов транснационализации. С целью максимизации преимуществ и снижения негативных последствий деятельности ТНК для принимающих стран обоснованы необходимые меры государственного регулирования.

Ключевые слова: *транснациональная корпорация, государственное регулирование, транснационализация, экологический менеджмент, экономическая безопасность.*

The article is devoted to the research of the transnational corporations' influence on the economy and environment of the host countries. With the aim to achieve the set goals, the method of comparative analysis was used. The usage of this method enabled us to analyse the ecological and economic effects of the transnational corporations' activities for the national economies of the host countries. The necessary economic measures of the government's ecological regulation of the TNCs activity were determined. The importance of the government interference in the regulation of "conflict of interests" of transnationalization subjects was proved. With the aim to maximize the benefits and to decrease the negative effects of the TNCs activity for the host countries, the necessary measures of government regulation were substantiated.

Key words: *transnational corporation, government regulation, transnationalization, environmental management, economic security.*

Постановка проблеми. Транснаціональні корпорації як великі виробничо-збутові об'єднання відіграють провідну роль у процесі інтернаціоналізації виробництва. ТНК за своїм економічним впливом часто перевершують держави. Впливаючи на економіки країн-реципієнтів, діяльність транснаціональних корпорацій здійснює вплив і на їх екологію. Потреби людей безмежні, водночас блага, здатні задовольнити потреби людини, у природі в готовому вигляді зустрічаються нечасто. Для виробництва благ використовуються економічні ресурси, одним з основних складників яких є ресурси природи. Тобто задоволення потреб людей передбачає використання ресурсів природи. І чим інтенсивніше процес виробництва, тим інтенсивніше використання природних ресурсів. Економічний розвиток та екологічні зміни є взаємозалежними та взаємопов'язаними. Досягнення економічного зростання вимагає використання природних ресурсів, що призводить до їх винищення. Активізація виробничої діяльності є чинником збільшення викидів парникових газів, що призводить до забруднення навколишнього середовища. Це, своєю чергою, є чинником виникнення економічних проблем, оскільки призводить до збільшення видатків на охорону здоров'я для країни та на пошук нових джерел ресурсів й їх додаткове очищення (наприклад, води) для товаровиробників.

На відміну від розвинених країн країни, що розвиваються, не приділяють достатньої уваги державному регулюванню екологічної діяльності ТНК, які діють на їх території. Подальше ігнорування необхідності такого регулювання матиме негативні економічні наслідки для країн – реципієнтів ТНК, зокрема призведе до знищення природних ресурсів та втрати конкурентних переваг таких країн на світовому ринку. Саме тому приймаючим країнам необхідно розробляти заходи щодо підвищення своєї екологічної безпеки як чинника формування економічної безпеки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених присвячують свої наукові роботи дослідженню впливу транснаціональних корпорацій на економіку та стан екології країн-реципієнтів, серед яких: І. Герасимчук [1], Н. Карасьова [2], В. Косьміна [9], Е.М. Лимонова [3], Л.І. Михайлишин [4], І.В. Пономаренко [6], О.І. Рогач, Н.В. Руденко [10], І.Л. Сазонець [11], А.В. Слюсаренко [12], G. Zucman [16].

Наслідки впливу діяльності ТНК на приймаючі країни не обмежуються лише економічним впливом. Важливим залишається вирішення питання забезпечення екологічної безпеки країн – реципієнтів ТНК. Незважаючи на велику кількість публікацій науковців та міжнародних організацій, дослідження наслідків діяльності транснаціональних корпорацій для країн-реципієнтів саме в еколого-економічному аспекті залишаються недостатньо висвітленими.

Постановка завдання. Дослідження присвячене визначенню еколого-економічних наслідків діяльності транснаціональних корпорацій для країн-реципієнтів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Активізація розвитку ТНК припадає на середину 80-х років. Нині у світі функціонують близько 83 тис. ТНК, які мають більше 825 тис. філій за межами країни базування. Крім того, ТНК мають велику кількість компаній-партнерів серед представників місцевого бізнесу в приймаючих країнах [12]. Так, за даними Світового банку, у 2014 р. серед ста найбільших економік світу було представлено 37 країн та 63 ТНК, у 2015 р. – 31 країна та 69 ТНК [14]. Розвиток міжнародної діяльності ТНК сприяє розвитку міжнародних економічних відносин між країнами та визначає розвиток світової економіки у цілому. Діяльність ТНК впливає на національні економіки приймаючих країн та країн базування, на населення цих країн, на умови ведення бізнесу для інших суб'єктів господарювання. Водночас інтереси ТНК можуть бути протилежно різними інтересам інших суб'єктів.

ТНК є активними учасниками процесу глобалізації. Процес глобалізації нерозривний із процесом транснаціоналізації. На думку Н. Карасьової, транснаціоналізація являє собою таку організацію виробничого процесу, в якому різні стадії виробництва будь-якого продукту можуть відбуватися в різних країнах, зазвичай для зменшення витрат. У результаті транснаціоналізації у світовій економіці посилюється роль транснаціональних корпорацій, які в сучасних умовах стають найбільш впливовою формою міжнародного бізнесу [2]. О. Рогач уважає, що транснаціоналізація являє собою процес посилення світової інтеграції в результаті глобальних операцій ТНК [9]. На думку Л. Михайлишин, транснаціоналізація світової економіки являє собою процес розширення міжнародної діяльності компаній та установ промислового, фінансового спрямування, сфери послуг, їх вихід за рамки географічних кордонів країн, що призводить до перетворення національних компаній у транснаціональні за рахунок поглинання компаній інших країн, створення спільних компаній, залучення іноземних інвестицій, довгострокової науково-технічної кооперації тощо. Це призводить до отримання доступу до додаткових джерел фінансового капіталу, нових технологій та інновацій, сучасного організаційно-управлінського досвіду [4].

Учасників процесу транснаціоналізації можна поділити на три групи: суб'єкти господарської діяльності, тобто ТНК, які виступають іноземними інвесторами; країни – реципієнти ТНК та країни їх базування; суспільство, тобто населення та національні суб'єкти господарювання [9]. Дійсно, існує «конфлікт інтересів» суб'єктів транснаціоналізації. Наприклад, для ТНК, які виступають іноземними інвесторами, економічний інтерес проявляється у зростанні рівня прибутку через забезпечення свого виробництва дешевими та якісними ресурсами (трудовими, природними), зменшення податкового навантаження, захоплення ринку збуту тощо. Водночас це є протилежним інтересам інших учасників транснаціоналізації. Такий «конфлікт інтересів» вирішується заходами державного та суспільного регулювання діяльності ТНК на території країн-реципієнтів.

У табл. 1 представлено першу десятку найбільших ТНК світу. Можемо бачити, що практично всі зазначені у першій десятці рейтингу Fortune Global 500–2017 ТНК використовують природні ресурси для забезпечення своєї діяльності та здійснюють прямий вплив як на економічні показники, так і на стан екології країн-реципієнтів.

Галузева структура ста найбільших ТНК світу включає: 21 ТНК – хімія та фармацевтика; 18 ТНК – електронна та електротехнічна промисловість; 14 ТНК – автомобілебудування; 13 ТНК – нафтопереробка; 9 ТНК – харчова промисловість; 7 ТНК – представлені у декількох галузях [5].

Регулювання екологічної діяльності ТНК провадиться на міжнародному рівні (звіти міжнародних державних та недержавних організацій, Кіотський протокол, Рамкова конвенція ООН про зміни клімату), державному рівні (введення податку Пігу, проведення державних екологічних експертиз, державне ліцензування, стандартизація та сертифікація, квотування) та міжфірмовому рівні (тобто на рівні кожної окремої ТНК або їх об'єднань, зокрема проведення екологічного аудиту, запровадження екологічної політики та екологічного менеджменту, екологічне страхування).

Визначимо наслідки діяльності ТНК для країн-реципієнтів. Необхідно відзначити, що ми навмисне не поділяємо наслідки впливу на позитивні та негативні, оскільки маємо на меті розглянути такі наслідки у їх взаємозв'язку та взаємовпливі.

Зростання податкових надходжень. Особливо для країн, що розвиваються, податкові надходження є одним з основних джерел формування бюджету. Водночас доволі часто ТНК використовують податкові гавані для ухилення від оподаткування. Помилково недооцінювати важливість регулювання питання податкової звітності ТНК у податкових гаванях, оскільки ТНК можуть майже

Таблиця 1

Найбільші ТНК за рівнем доходу

Місце у рейтингу	Компанія	Країна базування	Дохід (млн. USD)	Прибу-ток (млн. USD)	Активи (млн. USD)	Кількість працюючих (осіб)	Сфера діяльності
1	Walmart	U.S.	485,873	13,643.0	198,825	2,300,000	Роздрібна торгівля
2	State Grid	China	315,199	9,571.3	489,838	926,067	Енергетика, комунальні послуги
3	Sinopec Group	China	267, 518	1,257,9	310,726	713,288	Енергетика, нафтопереробка
4	China National Petroleum	China	262,573	1,867.5	585,619	1,512,048	Енергетика, нафтопереробка
5	Toyota Motor	Japan	254,694	16,899.3	437,575	364,445	Автомобілебудування
6	Volkswagen	Germany	240,264	5,937.3	432,116	626,715	Автомобілебудування
7	Royal Dutch Shell	Netherlands	240,033	4,575.0	411,275	89,000	Енергетика, нафтопереробка
8	Berkshire Hathaway	U.S.	223,604	24,074.0	620,854	367,700	Фінанси та страхування
9	Apple	U.S.	215,639	45,687.0	321,686	116,000	Комп'ютери та офісне обладнання
10	Exxon Mobil	U.S.	205,004	7,840.0	330,314	72,700	Енергетика, нафтопереробка

Джерело: складено на основі [13]

повністю уникнути оподаткування. У [16] розглядаються питання впливу існування податкових гаваней на світову економіку та фіскальну систему США, зокрема через ухилення ТНК від оподаткування. Зокрема, зазначено, що внаслідок знищення податкових гаваней доходи США від оподаткування ТНК зросли б приблизно на 20%. Для ухилення від оподаткування ТНК часто зловживають трансфертним ціноутворенням. Це сприяє недоотриманню податкових надходжень країнами – реципієнтами ТНК.

Науково-технічний прогрес, упровадження інновацій у виробництво сприяють модернізації та розширенню експортоорієнтованих виробництв та підвищенню конкурентоспроможності країни на світовому ринку. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції сприяє розширенню ринків її збуту.

Експортна конкурентоспроможність країни є одним із важливих показників у ефективності її інтеграції в світове господарство та адаптації до сучасної глобальної економіки [9]. Оскільки індикаторами експортної конкурентоспроможності країни виступають кількість ринків збуту та міжнародна конкурентоспроможність підприємств даної країни, диверсифікована структура експорту, темпи економічного зростання, зростання частки високотехнологічного експорту, в той час, коли іноземні ТНК на території країн-реципієнтів, як правило, цікавить досягнення власних економічних інтересів, які можуть суперечити інтересам країни-реципієнта (наприклад, розвиток капіталомістких виробництв, монополізація внутрішнього ринку тощо), досягнення експортної конкурентоспроможності повинно здійснюватися не за рахунок ТНК, які діють на ринку країни-реципієнта, а на основі розвитку власних підприємств.

Для країн, курс національних валют яких є залежним від світових резервних валют, зокрема долара США, серед яких у Україна, зростання експорту створює приплив іноземної валюти, внаслідок чого курс національної валюти зростає. Також науково-технічний прогрес та впровадження інновацій у виробництво можуть бути чинниками підвищення екологічності виробництва.

Розміщуючи виробництво в країнах, що розвиваються, ТНК часто використовують застаріле обладнання, а робітники працюють у гірших умовах порівняно з робітниками аналогічної ТНК у розвинених країнах. Як правило, в країнах, що розвиваються, ТНК приваблюють доступ до дешевої робочої сили та дешевих природних ресурсів, а також споживчий ринок, який унаслідок низької конкурентоспроможності національних підприємств майже повністю контролює ТНК, не даючи змоги національним підприємствам розвиватися.

Діяльність ТНК може бути чинником погіршення екологічної ситуації в країні-реципієнті. Уряди країн, що розвиваються, часто нехтують екологічними вимогами до діяльності ТНК. Водночас ТНК користуються цим та розміщують на їх території екологічно небезпечні виробництва. До наслідків діяльності ТНК можна віднести численні екологічні злочини, вартість ліквідації негативних наслідків яких впливає й на економічне становище країни-реципієнта.

Рис. 1. Динамічна модель економічного зростання за допомогою ТНК

Джерело: побудовано на основі [9] та доповнено автором

Підвищення конкурентоспроможності країни за рахунок розміщення виробництв іноземних ТНК може мати негативні наслідки для національних товаровиробників. ТНК мають можливість суттєво знижувати ціни під час виходу на ринок, поліпшуючи, таким чином, свої конкурентні позиції та знижуючи конкурентні позиції національних товаровиробників. Це може бути чинником монополізації економіки країни-реципієнта.

Водночас в умовах посилення міжнародної конкуренції ТНК усе частіше розвивають партнерські відносини з місцевими компаніями, створюючи спільні підприємства, що сприяє науково-технічному прогресу внаслідок упровадження нових технологій, стандартів управління та є чинником підвищення конкурентоспроможності національних товаровиробників [4]. Зважаючи на те, що прямі іноземні інвестиції є найбільш простим способом розширення експортного виробництва, країни часто використовують активи ТНК для активізації власного експорту.

Сприяння реструктуризації економіки. Головним завданням економіки є задоволення потреб споживачів. Тобто компанії повинні виробляти товари, які користуються попитом. Так, ТНК змінюють структуру видів економічної діяльності країн-реципієнтів відповідно до кон'юнктури світової економіки, яка визначає попит та пропозицію на товари та послуги. Найбільш стрімко розвиваються сектори економіки із швидким оборотом капіталу та сектори економіки, які забезпечені ринками збуту [6]. Водночас ми можемо бачити підвищення попиту на «екологічне виробництво». Позитивне сприйняття виробника як екологічно відповідального сприяє підвищенню попиту та його продукцію навіть за умов підвищення цін. У сучасних умовах господарювання ведення екологічно відповідальної діяльності є чинником підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на світовому ринку.

Зростання обсягів світового виробництва є чинником зростання використання природних ресурсів та, як наслідок, зменшення їх кількості, зниження їх якості та забруднення довкілля. Діяльність ТНК здебільшого призводить до негативного впливу на навколишнє середовище. Державне регулювання діяльності ТНК у країнах-реципієнтах повинно бути спрямоване на зміну характеру діяльності ТНК у напрямі підвищення екологізації їх діяльності, переходу від ресурсо- та енерговитратного виробництва до ресурсо- та енергозберігаючого, переходу до використання відновлюваних ресурсів та джерел енергії. Держава екологічна політика повинна бути спрямована на мотивацію ТНК до ведення екологічно відповідальної діяльності через створення системи пільгового оподаткування та кредитування.

Наслідки діяльності ТНК для країн-реципієнтів можуть бути як позитивними, так і негативними. З одного боку, країна-реципієнт отримує суттєві економічні переваги внаслідок притоку іноземних інвестицій. З іншого – діяльність ТНК спрямована на досягнення інтересів власників, які можуть суперечити економічним та екологічним інтересам країни-реципієнта. Оцінюючи наслідки діяльності ТНК, необхідно брати до уваги не лише економічні

вигоди, а й екологічні втрати, які несе країна внаслідок погіршення стану навколишнього середовища.

Державне регулювання діяльності ТНК у країнах-реципієнтах повинно бути спрямоване на зменшення кількості екологічно небезпечних виробництв, зокрема з використанням економічних бар'єрів. Зокрема, залучати ТНК, діяльність яких є потенційно небезпечною для екології, до участі у державних програмах захисту навколишнього середовища; зобов'язувати такі ТНК постійно підвищувати рівень екологічної безпеки виробництва та проведення незалежних екологічних аудитів [7]. Ураховуючи те, що ТНК провадять господарську діяльність у багатьох країнах і часто використовують відмінності в екологічному законодавстві різних країн (наприклад, розвинених та країн, що розвиваються), доцільним було б створення єдиних світових норм екологічної відповідальності ТНК та підприємств, пов'язаних із ними різними договірними відносинами [3].

Висновки з проведеного дослідження. Для отримання найбільших переваг для країн-реципієнтів від присутності ТНК є доцільним:

– забезпечення екологічної безпеки держави шляхом запровадження світових стандартів екологічного менеджменту;

– розвиток ринку органічних товарів. У сучасних умовах підвищення попиту на екологічно чисту продукцію та продукцію екологічно та соціально відповідальних компаній особливо актуальне для країн – експортерів сільськогосподарської продукції;

– налагодження екологічного співробітництва з країнами світу, що дасть змогу приймати участь у міжнародних екологічних проектах та переймати світовий досвід у галузі охорони навколишнього середовища;

– чітко регламентувати вимоги щодо екологічної відповідальності ТНК;

– уведення жорстких обмежень та штрафів для ТНК, які порушують умови екологічно відповідальної діяльності;

– перехід до використання ресурсозберігаючих технологій, відновлюваних ресурсів та вторинної сировини. ТНК повинні бути залучені до фінансування екологічних проектів у приймаючих країнах.

Перспектива досліджень у даному напрямі полягає у доцільності вивчення впливу ТНК на екологічну безпеку як чинника економічної безпеки держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасимчук И. Экологическая практика транснациональных корпораций. М.: Всемирный фонд дикой природы (WWF), 2007. 92 с.

2. Карасьова Н. Транснаціоналізація економічних процесів та її вплив на Україну. URL: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/7-karasyova.pdf.

3. Лимонова Е.М. Державне регулювання діяльності ТНК в екологічній сфері. Академічний огляд. 2016. № 1(44). С. 143–149.

4. Михайлишин Л.І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект: монографія. Вінниця: ДонНУ, 2016. 314 с.

5. Овчинніков К.Д., Лободзинська Т.П. Транснаціональні корпорації та їх вплив на економіку України. URL: http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/4_2016/09.pdf.

6. Пономаренко І.В. Вплив діяльності транснаціональних корпорацій на економіку України. Ефективна економіка. 2013. № 2. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6197/1/ВПЛИВ%20ДІЯЛЬНОСТІ%20ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ%20КОРПОРАЦІЙ%20НА%20ЕКОНОМІКУ%20УКРАЇНИ.pdf.

7. Приварникова І.Ю., Галенко А.В. Оцінка економічного регулювання екологічної складової діяльності ТНК у країнах-реципієнтах. Наукові записки. Серія «Економіка». Вип. 14. С. 246–254

8. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: підручник. К.: Либідь, 2005. 720 с.

9. Рогач О., Косьміна В. Транснаціональні корпорації та експорт нових індустріальних країн Азії. К.: Центр учбової літератури, 2016. 256 с.

10. Руденко Н.В., Смеречанська Х.В. Діяльність транснаціональних корпорацій в транскордонному екологічному просторі. URL: http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/SR/article/viewFile/4668/4786.

11. Сазонець І.Л. Посилення ролі ТНК: позитивні та негативні наслідки. URL: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1499/1/13.pdf.

12. Слюсаренко А.В. Вплив Транснаціональних корпорацій на економіку України. URL: http://global-national.in.ua/archive/17-2017/21.pdf.

13. Fortune global 500 2017. URL: http://fortune.com/global500/list/.

14. The world's top 100 economies: 31 countries; 69 corporations. URL: https://blogs.worldbank.org/publicsphere/world-s-top-100-economies-31-countries-69-corporations.

15. World economic forum. URL: http://reports.weforum.org.

16. Zucman Gabriel The hidden wealth of nations: the scourge of tax havens / Gabriel Zucman; translated by Teresa Lavender Fagan; with a foreword by Thomas Piketty. The University of Chicago Press, 2015.

REFERENCES:

1. Gerasimchuk I. (2007) Ekologicheskaya praktika transnatsional'nykh korporatsiy [Environmental Practice of Transnational Corporations]. Moscow: WWF. (in Russian)

2. Karasova N. Transnatsionalizatsiia ekonomichnykh protsesiv ta yii vplyv na Ukrainu [Transnationalization of economic processes and its impact on Ukraine]. Available at: http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/7-karasyova.pdf (accessed 29.03.2018).

3. Lymonova E. M. (2016) Derzhavne rehuliuvannia diialnosti TNK v ekolohichnii sferi [State regulation of the activities of TNCs in the environmental sphere]. Academic review, no 1(44), pp.143-149.

4. Mykhailyshyn L. I. (2016) Transnatsionalizatsiia svitovoi ekonomiky: innovatsiinyi aspect [Transnationalization of the world economy: an innovative aspect]. Vinnitsa: DonNU. (in Ukrainian)

5. Ovchynnikov K. D., Lobodzynska T. P. (2016) Transnatsionalni korporatsii ta yikh vplyv na ekonomiku Ukrainy [Transnational corporations and their influence on the economy of Ukraine]. Available at: http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/4_2016/09.pdf (accessed 29 March 2018).

6. Ponomarenko I. V. (2013) Vplyv diialnosti transnatsionalnykh korporatsii na ekonomiku Ukrainy [Influence of transnational corporations on the economy of Ukraine]. Efektyvna ekonomika (electronic journal), no.2. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6197/1/ВПЛИВ%20ДІЯЛЬНОСТІ%20ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ%20КОРПОРАЦІЙ%20НА%20ЕКОНОМІКУ%20УКРАЇНИ.pdf (accessed 29 March 2018).

7. Pryvarnykova I. Yu., Galenko A. V. (2010) Otsinka ekonomichnoho rehuliuvannia ekolohichnoi skladovoi diialnosti TNK u krainakh-retsypiientakh [Assessment of economic regulation of the ecological component of TNCs in recipient countries]. Naukovi zapysky. Seriia “Ekonomika”, vol.14, pp.246-254.

8. Rohach O. I. (2005) Mizhnarodni investytsii: teoriia ta praktyka biznesu transnatsionalnykh korporatsii [International Investments: The Theory and Practice of Transnational Corporations]. Kyiv: Lybid. (in Ukrainian)

9. Rohach O., Kosmina V. (2016) Transnatsionalni korporatsii ta eksport novykh industrialnykh krain Azii [Transnational corporations and exports of new industrialized countries in Asia]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury. (in Ukrainian)

10. Rudenko N. V., Smerechanska H. V. Diialnist transnatsionalnykh korporatsii v transkordonnomu ekolohichnomu prostori [Activities of transnational corporations in transboundary ecological area]. Available at: http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/SR/article/viewFile/4668/4786 (accessed 29 March 2018).

11. Sazonets I. L. Posylennia roli TNK: pozytyvni ta nehatyvni naslidky [Strengthening the role of TNCs: positive and negative effects]. Available at: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1499/1/13.pdf (accessed 29 March 2018).

12. Sliusarenko A. V. (2017) Vplyv transnatsionalnykh korporatsii na ekonomiku Ukrainy [Influence of transnational corporations on the economy of Ukraine]. Available at: http://global-national.in.ua/archive/17-2017/21.pdf (accessed 29 March 2018).

13. Fortune global 500 2017. Available at: http://fortune.com/global500/list/ (accessed 29 March 2018).

14. The world’s top 100 economies: 31 countries; 69xcorporations. // Available at: https://blogs.worldbank.org/publicsphere/world-s-top-100-economies-31-countries-69-corporations (accessed 29 March 2018).

15. World economic forum. Available at: http://reports.weforum.org

16. Zucman Gabriel (2015) The hidden wealth of nations: the scourge of tax havens / translated by Teresa Lavender Fagan; with a foreword by Thomas Piketty. The University of Chicago Press.

Kryvonos K.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

THE EFFECTS OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS’ ACTIVITIES FOR THE HOST COUNTRIES: ECOLOGICAL AND ECONOMIC ASPECTS

Transnational corporations as big production and trade associations play a major role in the processes of production internalization. For their economic impact, transnational corporations often exceed the states. Having a strong impact on the host countries’ economies, the transnational corporations’ activities also have an impact on their environment.

Unlike the developed countries, the developing countries don’t give enough attention to the governmental regulation of the ecological activity of the transnational corporations, which work on their territory. Further ignorance of the need for such regulation would have negative economic consequences for the host countries of the transnational corporations. In particular, this would lead to the loss of natural resources and competitive advantages of such countries in the world market. That is why the host countries need to take all necessary measures to increase their environmental safety as a factor of their economic security formation.

The effects of transnational corporations’ activities for the host countries can be positive or negative. On the one hand, the host countries receive significant economic benefits as a result of the foreign investments inflow. On the other hand, the transnational corporations’ activities devoted to achieving the interests of the owners that may conflict with the economic and environmental interests of the host countries. Given the estimation of the effects of transnational corporations’ activities, it is important to take into account not only the economic benefits but also the environmental damage that the country incurs, as a result of the degeneration of the environment.

In order to obtain the greatest benefits for the host countries from the attendance of the transnational corporations, it is necessary: to provide the state ecological security by the introduction of the world standards for environmental management; to develop the organic products market, which is especially relevant for

the agricultural products' exporting countries in the current conditions of the increasing of demand for the environmentally friendly products and products of environmentally and socially responsible companies; to establish ecological cooperation with other countries, allowing the participation in the international environmental projects and taking into account the world experience in the sphere of the environmental protection; to clearly regulate the requirements for the environmental liability of the transnational corporations; to introduce strict restrictions and taxes for the transnational corporations that violate conditions of environmentally responsible activities; to encourage the use of resource-saving technologies, renewable resources and secondary raw materials. Transnational corporations should be involved in the financing of the environmental projects in the host countries.

Further perspectives of the research in this area lie in the expediency of studying the impact of the transnational corporations on the environmental safety as a factor of the state economic security.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ

ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF ENERGY RESOURCES CONSUMPTION IN UKRAINE

УДК 620.91:65.011

Малюк О.С.
к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва імені Т.Г. Беня
Національна металургійна академія України
Малий Р.Ю.
магістр
Національна металургійна академія України

У статті представлено аналіз рівнів загального постачання первинної енергії, кінцевого енергоспоживання та енергоємності ВВП України. Розглянуто рівні енергоємності галузей промисловості. Виділено чинники, що зумовлюють високу енергоємність промислового виробництва в Україні. Встановлено напрями діяльності щодо забезпечення ефективного споживання енергетичних ресурсів.
Ключові слова: *енергетичні ресурси, ефективність, енергоємність, ВВП, промисловість, напрями діяльності.*

В статье представлен анализ уровней общего поступления первичной энергии, конечного энергопотребления и энергоемкости ВВП Украины. Рассмотрены уровни энергоемкости отраслей промышленности. Выделены факторы, которые обуславливают высокую энергоемкость промышленного производства в Украине. Установлены направления деятельности по обеспечению эффективного потребления энергетических ресурсов.
Ключевые слова: *энергетические ресурсы, эффективность, энергоемкость, ВВП, промышленность, направления деятельности.*

The article presents the analysis of the levels of general supply of primary energy, final energy consumption, and energy intensity of Ukrainian GDP. The energy intensity of branches of industry in Ukraine is considered. The factors that determine the high energy intensity of industrial production in Ukraine are highlighted. Directions of activity for providing the effective consumption of energy resources are identified.
Key words: *energetic resources, efficiency, energy intensity, results of activities, GDP, industry, activities.*

Постановка проблеми. Для економічного розвитку будь-якої держави велике значення має ефективність споживання енергетичних ресурсів. Це зумовлено багатьма факторами, серед яких одним із головних є недостатній рівень забезпеченості України власними енергетичними ресурсами. Скорочення світових запасів вичерпних природних енергетичних ресурсів, які становлять основу енергетичного балансу України, а саме нафти, вугілля та природного газу, зумовлює безупинне їх подорожчання, а геополітичні проблеми утруднюють імпортування. Це ставить під загрозу надійність функціонування галузей народного господарства України. Загострюється проблема ефективного споживання енергетичних ресурсів в Україні застосуванням застарілих технологій, високим рівнем зносу основних засобів, високим рівнем витрат на виробництво продукції тощо. Водночас ефективність використання енергетичних ресурсів має безпосередній вплив на показники, що характеризують конкурентоспроможність та ефективність діяльності галузей народного господарства, а отже, і держави у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науковій літературі питання енергетичної безпеки України, ринку енергетичних ресурсів, місця енергоресурсів у розвитку української економіки, аналізу ефективності споживання енергетичних ресурсів розглядаються в роботах багатьох авторів, серед яких: Г.М. Дзяна, Б. Додонов [1], С.П. Денесюк [3], Л.І. Кицкай [5], М.М. Полтавець [7], Н.П. Стучинська [9] та ін.

Утім, незважаючи на значну кількість ґрунтовних досліджень, питання щодо розроблення дієвих заходів із підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів галузей народного господарства та держави залишається відкритим.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз споживання енергетичних ресурсів та ефективності їх використання на рівні держави та окремих галузей народного господарства, розроблення напрямів щодо підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з українською нормативною базою, рівень споживання енергетичних ресурсів та енергоємності ВВП визначають виходячи з таких понять енергетичної статистики, як «загальне постачання первинної енергії» та «кінцеве споживання енергії». Під загальним постачанням первинної енергії розуміють «суму всіх джерел постачання енергоресурсів, що включають виробництво в країні, імпорт, експорт та зміни резервних запасів первинних джерел енергії (вугілля, природний газ, сира нафта, ядерна енергія та відновлювані джерела енергії), а також імпорт, експорт, зміни в міжнародних морських бункерах та зміни резервних запасів перетворених енергоресурсів (нафтопродукти тощо) з урахуванням міжпродуктових передач, статистичних розбіжностей, перетворень, власного споживання енергетичним сектором, утрат під час транспортування та розподілу» [8]. Під кінцевим споживанням енергії розуміють «постачання енергетичних продуктів споживачам для процесів, які не є процесами їх перетворення або трансформації» [9]. Відповідно, енергоємність внутрішнього валового продукту (ВВП) розраховують відносно рівня загального постачання первинної енергії та кінцевого споживання енергії.

На рис. 1 у графічному вигляді представлено динаміку кінцевого енергоспоживання та загального постачання первинної енергії.

Дані рис. 1 відображають стійку тенденцію до зниження рівня споживання енергетичних ресурсів. Додатково слід зазначити, що постачання первинної енергії характеризується позитивними структурними змінами. Наприклад, у 2015 р. порівняно з 2014 р. у загальній кількості енергетичних ресурсів відбулося зменшення частки природного газу з 31,6% до 28,9%, вугілля і торфу – з 33,7% до 30,4% за одночасного зростання частки атомної енергії з 21,9% до 25,5%; нафти – з 7,2% до 8,5% та енергії з поновлюваних джерел (біопаливо та відходи) – з 1,8% до 2,3% [2; 4].

На рис. 2 відображено дані щодо рівнів енергоємності ВВП відносно рівня кінцевого енергоспоживання та загального постачання первинної енергії. Побудований графік теж відображає стійку тенденцію до зниження рівня енергоємності ВВП протягом розглянутого періоду. Втім, слід зазначити, що хоча рівні споживання енергетичних ресурсів та енергоємності ВВП щороку зменшуються, проте числові значення енергоємності ВВП України порівняно зі середньосвітовим рівнем є незадовільними. За даними Глобального статистичного щорічника з енергетики [10], Україна в 2016 та 2015 рр. отримала передостаннє місце (останнє – Росія) за рівнем енергоємності ВВП у світі, а в 2014, 2013 та 2011 рр. наша держава взагалі мала найвищий рівень енергоємності у світі. Рівень енергоємності ВВП України, за даними Світової енергетичної ради (WEC), у 2,5–3 рази перевищує рівень енергоємності більшості європейських країн.

Зазначимо, що ефективність використання енергетичних ресурсів має прямий зв'язок із рівнем витрат на виробництво товарів та послуг, а отже, і з конкурентоспроможністю. Високі значення енергоємності ВВП України, свідчать про низьку конкурентоспроможність економіки нашої держави.

Проведений аналіз структури кінцевого споживання енергетичних ресурсів в Україні показав таке: побутовий сектор – 33,6%, промисловість – 31,5%, транспорт – 16,2%, торгівля та послуги – 8,2% [3; 5]. Зважаючи на те, що промисловість має суттєвий вплив на рівень економічного розвитку України, у табл. 1 розглянемо дані щодо енергоємності основних галузей промисловості України [10].

Згідно з даними табл. 1, найбільш енергоємною галуззю промисловості є металургійна, незначно їй поступаються машинобудування та обробна промисловість.

Зважаючи на те, що підприємства зазначених галузей становлять основу української економіки, питання зниження енергоємності промислової продукції є першочерговим. До основних чинників, які зумовлюють високу енергоємність промислового виробництва в Україні, більшість фахівців відносять [1; 5–7; 9]:

– неефективне споживання ПЕР;

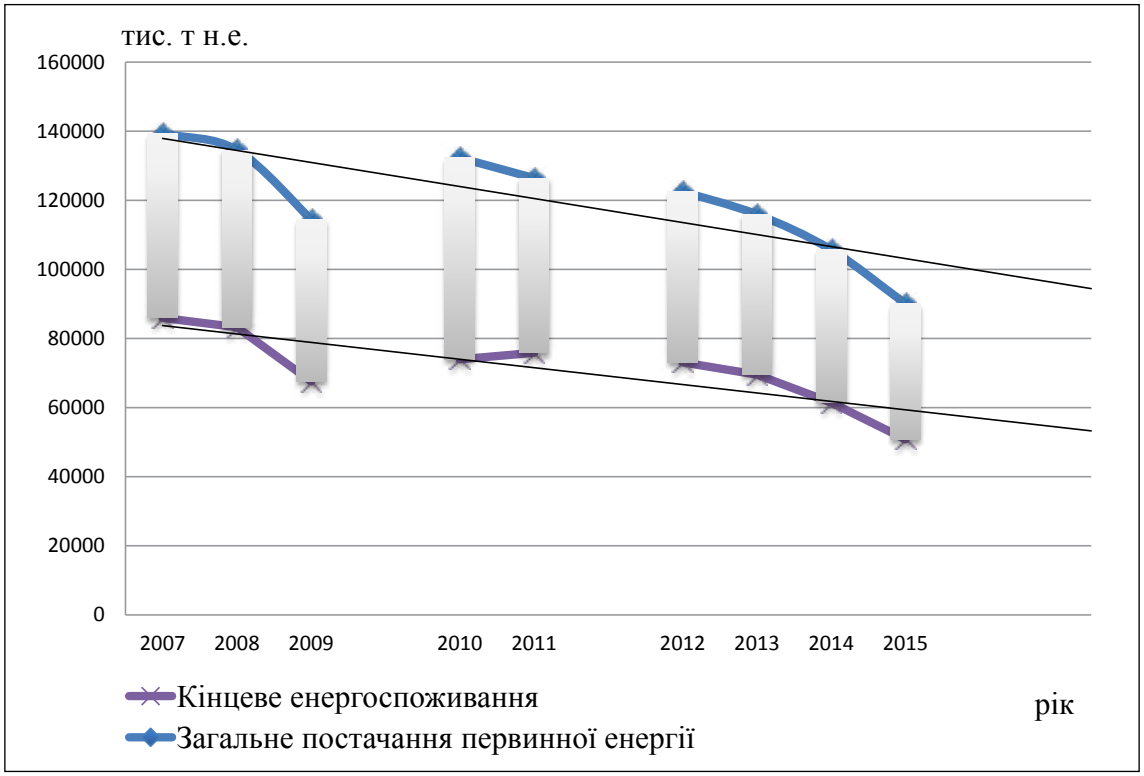


Рис. 1. Динаміка кінцевого енергоспоживання та загального постачання первинної енергії

– застарілість основних фондів і комунікацій та незадовільні темпи їх оновлення;

– значні втрати енергоресурсів, передусім природного газу, теплової та електроенергії під час їх транспортування, зберігання й розподілу;

– низький рівень упровадження енергоефективних технологій та обладнання;

– суттєве технологічне відставання української промисловості від рівня розвинених країн;

– високий рівень зношеності основних фондів (74,9% [2]), унаслідок чого спостерігається підвищення питомих витрат ПЕР на виробництво низки важливих видів продукції в найбільш енергоємних галузях;

– недостатнє використання промислового перероблення відходів тощо.

На нашу думку, все перелічене має велике значення для забезпечення необхідного рівня енергоємності промислового виробництва.

Втім, вивчення досвіду розвинених країн щодо забезпечення ефективного рівня енергоспоживання дало змогу зробити висновок, що діяльність, пов'язана із забезпеченням ефективного енергоспоживання усіх галузей народного господарства, складається з двох напрямів: матеріального та інформаційного. На рис. 3 представлено сформовану нами загальну схему, яка відображає напрями діяльності щодо забезпечення ефективного споживання енергетичних ресурсів.

Напрям «матеріальна діяльність» використовує цілу низку традиційних для України термінів і понять: «облік і контроль енергоресурсів»; «вдо-

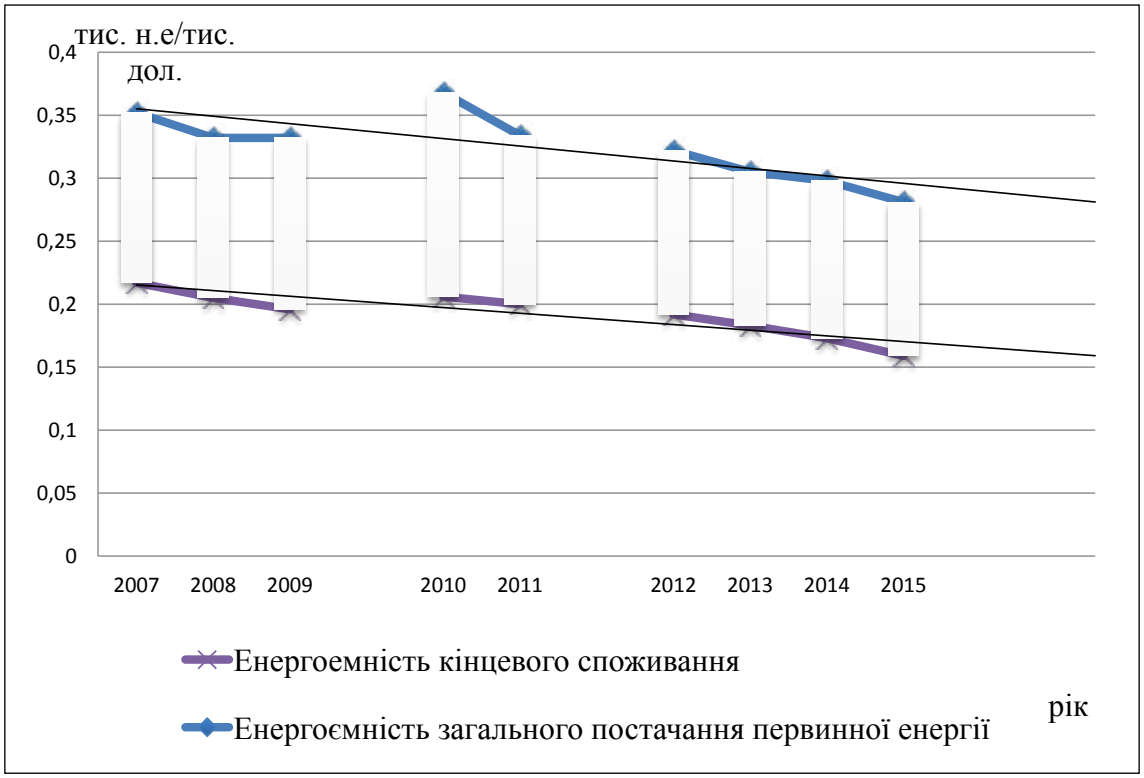


Рис. 2. Динаміка рівнів енергоємності внутрішнього валового продукту

Таблиця 1

Енергоємність основних галузей промисловості України

№	Галузь промисловості	Енергоємність продукції, кг у.п./т
1	Металургія	960
2	Машинобудування	710
3	Обробна промисловість	635
4	Коксохімічне і нафтопереробне виробництво	335
5	Легка промисловість	260
6	Харчова промисловість	215
7	Виробництво деревини	207
8	Хімічне і нафтохімічне виробництво	195
9	Виробництво неметалевих мінеральних виробів	129
10	Виробництво і розподілення електроенергії	110

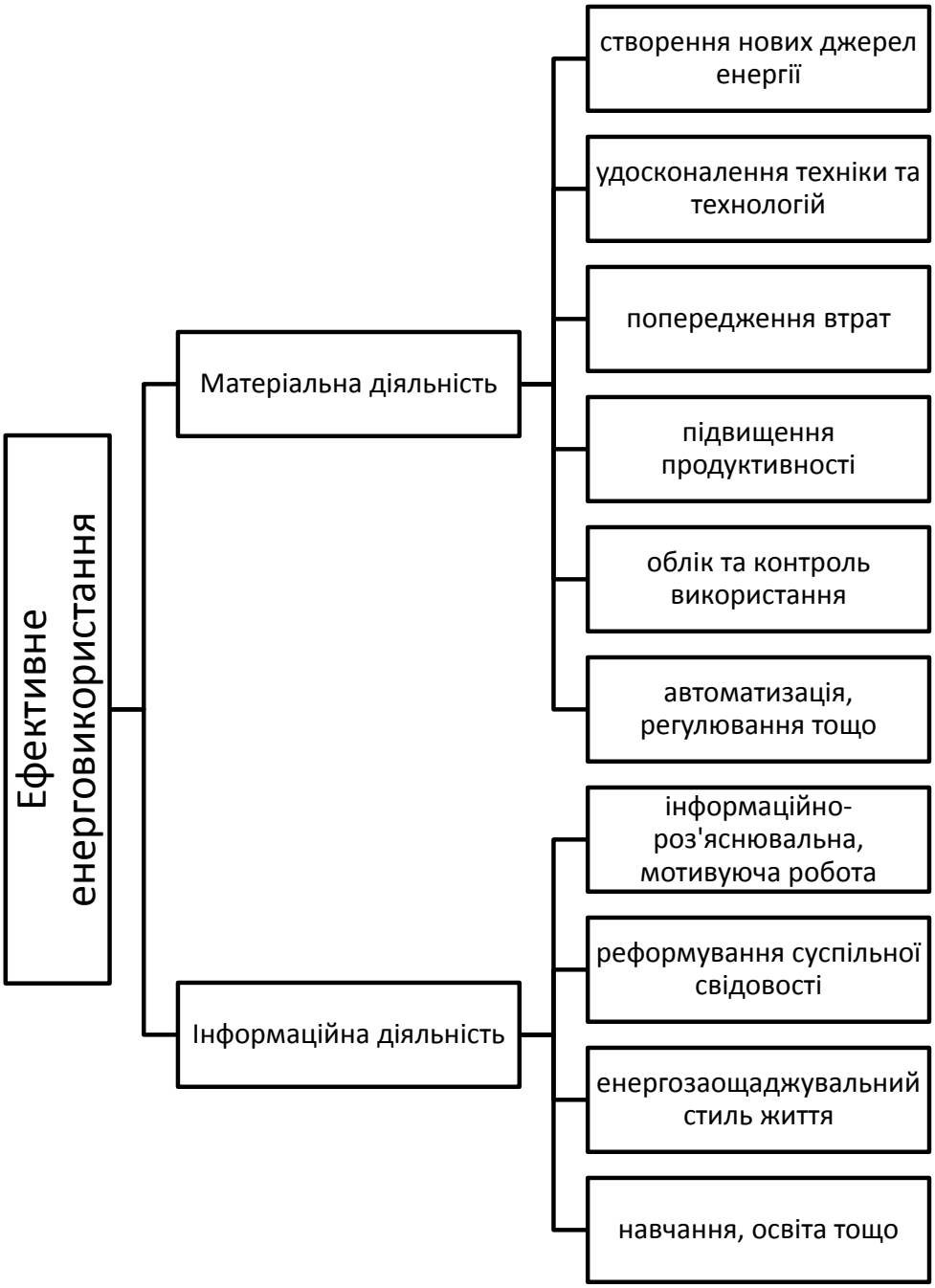


Рис. 3. Діяльність, що пов'язана із забезпеченням ефективного споживання енергетичних ресурсів

сконалення техніки і технологій виробництва, розподілу та споживання»; «використання поновлюваних джерел енергії» тощо.

Напрям «інформаційна діяльність» в енергозбереженні складається з таких понять, як «агітація»; «інформування щодо наслідків використання енергетичних ресурсів у ланцюгу «видобуток – переробка – використання»; «реформування суспільної свідомості»; «навчання»; «освіта» тощо.

Основною метою інформаційної діяльності є формування ресурсозберігаючого стилю життя людини. Одним із головних завдань інформаційної роботи є поступове проникнення основ енергозбереження в усі сфери людської діяльності: побут, виробництво, транспорт, зв'язок, засоби масової інформації, рекламу тощо. Діяльність у сфері інформаційного простору дає змогу сформувати у людини відповідний образ мислення, який унеможливлює будь-який інший підхід до використання ресурсів, окрім заощадливого, бережливого, мінімально необхідного в усіх сферах життєдіяльності.

Результатом інформаційної діяльності є повсюдна багаторічна «традиція» економного (дбайливого) використання енергетичних ресурсів, яка сформувалася у свідомості людей більшості розвинених країн світу та постійно зміцнюється. На це

має вплив ціла низка супутніх факторів, серед яких основними є: висока вартість енергетичних ресурсів; потужна рекламна та роз'яснювальна робота; законодавче забезпечення та стимулювання ефективного використання енергоресурсів тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Досвід розвинених країн у забезпеченні ефективного використання ресурсів у напрямі «інформаційна діяльність» може бути застосований в Україні. Його впровадження не вимагає значних інвестиційних вкладень, проте шляхом повсюдної та безперервної інформаційної, роз'яснювальної, агітаційної роботи, на нашу думку, дасть змогу трансформувати свідомість більшості населення України та поступово забезпечить дбайливе та заощадливе ставлення до енергетичних (та будь-яких інших) ресурсів. Слід наголосити на тому, що діяльність в інформаційному напрямі обов'язково має супроводжуватися діями матеріального напряму. Забезпечення ефективного рівня енергоспоживання можливо за системного використання інструментів інформаційного та матеріального напрямів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Додонов Б. Моніторінг енергоефективності України 2016. К., 2016. URL: http://newsep.com.ua/media/news/854/files/%D0%1%81%D1%82%D1%96%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%202016.pdf.

2. Енергетична галузь України: підсумки 2016 року / ДТЕК, 2017. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/ article/2017_ENERGY-FINAL.pdf.

3. Енергетична ефективність України. Кращі проектні ідеї: Проект «Професіоналізація та стабілізація енергетичного менеджменту в Україні» / Уклад. С.П. Денисюк, О.В. Коцар, Ю.В. Чернецька. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2016. URL: http://io.iee.kpi.ua/sites/default/files/HANDBOOK_of_BEST_PRACTICES_2.pdf.

4. Інтернет-портал Державного комітету статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua.

5. Кицкай Л.І. Енергоефективність в Україні: аналіз, проблеми та шляхи підвищення. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 32–37.

6. Малюк О.С., Бердникова А.В. Дослідження впровадження енергозберігаючих заходів на результати діяльності підприємства. Молодий вчений. 2017. № 11. С. 1229–1233.

7. Полтавець М.М. Енергетична стратегія як основний фактор енергозбереження на підприємстві. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2009. № 15. URL: http: // dspace. kntu.kr.ua / jspui / handle / 123456789 / 259.

8. Проект закону про енергетичну статистику. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF8JD00A.html.

9. Стучинська Н.П. Енергетична безпека України: сутність і можливості реалізації. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 9. С. 104–108.

10. Global Energy Statistical Yearbook 2017. URL: https://yearbook.enerdata.net/total-energy/world-energy-intensity-gdp-data.html.

REFERENCES:

1. Dodonov B. Monitoring energoefektyvnosti Ukrainy 2016 // B. Dodonov. – K., 2016. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: http://newsep.com.ua/media/news/854/files/%D0%1%81%D1%82%D1%96%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%202016.pdf

2. Energetychna galuz' Ukrainy: pidsumky 2016 roku// DTEK, 2017. –[Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: http://razumkov.org.ua/uploads/ article/2017_ENERGY-FINAL.pdf

3. Energetychna efektynist' Ukrainy. Krashchi proektni idei // Proekt "Profesionalizatsiya ta stabilizatsiya energetychnogo menedzhmentu v Ukraini» / Uklad.: S.P. Denysiuk, O.V. Kotsar, Yu.V. Chernets'ka. – K. : KPI im. Igorya Sikors'kogo, 2016. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: – http://io.iee.kpi.ua/sites/default/files/HANDBOOK_of_BEST_PRACTICES_2.pdf

4. Internet-portal Derzhavnogo komitetu statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: www.ukrstat.gov.ua

5. Kytskay L.I. Energoefektevnist' v Ukrainy: analiz, problemy ta shlyakhy pidvyshchennya // Innovatsiyna ekonomika– Naukovo-virobnychiy zhurnal, 2013. – № 3. – S. 32-37.

6. Maliuk O. S. Doslidzhennya vprovadzhennya energozberigayuchikh zakhodiv na rezul'taty diyal'nosti pidpryiemstva / O.S. Maliuk, A.V. Berdnykova // Molodyi vchenyi. – 2017. – № 11. – S. 1229-1233.

7. Poltavets' M.M. Energetychna strategiya yak osnovnyi faktor energozberezhennya na pidpryiemstvi // Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauky. – 2009. – № 15. – [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: http: // dspace. kntu.kr.ua / jspui / handle / 123456789 / 259

8. Proekt "Zakonu pro energetychnu statystyku" [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF8JD00A.html

9. Stuchyns'ka N.P. Energetychna bezpeka Ukrainy: sutnist' i mozhlyvosti realizatsyi // N.P. Stuchyns'ka / Investytsii: praktyka ta dosvid, 2016. – № 9. – S. 104-108.

11. 10. Global Energy Statistical Yearbook 2017 – [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupu: https://yearbook.enerdata.net/total-energy/world-energy-intensity-gdp-data.html

Maliuk O.S.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics
and Entrepreneurship named after T.G. Benya
National Metallurgical Academy of Ukraine
Malyi R.Iu.
Master
National Metallurgical Academy of Ukraine

ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF ENERGY RESOURCES CONSUMPTION IN UKRAINE

The article presents the analysis of the levels of general supply of primary energy, final energy consumption, and energy intensity of Ukrainian GDP. A steady tendency towards the reduction of the respective levels of total supply of primary energy, consumption of energy resources, and energy intensity of GDP over the last decade is determined. However, the absolute values of the energy intensity of Ukraine's GDP were and remain among the highest in the world. Conducted analysis of the structure of final consumption of energy resources in Ukraine showed as follows: household sector (33.6%), industry (31.5%), transport (16.2%), trade and services (8.2%). Despite the fact that industry has a significant impact on the level of economic development of Ukraine, the article considers the energy intensity of Ukrainian industries. It is established that the most energy-intensive industry is metallurgy; mechanical engineering and defence industry are slightly inferior to it. The factors that determine the high energy intensity of industrial production in Ukraine are highlighted, among them: high level of wastage of machinery assets; a significant technological inferiority of Ukrainian industry in comparison with the level of developed countries; significant losses of energy resources during transportation, storage, and distribution; low level of implementation of modern energy-efficient technologies and equipment, etc. Taking into account the experience of developed countries, the directions of activity for providing the effective consumption of energy resources are identified, specifically: material and informational. The direction "material activity" uses a number of traditional terms and concepts: accounting and monitoring of energy resources; improvement of processes and technologies of production, distribution and consumption; use of renewable energy sources, etc. The direction "information activity" in energy conservation consists of such concepts as agitation; information on the consequences of the use of energy resources in the extraction-processing-use chain; reforming of public consciousness; training; education, etc. Activity in the field of information space makes it possible to form an appropriate way of human thinking, which makes impossible any other approach to resources use except saving, economical, minimally necessary in all spheres of life.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТЕЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОБІЗНЕСУ

INNOVATIVE AND INVESTING DEVELOPMENT TRENDS IN LABOUR POTENTIAL OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE OF AGRIBUSINESS

УДК 330.111.4:338.432

Пішенін І.К.
докторант
Чернігівський державний технологічний університет

У статті розглянуто особливості формування трудового потенціалу на підприємствах агробізнесу, значення трудового потенціалу в транспортній інфраструктурі АПК. Окреслено основні складники перспективного розвитку державно-приватного партнерства в системі підготовки спеціалістів агропромислової галузі.
Ключові слова: *транспортна інфраструктура, підприємства агробізнесу, державно-приватне партнерство, інновація, інвестиція.*

В статье рассмотрены особенности формирования трудового потенциала на предприятиях агробизнеса, значение трудового потенциала в транспортной инфраструктуре АПК. Определены основные составляющие перспективного развития государственно-частного партнерства в системе подготовки специалистов агропромышленной отрасли.
Ключевые слова: *транспортная инфраструктура, предприятия агробизнеса, государственно-частное партнерство, инновации, инвестиции.*

The article considers peculiarities of the formation of labour potential in agribusiness enterprises. The value of labour potential in the transport infrastructure of the agroindustrial complex is studied. The main components of the perspective development of public-private partnership in the system of training specialists in the agroindustrial sector are outlined.
Key words: *transport infrastructure, agribusiness enterprises, public-private partnership, innovation, investment.*

Постановка проблеми. Особливістю національної економіки України є аграрне спрямування її розвитку. В умовах відкритості національної економіки, вибраного вектору європейської інтеграції та світових тенденцій розвиток агропромислового комплексу розглядається як потужний виклик для економіки України. Проте нині вести успішну діяльність агропромислові підприємства можуть лише на основі реалізації стратегії та розвитку транспортної інфраструктури з урахуванням наявного інноваційного аспекту. Впровадження в життя стратегії аграрної політики щодо значного поліпшення економічного стану аграрних підприємств, активізації інноваційно-інвестиційної діяльності, розв'язання соціально-демографічних проблем вітчизняного села суттєво залежать від ефективності використання трудового потенціалу транспортної інфраструктури. Змістовні дослідження особливостей формування трудового потенціалу та факторів впливу на його розвиток на підприємствах агробізнесу є дуже актуальною науковою проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні напрацювання та практичні рекомендації О. Амосова, В. Андрійчука, І. Баланюка, Д. Богині, О. Бугуцького, М. Бутко, В. Галушки, А. Гальчинського, С. Гудзинського, Й. Завадського, В. Захарченка, В. Зіновчука, О. Крисального, І. Лукінова, П. Макаренка, М. Маліка, Л. Мармуль, Є. Маслова, В. Месель-Веселяка, М. Сахацького, П. Саблука, І. Топіхи, Д. Харківського, І. Червена, І. Шепель та інших вітчизняних й зарубіжних учених сприяли формуванню й ефективному використанню трудового потенціалу в АПК.

Питання розвитку трудового потенціалу аграрного сектора в умовах ринкової економіки в методологічному та методичному плані опрацьовували О. Бородіна, П. Гайдуцький, В. Геєць, В. В'юн, О. Єрмаков, В. Кропивко, Г. Купалова, О. Онищенко, І. Ушачов, В. Шебанін, Л. Шепотько, В. Юрчишин, К. Якуба та ін.

Разом із тим із наукового і практичного поглядів залишаються відкритими питання, пов'язані з упровадженням інноваційних технологій у систему управління трудовими ресурсами, а також створення інвестиційної привабливості до аграрного сектору для подальшого економічного розвитку країни. Особливе значення має підвищення ефективності функціонування трудового потенціалу аграрних підприємств конкретних регіонів України в контексті посилення процесів депопуляції у сільській місцевості та пов'язаних з економічною глобалізацією викликів. Усе це зумовило актуальність теми наших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження інноваційно-інвестиційних тенденцій розвитку трудового потенціалу транспортної інфраструктури агробізнесу в умовах розвитку ринкових відносин.

Виклад основного матеріалу дослідження. В аграрному секторі стратегічним ресурсом, що забезпечує ефективність розвитку галузі, є транспортна інфраструктура. Підготовка спеціалістів – одне з головних завдань сьогодення. Трудові ресурси – це важливий ресурс виробничого процесу агропромислової галузі.

У науковій літературі виділяють поняття «трудові ресурси» та «робоча сила», між якими існує певна відмінність. Трудові ресурси – це більш

широке поняття, до якого входять кадри, які не залучені безпосередньо до процесу виробництва. Трудові ресурси – складна соціально-економічна категорія, соціальну сутність якої становлять люди, а економічну – їх робочий час [1, с. 28]. Основною частиною трудових ресурсів є робоча сила, яка бере безпосередню участь у процесі виробництва, решта – це потенційна робоча сила [2, с. 11; 3, с. 47]. Трудові ресурси аграрного сектора становить сільське населення віком від 15 до 60 років, а також підлітки від 12 до 16 років та особи пенсійного віку, які вступили у відповідні договірні відносини з підприємствами. З 1991 по 2017 р. кількість сільського населення у нашій державі скоротилося на 5,9 млн. осіб, або на 27,5%. Найшвидше чисельність сільського населення скорочувалося у Сумській (46%), Хмельницькій (43%) та Вінницькій (42%) областях, а найповільніше – у Чернівецькій (3,8%), Тернопільській (27,4%) і Харківській (29,2%) областях. Найбільше сільського населення проживає у Вінницькій (922,1 тис. осіб) та Київській (744,8 тис. осіб) областях [4]. В аграрному секторі існує нерівномірність розподілу робочої сили за географічними зонами України (зменшується із заходу на схід та з півночі на південь).

Як й у інших галузях економіки, в аграрному секторі головними характеристиками трудових ресурсів виступають кількісні та якісні показники. До аналізу кількісних показників трудових ресурсів належить кількість працівників, задіяних у виробничій діяльності та в усіх забезпечуючих структурах. Під час оцінювання якісних показників ураховується аналіз активності, вікового і статевого складу, ступеня фізичного здоров'я.

На визначення трудових ресурсів суттєво впливають кількість населення, його господарська та інші види діяльності Якість праці визначає освітній і професійний рівень працівників, ступінь особистої свободи, психофізіологічні властивості тощо.

Пріоритетним напрямом стратегії випереджувального розвитку постає трансформація освіти в ресурс соціально-економічного розвитку агропромислової галузі, що зумовлює необхідність розроблення й упровадження інноваційних інструментів і механізмів управління цим процесом. Слід відзначити, що розвиток механізмів партнерської взаємодії бізнес-структур АПК і освітніх закладів та участь в управлінні освітою, реалізація державно-партнерського характеру управління – це методи, які відповідають сучасним тенденціям розвитку системи спеціальної освіти.

У системі АПК під час визначення особливостей трудового потенціалу обов'язково необхідно враховувати сезонність праці. Також специфіка галузі передбачає просторово-географічний аспект, що теж суттєво відбивається на показниках трудового потенціалу. Зосередження виробництва на певних територіях передбачає відповідну концентрацію трудових ресурсів за напрямами аграрного виробництва, різних засобів виробництва, формування матеріально-технічного забезпечення згідно з концентрацією виробництва. В аграрному секторі слід ураховувати, що всі фактори впливу на формування трудових ресурсів відбиваються у стратегії розвитку галузі.

Роль трудових ресурсів у стратегічному управлінні важлива не лише тому, що без них аграрне виробництво не досягне стратегічної мети. Їх стратегічне значення полягає у тому, що вони є джерелом формування оптимальної стратегії аграрного виробництва; можуть здійснювати вплив на зовнішнє середовище та формувати специфічні стратегічні цілі виробництва.

Наявні протиріччя між підприємствами агробізнесу і державою пов'язані з проблемою застосування інноваційно-інвестиційних технологій у стратегії розвитку галузі. Це особливо стосується системи підготовки кадрів в агропромисловій сфері. Подолання наявного дефіциту сучасних високотехнологічних трудових ресурсів, що дає змогу підвищити рентабельність виробництва, необхідно вирішувати в досить короткі терміни. Нині можна спостерігати, що централізована розподільча система фінансування системи освіти працює неефективно. У зв'язку із цим необхідна інноваційна діяльність зі створення самозабезпечення економічних механізмів освіти не тільки з виходом на приватний сектор освіти, а й на основі розвитку державно-приватного партнерства у сфері освіти [3, с. 118].

Безумовно, держава вживає комплексні заходи, спрямовані на прискорення зростання ВВП і підвищення продуктивності праці в усіх галузях національного господарства. Основним фактором досягнення поставлених завдань є трудовий капітал, адаптований до сучасних технологій і виробництва. Поряд із цим, сфера освіти завжди знаходиться в колі зору держави, оскільки недоліки, що існують саме у цій сфері, передусім позначаються на соціальній стабільності в суспільстві. Разом із тим стійкий попит на освітні послуги робить сферу освіти потенційно цікавою для агробізнесу, що є передумовою розвитку державно-приватного партнерства в галузі освіти і має велике значення і в умовах фінансової кризи, і після закінчення кризи.

Практика свідчить про те, що проекти державно-приватного партнерства в АПК, за умови професійної організації, відрізняються більшою ефективністю порівняно з традиційною системою в силу більшої конкуренції, використання інновацій в освітніх процесах та уваги до витрат усього періоду підготовки спеціалістів. При цьому важливо відзначити низку обставин:

– перенесення ризиків у державно-приватне партнерство часто означає, що держава може роз-

поділяти витрати на освітні послуги в часі й оплачувати ці проекти у міру їх використання;

– підготовка проекту державно-приватного партнерства та участь представників бізнес-структур означає детальне вивчення собівартості і прибутковості освітнього проекту, так само як і фінансової прийнятності;

– укладання угод про державно-приватне партнерство дало змогу ввести нові вартісні показники для користувачів освітніх проектів.

Однак у сучасних економічних умовах державно-приватне партнерство не є способом безкоштовно реалізувати освітній проект, оскільки або уряд України, або користувачі в результаті, повинні будуть цей проект оплатити (у довгостроковій перспективі держава повинна забезпечити необхідні бюджетні асигнування для покриття зобов'язань по угоді про державно-приватне партнерство). Поряд із цим слід ураховувати, що, по-перше, українська економіка і законодавство зазнають значних змін, регіональні та місцеві адміністрації зацікавлені у вивченні найкращих практик державно-приватного партнерства, які користуються міжнародним визнанням.

По-друге, з огляду на відсутність рекомендованих практик, українські регіональні органи влади розробляють велику кількість різних процедур для розвитку проектів державно-приватного партнерства (водночас відчувається брак практичних знань і розуміння факторів успіху таких освітніх проектів).

По-третє, розширення дії механізму державно-приватного партнерства на сферу освіти зумовлює необхідність розуміння потреб сільського населення у наданні освітніх послуг належної якості.

Ґрунтуючись на цих припущеннях, можна стверджувати, що подальший розвиток перспективних форм залучення аграрного сектора і ініціювання вдосконалення освітніх технологій та процедур, які використовуються в державно-приватному партнерстві, пов'язані з використанням найкращого закордонного й українського досвіду для застосування на регіональному рівні.

Різноманіття форм державно-приватного партнерства виникло й існує для задоволення потреб учасників проектів державно-приватного партнерства, як приватних інвесторів, так і представників держави (публічної влади), зважаючи на різноманіття варіантів структурування державно-приватного партнерства [5, с. 74]. Відзначимо, що в кінці минулого століття інтерес до взаємовигідної співпраці з боку держави й агробізнесу зріс в умовах збільшення попиту аграрного сектора та розвитку транспортної інфраструктури, з одного боку, і потреб приватних агрокомпаній у довгострокових проектах – з іншого. У результаті більшість країн активізувала процеси прямої участі аграрного сектора в розвитку суспільної інфраструктури (проекти державно-приватного партнерства здійснюються, за різними оцінками, у більше ніж 100 країнах).

На нашу думку, аграрний сектор може забезпечити більш якісне та ефективне виконання обов'язків, володіючи:

– наявними специфічними компетенціями (технологій, управлінських навичок, кваліфікації персоналу, можливості спеціальної перепідготовки персоналу);

– здатністю управляти ризиками в агросфері і залучати додатковий капітал;

– можливістю більш ефективно використовувати регулятори ринкової економіки.

Наприклад, державно-приватне партнерство у сфері освіти спрямоване на розвиток інфраструктури для прискорення соціально-економічного розвитку освітніх організацій; поліпшення якості й підвищення ефективності освітніх послуг; підвищення ефективності використання бюджетних коштів. При цьому існує потреба на основі вивчення міжнародного досвіду реалізації проектів державно-приватного партнерства у визначенні змісту правових дефініцій. Однак у наших дослідженнях формування рекомендацій щодо розвитку проектів державно-приватного партнерства в економічній системі АПК на основі найбільш результативних практик буде сконцентроване на загальних економічних питаннях, процедурах і методиках управління процесом державно-приватної взаємодії в агропромисловій сфері. На нашу думку, слід брати до уваги головний складник – поділ між прийняттям економічних рішень у системі підготовки спеціалістів АПК та їх фінансовою реалізацією. У цьому разі не передбачається розглядати рекомендації з фінансових аспектів угод про державно-приватне партнерство, а також рекомендації щодо вирішення тих чи інших правових і політичних проблем. Передбачається, що у цілому регіональні і муніципальні органи влади в частині реалізації проектів державно-приватного партнерства у сфері освіти будуть орієнтуватися на інтереси і потреби конкретної території з урахуванням особливостей агропромислової сфери.

Фінансування освітньої системи в довгостроковій перспективі може дати позитивний економічний ефект для приватних інвестицій; використання соціальної інфраструктури освітніх організацій (спортивні зали, басейни, стадіони, актові зали, їдальні, бібліотеки) привабливе як центр дозвілля для населення різних вікових груп; нове будівництво освітніх організацій дасть змогу агропідприємствам навчати фахівців безпосередньо під власне виробництво й оперативно модифікувати освітні програми.

Висновки з проведеного дослідження. Створення і регулювання інноваційно-інвестиційними процесами в системі забезпечення високого рівня

підготовки трудових ресурсів в аграрній сфері є складним багатостороннім процесом. Ефективна організація стратегічного розвитку державно-приватного партнерства в системі АПК відіграє визначальну роль у транспортній інфраструктурі АПК.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств. К.: КНЕУ, 2002. 624 с.
2. Багрій П.І., Дорогунцов С.І. Економічний словник. К., 1973. 621 с.
3. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 1. К.: Академія, 2000. 864 с.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.
5. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексик О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб.; 2-е вид., без змін. К.: КНЕУ, 2006. 316 с.

REFERENCES:

1. Andrijchuk V.H. (2002) Ekonomika ahrarnykh pidpryiemstv [The economy of agrarian enterprises]. Kyiv: KNEU, – 624 s (in Ukrainian).
2. Bahrij P.I., Dorohuntsov S.I. (1973) Ekonomichnyj slovnyk [Economic Dictionary]. Kyiv, – 621 s (in Ukrainian).
3. Mochernyj S.V. (2000) Ekonomichna entsyklopediia: u 3-x tomakh: [T.1] [Economic Encyclopedia: in 3-x volumes: [T.1]]. Kyiv: Vydavnychyj tsentr “Akademiia”, – 864 s (in Ukrainian).
4. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. [Elektronnyj resurs] Official site of the State Statistics Service of Ukraine. [Electronic resource]. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (in Ukrainian).
5. Fedonin O.S., Riepina I.M., Oleksyk O.S. (2006) Potentsial pidpryiemstva: formuvannia ta otsinka: navch. posibnyk 2-he vyd., bez zmin [Enterprise Potential: Formation and Evaluation: Teaching. manual 2nd form., unchanged]. Kyiv: KNEU, – 316 s (in Ukrainian).

Pishenin I.K.
Doctoral Student
Chernihiv State Technological University

INNOVATIVE AND INVESTING DEVELOPMENT TRENDS IN LABOUR POTENTIAL OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE OF AGRIBUSINESS

The peculiarity of the national economy of Ukraine is the agrarian direction of its development. In the conditions of openness of the national economy, the chosen vector of European integration and world trends, the development of the agro-industrial complex is considered as a powerful challenge for the Ukrainian economy. However, agro-industrial enterprises can now succeed only on the basis of implementation of the strategy and development of transport infrastructure taking into account the existing innovative aspect. Implementation of the strategy of agrarian policy in relation to the significant improvement of the economic condition of agrarian enterprises, the intensification of innovation and investment activities, and the solution of the socio-demographic problems of the domestic village is significantly dependent on the efficiency of the employment potential of transport infrastructure. The meaningful study of peculiarities of the formation of labour potential and factors influencing its development in agribusiness enterprises is a very urgent scientific problem.

The purpose of this article is to study innovation and investment trends in the labour potential development of the transport infrastructure of agribusiness in the context of the development of market relations.

As you know, in the scientific literature, the concept of “labour resources” and “labour force” are distinguished, between which there is a difference. Labour resources are a broader concept, which includes personnel that is not directly involved in the production process. Labour resources are a complex socio-economic category, the social essence of which is made up of people, and economic – their working time. The main part of labour resources is a workforce that takes a direct part in the production process; the rest is a potential labour force.

In the system of agrarian and industrial complex, in determining the characteristics of labour potential must necessarily take into account the seasonality of labour. Also, the specifics of the industry involve the spatial-geographic aspect, which also significantly affects the indicators of labour potential. The concentration of production in certain areas involves the appropriate concentration of labour resources in the areas of agricultural production, various means of production, the formation of material and technical support in accordance with the concentration of production. In the agrarian sector, it should be borne in mind that all factors affecting the formation of labour resources are reflected in the industry’s development strategy.

The financing of the educational system, in the long run, can have a positive economic effect on private investment; use of social infrastructure of educational organizations (sports halls, swimming pools, stadiums, assembly halls, dining rooms, libraries) attractive as a leisure centre for people of different age groups; the new construction of educational organizations will allow agribusiness enterprises to train specialists directly under their own production and to rapidly modify educational programs.

Creation and regulation of innovation and investment processes in the system of ensuring a high level of training of labour resources in the agrarian sector is a complex multilateral process. Effective organization of strategic development of public-private partnership in the agroindustrial complex plays a decisive role in the transport infrastructure of the agroindustrial complex.

ПРОГНОЗУВАННЯ ЄМНОСТІ ТА СТРУКТУРИ РИНКУ ЛИТИХ ЗАГОТІВОК

FORECASTING OF THE CAPACITY AND STRUCTURE OF THE MARKET OF CAST SECTIONS

УДК 338.27:621.74

Семенова Т.В.
к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва
Національна металургійна академія України

Статтю присвячено актуальним питанням прогнозування ємності та структури ринка литих заготовок. Проаналізовано основні методичні підходи до прогнозування обсягів споживання ливарної продукції. Вдосконалено методику прогнозування загальної потреби у виливках та за видами сплавів. Визначено методичні підходи до прогнозування структури ливарного виробництва за способами лиття. Обґрунтовано напрями його розвитку.
Ключові слова: *прогнозування, ринок, ємність ринку, споживання, ливарне виробництво.*

Статья посвящена актуальным вопросам прогнозирования емкости и структуры рынка литых заготовок. Проанализированы основные методические подходы к прогнозированию объемов потребления литейной продукции. Усовершенствована методика прогнозирования общей потребности в отливках и по видам сплавов. Определены методические подходы к прогнозированию структуры литейного производства по способам литья. Обоснованы направления его развития.
Ключевые слова: *прогнозирование, рынок, емкость рынка, потребление, литейное производство.*

The article is devoted to topical issues of forecasting the capacity and structure of the market for cast sections. The main methodological approaches are analysed for forecasting the volumes of consumption of foundry products. The technique of forecasting the general demand is improved for castings and for alloys. Methodical approaches are determined by forecasting the structure of foundry production by methods of casting. Directions of its development are justified.
Key words: *forecasting, market, market capacity, consumption, foundry.*

Постановка проблеми. Особливе місце в соціально-економічних дослідженнях належить економічному прогнозуванню, призначення якого – визначення можливих альтернатив економічного розвитку. Прогнозування дає змогу діяти з більшою орієнтацією на майбутнє, своєчасно вловлювати назріваючі тенденції, приймати обґрунтовані рішення. Мета прогнозування ємності та структури ринка литих заготовок полягає у розробленні науково обґрунтованого плану розвитку ливарного виробництва, який носить імовірнісний, але досить достовірний характер.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню прогнозування ємності та структури ринка литих заготовок присвячено праці таких учених, як М.Г. Афонькин, Т.Г. Бень, Я.А. Гольбин, М.В. Магницька, В.Л. Найдек, А.М. Чумак, В.М. Шестопал та ін.

Під час прогнозування масштабів ливарного виробництва деякі автори ставили перед собою завдання визначити потребу в литті з усіх сплавів [1; 2], інші ж прогнозували обсяг випуску виливків тільки із залізних сплавів [3–5].

Дослідники першої групи як базу для прогнозування використовували випуск виливків на душу населення [1] або обсяг виробництва сталі в країні [2]. При цьому враховувалися значення наведених показників у промислово розвинених країнах. Такі підходи не здаються досить обґрунтованими, оскільки кількість населення та виробленої в країні стали не мають прямого впливу на випуск виливків.

Друга група авторів під час прогнозування випуску виливків із залізних сплавів зазвичай використовувала як основу обсяг виробництва прокату [5]. Якщо умовно продовжити в майбутньому тенденції розвитку ливарного виробництва і прокату, то співвідношення випуску виливків із залізних сплавів до виробництва прокату буде постійно зменшуватися. Однак аналіз зарубіжних даних і результатів наукових досліджень показує зворотну тенденцію – до деякого збільшення випуску виливків порівняно з прокатом. Це зумовлено досягненнями у сфері автоматизації і розвитком способів лиття, які підвищують конкурентоспроможність виливків порівняно з іншими видами заготовок.

Загальним недоліком наявних підходів до прогнозування ємності ринка литих заготовок є те, що жоден із них не враховує розвиток галузей – споживачів виливків, обсяг експорту та імпорту, а також зменшення лиття внаслідок упровадження різних технологічних і організаційних заходів.

Постановка завдання. Метою дослідження є вдосконалення методичних підходів до прогнозування ємності та структури ринка литих заготовок за видами сплавів та способами виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільший попит на литі заготовки завжди був у чорній металургії, важкому і транспортному машинобудуванні, хімічній промисловості, нафтовому машинобудуванні, автомобілебудуванні, виробництві сільськогосподарської техніки, металообробних верстатів, двигунів внутрішнього згоряння, будівельно-дорожніх машин тощо, тому визначення темпів і пропорцій розвитку ливарного виробництва тісно пов'язане з розвитком цих галузей промисловості. Водночас рівень розвитку ливарного виробництва в чималому ступені визна-

чає якість і конкурентоспроможність машинобудівної продукції на світовому ринку.

Обсяг і структура споживання литих заготовок (за видами сплавів і способами виробництва) є основними параметрами, які визначають розвиток ливарного виробництва. Стабілізація та подальший розвиток галузі можливі тільки за умови збалансованості обсягів і структури виробництва виливків зі структурою й обсягами їх споживання. Для визначення необхідного обсягу випуску лиття потрібно виходити з потреби промисловості в литих заготовках і можливості експортних поставок.

Розвиток ливарного виробництва необхідно розглядати в рамках єдиної системи планування виробництва і споживання всіх видів металопродукції. Науково обґрунтованою потребою промисловості у виливках є такі обсяги і структура виробництва литих заготовок, які не тільки забезпечують повне задоволення металоспоживаючих галузей, а й вимагають найменших сукупних витрат усіх видів ресурсів у розрахунку на одиницю корисного ефекту машин і конструкцій.

Під час визначення перспективної потреби у виливках як вихідної бази для розрахунку пропонується використовувати вже відомі величини споживання виливків із різних сплавів у промисловості в базисному періоді. На величину потреби у виливках може впливати багато чинників, але врахувати в кількісному вираженні можливо тільки найбільш значущі. До основних факторів впливу належать:

– темп зростання продукції промисловості щодо базисного року, який надає прямий вплив на величину потреби у виливках. Цей фактор ураховувався і попередніми методиками [3];

– впровадження різних технологічних і організаційних заходів у споживаючих галузях промисловості, які можуть призвести до зниження або збільшення споживання виливків у будь-якій галузі промисловості. Так, перехід розливання сталі на МБЛЗ призводить до того, що скорочується потреба у виливницях, які становили близько 35% виробленого в Україні лиття. У деяких галузях може статися зворотне – збільшення потреби у виливках;

– заміна виливків з одного ливарного сплаву на інший. У результаті такої заміни, по-перше, знижується обсяг лиття з гіршого за будь-якими ознаками сплаву, по-друге, збільшується кількість виливків того сплаву, з якого вони надалі будуть виготовлятися. Слід ураховувати, що заміна одного сплаву на інший зазвичай супроводжується загальним зниженням потреби у виливках у натуральному вимірі. Це пов'язано з тим, що в деяких випадках 1 т лиття з таких високоякісних сплавів, як високоміцний чавун, легована сталь, алюміній тощо, може замінити 1,1 т і більше виливків зі сплавів низької якості (сірий чавун, вуглецева сталь тощо). Крім того, вироби з високоякісних сплавів, як правило, мають більший термін служби, що потрібно враховувати під час прогнозування потреби у виливках на тривалу перспективу;

– заміна виливків на інші види заготовок, яка призводить до зменшення потреби в литті. У результаті такої заміни передусім відбувається зниження обсягу випуску виливків зі сплавів низької якості. Потреба в литих заготівках із високоякісних сплавів під впливом цього чинника, як правило, не змінюється;

– заміна інших видів заготовок на виливки, у результаті якої відбувається збільшення потреби в литті на величину фізичного обсягу заміни, також можливе зниження випуску виливків за рахунок того, що перехід від більш гіршого з будь-якого погляду матеріалу на кращий зазвичай супроводжується економією останнього. Це відбувається у зв'язку з тим, що 1 т виливків деяких високоякісних сплавів часто можна замінити більшу кількість заготовок;

– упровадження прогресивних процесів і технологій виробництва в ливарних і механічних цехах. У результаті впровадження відбувається поліпшення якості виливків, що сприяє підвищенню їх довговічності, тому потреба в литті через невеликий період часу (5–10 років) знижується. Встановити точний кількісний вплив цього фактору на прогнозовану величину випуску виливків неможливо, проте є можливість, ураховуючи виробничу інформацію та експертні оцінки, визначити це приблизно;

– експорт та імпорт виливків. Наявні методики з прогнозування потреби у виливках не враховували обсяг експорту та імпорту лиття. Враховувати цей фактор можна, маючи інформацію про укладені договори щодо постачання виливків за кордон і з-за кордону, а також розроблену Інститутом проблем лиття концепцію розвитку ливарного виробництва України, якою передбачено значне збільшення експорту литих заготовок у країни СНД, Азії, Африки та Західної Європи.

На основі вищевикладеного нами був розроблений методичний підхід, який дає змогу визначати в прогнозованому періоді не тільки загальну потребу в литті (Р), а й у виливках із різних сплавів з урахуванням усіх факторів, які впливають на зміну потреби в них:

$$P_{ij} = \sum_j \sum_i \frac{P_{ij}^{б} \times T_j}{K_{1ij}} \times K_{2i} \times K_{3i} \times K_{4i} \times K_{5i} \times K_{6i} \times K_{7i} \times K_{8i}, \quad (1)$$

де i – вид сплаву, з якого виготовлено виливки;

$P_{ij}^{б}$ – споживання виливків i-го сплаву j-тою галуззю промисловості в базисному році, т;

T_j – темп зростання продукції j-тої галузі промисловості в натуральному виразі щодо базисного року;

коефіцієнти:

K_{1ij} – наскрізних витрат, який характеризує потребу j-тої галузі в i-му сплаві;

K_{2i} – зміни потреби у виливках i-го сплаву за рахунок упровадження різних технологічних заходів у галузях – споживачах ливарної продукції;

K_{3i} – зниження потреби у виливках i-го сплаву за рахунок виготовлення литих заготовок із більш якісного сплаву;

K_{4i} – обліку додаткової потреби у виливках i-го сплаву для заміни литих заготовок із менш якісного сплаву;

K_{5i} – зниження потреби у виливках i-го сплаву за рахунок застосування інших видів заготовок;

K_{6i} – обліку додаткової потреби у виливках i-го сплаву для заміни інших видів заготовок;

K_{7i} – обліку додаткової потреби у виливках i-го сплаву для експорту;

K_{8i} – зниження потреби у виливках i-го сплаву за рахунок імпорту литих заготовок.

Для розрахунку коефіцієнта, який ураховує додаткову потребу у виливках будь-якого сплаву для заміни литих виробів з менш якісного сплаву, потрібно знати, який обсяг продукції в прогнозованому періоді буде замінений на виливки з більш якісного сплаву. Також необхідно мати інформацію про коефіцієнт еквівалентності 1 т лиття з різних сплавів, який визначається фахівцями-ливарниками експериментальним методом у виробничих умовах.

Під час визначення потреби на тривалу перспективу рекомендується використовувати поправочні коефіцієнти, які враховують вплив збільшення терміну служби литих заготовок на зниження потреби у виливках.

Під час розрахунку коефіцієнта зниження потреби у виливках за рахунок імпорту слід мати на увазі, що привезені литі заготовки з одного сплаву можуть замінювати вітчизняні виливки з іншого сплаву. У такому разі необхідно враховувати коефіцієнт еквівалентності 1 т лиття з різних сплавів, який також використовується для розрахунку коефіцієнта обліку додаткової потреби у виливках одного сплаву для заміни литих виробів із менш якісного сплаву. Якщо імпортні виливки замінюють лиття з того ж сплаву, то коефіцієнт еквівалентності приймається рівним одиниці. Під впливом збільшення імпорту ливарної продукції знизиться обсяг потреби в литті того сплаву, який буде замінений для даного виду (або видів) виливків на імпортний.

Слід брати до уваги, що для усунення повторного рахунку для пов'язаних (у рамках єдиного технологічного циклу) галузей кожний наступний коефіцієнт розраховується з урахуванням впливу на величину потреби у виливках усіх попередніх коефіцієнтів, окрім K_{1j}.

Виконувати обчислення необхідно з урахуванням найбільш великих галузей – споживачів виливків. Для отримання більш точних результатів можна використовувати прогнозні дані про тенденції розвитку і більш дрібних галузей-споживачів лиття.

Здійснювати обчислення необхідно окремо для кожного з вибраних видів сплавів – спочатку підсумовується потреба за галузями-споживачами, тобто за j, в результаті якої ми отримаємо потребу кожної з них у виливках з i-го сплаву з урахуванням тенденцій розвитку галузей промисловості. Потім отримана величина коригується за допомогою наведених вище поправочних коефіцієнтів.

Таким чином, ураховується вплив усіх факторів на прогнозовану ємність та структуру ринка литих заготовок. Якщо підсумувати потребу в литті з усіх сплавів, то в результаті матимемо загальну потребу в литих заготовках.

Як ливарні сплави можна використовувати чавун, сталь і кольорове лиття. Однак у такому разі результати виявляться вельми приблизними, зважаючи на значне укрупнення даних. Якщо ж брати до уваги все різноманіття ливарних сплавів, то визначення потреби виявиться занадто трудомістким і складним із погляду отримання вихідної інформації завданням. Тому нами пропонується як сплави, на основі яких будуть проводитися обчислення, прийняти сірий, ковкий і високоміцний чавуни, сталь та кольорове лиття як основні ливарні матеріали. Залежно від мети прогнозування на основі розробленої формули можна окремо визначити потребу у виливках із таких сплавів, як легована і високолегована сталь, алюмінієві сплави тощо.

У більшості цехів України використовується лиття в піщано-глинисті форми, яке далеко не завжди є найкращим процесом для виготовлення різного виду виливків із погляду якості виробів і витрат на їх виробництво. У вітчизняній і зарубіжній літературі нами не було виявлено методичних підходів до оптимізації або прогнозування структури ливарного виробництва за способами лиття. Для прогнозування обсягів ливарної продукції, отриманої різними способами лиття, ми пропонуємо такий підхід:

1) використовуючи методику оцінки ефективності технологічних процесів [6], порівняти за різного обсягу випуску найбільш поширені і перспективні з погляду фахівців-ливарників способи лиття для виробництва деяких стандартних типів виливків;

2) визначити сфери можливого застосування декількох процесів для заміни використання одного способу лиття на інший – більш ефективний із погляду споживання ресурсів;

3) у знайдених сферах рекомендувати заміну одного процесу на інший за умови, що технологічна оцінка нового способу за наявної серійності

виробництва більш висока. Якщо в найближчий період передбачається збільшення випуску виливків, то, відповідно до запропонованої методики, слід збільшити обсяг виробництва тих процесів, оцінки ефективності яких у конкретних виробничих умовах вище. У разі зменшення випуску лиття повинен відбуватися зворотний процес, тобто зниження використання способів із низькими оцінками;

4) розрахувати обсяг застосування кожного способу лиття у натуральному вимірі та структуру ливарного виробництва за технологічними процесами.

Такий підхід не тільки дає змогу визначити співвідношення способів лиття, а й з урахуванням прогнозованої структури виливків за видами сплавів визначати обсяги випуску литих виробів різними технологічними процесами. Якщо відбувається зростання випуску виливків, то з'являється можливість збільшити застосування спеціальних способів лиття, впровадження кожного з яких має бути економічно обґрунтоване.

Висновки з проведеного дослідження. Маючи прогнозні дані щодо зростання випуску товарної продукції галузей машинобудування на перспективу, за обсягом експорту та імпорту виливків, варіантами зниження норм витрат різних видів заготовок на одиницю товарної продукції галузей-споживачів, науково-технічними розробками, призначеними для впровадження в прогнозованому періоді, які дають змогу зменшити виробництво виливків у натуральному виразі, можна розрахувати обсяг потреби лиття на перспективу.

Методика прогнозування ємності та структури ринку литих заготовок за видами сплавів та способами виробництва може бути використана під час вирішення питань завантаження виробничих потужностей, координації діяльності підприємств ливарного виробництва, проведення інвестиційної політики, розроблення програм і концепцій розвитку ливарного виробництва та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Найдек В.Л. Литейное производство Украины: проблемы и перспективы. Металл и литье Украины. 1994. № 11. С. 6–10.

2. Бурман П.Н., Фролова М.В. Прогнозирование потребности в отливках. Литейное производство. 1984. № 3. С. 30–31.

3. Афонькин М.Г., Магницкая М.В. Производство заготовок в машиностроении. Ленинград: Машиностроение, Ленингр. отделение, 1987. 256 с.

4. Гольбин Я.А. Прогнозирование потребности в отливках. Литейное производство. 1975. № 5. С. 2–3.

5. Чумак А.Н. Разработка методов определения, анализ и прогнозирование технико-экономического уровня литейного производства: дис. … канд. ек. наук: 08.00.21. Днепропетровск, 1988. 273 с.

6. Бень Т.Г., Семенова Т.В. Методичні основи оцінки нових технологій. Економіка України. 2000. № 6. С. 47–51.

REFERENCES:

1. Naydek V. L. (1994) Liteynoe proizvodstvo Ukrainy: problemy i perspektivy [Foundry production in Ukraine: problems and prospects]. Metall i lit'e Ukrainy, no. 11, pp. 6–10.

2. Burman P. N., Frolova M. V. (1984) Prognozirovanie potrebnosti v otlivkakh [Forecasting the need for castings]. Liteynoe proizvodstvo, no. 3, pp. 30–31.

3. Afon'kin M. G., Magnitskaya M. V. (1987) Proizvodstvo zagotovok v mashinostroenii [Production of blanks in mechanical engineering]. Leningrad: Mashinostroenie, Leningr. otdelenie. (in Russian)

4. Gol'bin Ya. A. (1975) Prognozirovanie potrebnosti v otlivkakh [Forecasting the need for castings]. Liteynoe proizvodstvo, no. 5, pp. 2–3.

5. Chumak A. N. (1988) Razrabotka metodov opredeleniya, analiz i prognozirovanie tekhniko-ekonomicheskogo urovnya liteynogo proizvodstva [Development of methods for determining, analyzing and forecasting the technical and economic level of the foundry] (PhD Thesis), Dnepropetrovsk: Dnipropetrovsk Metallurgical Institute.

6. Ben' T. G., Semenova T. V. (2000) Методичні основи оцінки нових технологій [Methodological basis for evaluation of new technologies]. Ekonomika Ukrainy, no. 6, pp. 47–51.

Semenova T.V.
Candidate of Economic Sciences
Senior Lecturer at Department of Economics and Entrepreneurship
National Metallurgical Academy of Ukraine

FORECASTING OF THE CAPACITY AND STRUCTURE OF THE MARKET OF CAST SECTIONS

The output of castings per capita, the capacity of steel or rolled steel production are the determining factors of existing approaches for predicting the capacity and structure of the market for cast sections. Such approaches do not seem to be sufficiently substantiated since the population and the steel or rolled products, which are produced in the country, do not have a direct influence on the production of castings.

The capacity and structure of consumption of cast sections (by types of alloys and methods of production) are the main parameters for development of foundry production. It is necessary to proceed from the demand of the industry for cast sections and the possibility of export deliveries to determine the required volume of output.

We have developed a methodical approach. It allows determining not only the general need for casting but also in castings from various alloys taking into account all the factors affecting the change in the demand for them in the forecast period:

– actual consumption of castings from different alloys by various industries;
– the rate of growth of industrial products;
– the need of industries for castings from a specific alloy;
– change in the demand for castings due to the introduction of technological measures in consumer industries;
– reduced demand for castings from an alloy due to their production from a better one;
– an additional need for castings of an alloy for the replacement of cast products from a less quality alloy;
– reduced demand for castings due to the use of cast substitutes;
– an additional need for castings of the alloy to replace other types of sections;
– an additional need for castings for export;
– reduced demand for castings due to imports of cast sections.

The methodology for forecasting the capacity and structure of the market for cast sections by types of alloys and methods of production can be used to solve questions of loading production capacities, coordinating the activities of foundry enterprises, pursuing investment policies.

АРХІТЕКТОНІКА ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
ARCHITECTONICS OF STATE INVESTMENT POLICY

УДК 330.322.14

Сержанов В.В.
к.е.н., доцент,
декан економічного факультету
Ужгородський національний університет

У статті приділено увагу опису окремих із найпоширеніших розділів державної інвестиційної політики та стратегій для реалізації після її створення та прийняття. Доведено, що результативність державної інвестиційної політики залежить від мети її прийняття, джерел фінансування та інших складників. Розкрито зміст основних розділів, які мають бути включені до програмного документу, що засвідчує прийняття державної інвестиційної політики. До них належать такі: сфера дії, цілі, розподіл повноважень і відповідальності, етика й конфлікт інтересів, фінансові установи, рекомендації з охорони і захисту, гарантії, звітність. Дотримання архітектоніки є одним з інструментів активної інвестиційної політики і відображає цілі та пріоритетні напрями соціально-економічного розвитку країни.

Ключові слова: *інвестиції, інвестиційна політика, структура національної економіки.*

В статье уделено внимание описанию некоторых из самых распространенных разделов государственной инвестиционной политики и стратегий для реализации после ее создания и принятия. Доказано, что результативность государственной инвестиционной политики зависит от цели ее принятия, источников финансирования и других составляющих. Раскрыто содержание основных разделов, которые должны быть включены в программный документ, удостоверяющий принятие государственной инвестиционной политики. К ним относятся: сфера действия, цели, распределение полномочий и ответственности, этика и конфликт интересов, финансовые учреждения, рекомендации по охране и защите, гарантии, отчетность. Соблюдение архитектоники является одним из инструментов активной инвестиционной политики и отражает цели и приоритетные направления социально-экономического развития страны.

Ключевые слова: *инвестиции, инвестиционная политика, структура национальной экономики.*

An attention of this article is devoted to the description of some of the most common sections of state investment policy and strategies for the implementation after its creation and adoption. It is proved that the effectiveness of state investment policy depends on the purpose of its adoption, funding sources, and other components. In the course of the study, disclosed the content of the main sections, which should be included in the program document confirming the adoption of the state investment policy. These include: scope, objectives, a division of powers and responsibilities, ethics and conflict of interest, financial institutions, recommendations for protection, guarantees, and reporting. Observance of architectonics is one of the tools of active investment policy and reflects the goals and priorities of socio-economic development of the country.

Key words: *investments, investment policy, structure of national economy.*

Постановка проблеми. Сучасна інвестиційна політика є важливим інструментом для окремої держави, уряду, керівництва. Кожна інвестиційна політика унікальна, тому формат, послідовність та вміст можуть відрізнятися серед юрисдикцій, навіть тих держав чи регіонів, які дуже схожі між собою за географічною, суспільно-політичною чи економічною ознакою. Причинами цього є відмінності державних законів, розміри організації, толерантність до ризику та інших причин. Навіть структура самої інвестиційної політики може змінюватися.

Зважаючи на особливості розвитку держав та регіонів, які різняться між собою за географічними, суспільно-політичними чи соціально-економічними ознаками розвитку національної економіки, тема даного наукового дослідження є вельми цікавою та перспективною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Внесок у формування теоретичних та практичних основ дослідження розвитку національного господарства та формування теоретичних та практичних основ дослідження державної інвестиційної політики в контексті розбудови національної економіки господарства зробили відомі вітчизняні вчені: В. Геєць, С. Єрохін, М. Єрмошенко, В. Шевчук, І. Штулер та ін. У дослідження умов, особливостей, стану та передумов формування державної інвестиційної політики здійснили внесок такі вчені та практики: Л. Гриценко, С. Ілляшенко, І. Тарасова, Л. Федулова та ін.

Постановка завдання. У статті описано окремі з найпоширеніших розділів державної інвестиційної політики та стратегій для реалізації після її створення та прийняття.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результативність державної інвестиційної політики залежить від мети її прийняття, джерел фінансування та інших складників.

На рис. 1. наведено архітектоніку державної інвестиційної політики.

Розкриємо заявлену послідовність формування, прийняття, імплементації та впровадження державної інвестиційної політики.

1. Прийняття програмного документа, котрий визначає основні напрями розвитку державної інвестиційної політики. До основних розділів, які мають бути включені до програмного документа, що засвідчує прийняття державної інвестиційної політики належать такі: сфера дії, цілі, розподіл повноважень та відповідальності, етика та конфлікт інтересів, фінансові установи, рекомендації з охорони та захисту, гарантії, звітність.

Розглянемо детально зміст кожного розділу такого програмного документу.

Прийняття програмного документа, який визначає основні напрями розвитку державної інвестиційної політики.

Імплементація державної інвестиційної політики на рівні держави, регіонів, підприємств та організацій.

Упровадження державної інвестиційної політики.

Рис. 1. Архітектоніка державної інвестиційної політики

Джерело: складено автором

Сфера дії. Під час визначення сфери застосування та дії державної інвестиційної політики, юрисдикційно повинні бути визначені конкретні фонди, які будуть здійснювати таке регулювання. Цей розділ має базуватися на державних законах, які дозволяють отримувати та регулювати інвестиції.

Тобто корисним є визначення тих різновидів джерел коштів, які будуть використані. Наприклад, до сфери дії інвестиційної політики можуть включатися багато типів та видів різних фондів (резервні, корпоративні інвестиційні та пенсійні фонди капітальні проекти тощо).

Інвестиційна політика може включати в себе резерви на інвестування, якщо це передбачається, то це має бути враховано і включати конкретно відображений механізм, що містить інформацію щодо порядку реалізації дозволених та передбачених інвестицій.

Інвестиційні цілі. Інвестиційні цілі для інвестованих коштів, насамперед призначені для захисту грошей платників податків від ризику їх втрати. Найбільш поширені цілі:

1. Безпека принципала.
2. Ліквідність.
3. Дивіденди (винагорода) або конкурентоспроможна ставка прибутку.
4. Прозорість або здатність зацікавлених сторін переглядати інвестиційну інформацію в режимі реального часу.
5. Відповідність або впевненість, що інвестиційний портфель входить у всі параметри, викладені в державній інвестиційній політиці (наприклад, кредитні рейтинги, розподіл активів, ліміти строку погашення або самовизначення обмежень).

Розподіл повноважень та відповідальності. Відповідальність і повноваження для кожної особи, яка бере участь в управлінні державним інвестиційним фондом, повинні бути конкретно деталізовані.

Належний рівень дозволу повинен бути наданий конкретному співробітнику, що дає змогу ефективно управляти інвестиційною програмою, в іншому разі це завдання повинно бути делеговано сторонній інвестиційній фірмі.

Цей розділ також має посилатися на внутрішній контроль, який призначений для мінімізації ризику втрат від шахрайства, помилки працівників або перекручування.

Етика та конфлікт інтересів. Інвестиційна політика держави повинна вимагати дотримання стандарту обережності в управлінні залученими чи вкладеними коштами. Державна політика має також розглядати потенційні конфлікти та інтереси державних службовців, працівників та будь-яких третіх сторін, які беруть участь в інвестиційному процесі. Ці сторони повинні бути відсторонені від проведення будь-якої особистої діяльності, яка може конфліктувати з належним виконанням та управлінням інвестиційною програмою, оскільки це може погіршити її здатність приймати неупереджені інвестиційні рішення.

Посадовим особам, яким делегуються повноваження і відповідальність за здійснення інвестування, також повинні бути заборонені особисті інвестиційні угоди з тією самою стороною, що проводить державні інвестиційні угоди.

Фінансові установи. Державна інвестиційна політика повинна визначити ті сторони, які вповноважені проводити операції від імені уряду. У цьому розділі повинні бути виписані вимоги до включення в список тих, хто має повноваження керувати ним.

Фінансові установи, що хочуть вести справи з державою в особі уряду, повинні бути в «хорошому» фінансовому стані. Також фінансові установи повинні періодично виконувати належну перевірку експертиз своїх уповноважених брокерів та дилерів, а також вимагають конкурентних пропозицій або пропозицій від окремих брокерів і дилерів, щоб переконатися, що вони отримують справедливі ринкові ціни для інвестицій.

Цей розділ також має визначати список типів та параметрів безпеки в межах кожного типу, включаючи ліміти розподілу, граничні строки погашення та мінімальні вимоги до рейтингу фінансової установи.

Також у цьому розділі слід звернути увагу на диверсифікацію, яка повинна бути оптимізована для мінімізації загального ризику втрат. Державна

інвестиційна політика повинна визначати максимальний відсоток або бажаний цільовий діапазон у будь-якому конкретному інвестиційному типі і бути здатною вирішити в будь-який термін питання управління ліквідністю.

Рекомендації з охорони та захисту. Державна інвестиційна політика повинна застосовувати математичний апарат для убезпечення інвестицій. Удалим варіантом є застосування методу розрахунку інвестиційних транзакцій разом із тим, яким способом та де саме будуть зберігатися цінні папери. У цьому розділі окремим пунктом слід урахувати витрати на процес доставки та платежу (розрахункова процедура, що передбачає оплату готівкою, повинна бути зроблена до або в той же час, що забезпечує безпеку), а також хто має право на це. Включення цієї інформації в інвестиційний процес гарантує, що уряд фізично отримує всі поставки до здійснення оплати, що автоматично веде до мінімізації потенційних втрат.

Ключовим етапом у процесі охорони та захисту є ідентифікація та призначення центрального зберігача для державних інвестиційних запасів. Зберігач повинен бути ідентифікований за назвою на національному рівні та визнаний депозитарієм. Окрім того, зберігач повинен забезпечувати регулярний доступ (як правило, щомісяця) до незалежних звітів та надавати підтвердження переваг. Отримані від третіх сторін розрахункові послуги та послуги зберігання цінних паперів значно мінімізують ризик шахрайства та втрат в інвестиційному портфелі.

Гарантії. Для здійснення повсякденних операцій інвестиційні ресурси повинні володіти ліквідністю та зберігатися на депозиті у фінансовій установі, щоб забезпечити доступність. Саме це відрізняє їх від довгострокових інвестицій. Хоча правила і підхід варіюється від держави до держави, один момент є критичним: депозити, які перевищують максимально допустимий рівень, потребують обов’язкового страхування або повинні бути забезпечені заставою, щоб убезпечити собі ймовірний ризик утрат. В окремих країнах є фонд забезпечення, в якому держава зобов'язала брати участь усі фінансові установи. У цьому разі просте посилання на ризик може бути задовільним. Більшість держав не має такого гарантійного фонду чи банку, однак для того щоб володіти гарантіями, потрібно мати загальний гарантійний банк та в ньому визначити норму застави.

Також у даному розділі необхідно визначити, коли вимагається конкретне забезпечення.

Звітність. Даний розділ повинен визначити конкретні обставини, про які потрібно звітувати на регулярній основі (наприклад, щомісяця, щокварталу, щорічно). Інвестиційна звітність переслідує багато цілей, включаючи оцінку інвестиційних проектів, компаній та їх поточну продуктивність Як мінімум це повинно забезпечити:

– наявні поточні запаси на всіх рівня безпеки (включаючи договори, процес інвестування, врегулювання спорів та строки погашення, дохідність до погашення та інші особливості інвестиції);
– тип безпеки та класифікацію;
– деталі інвестиційної транзакції;
– поточну ринкову вартість кожного інвестиційного проекту чи компанії;
– порівняння загальної продуктивності інвестицій проти бажаних орієнтирів.

Звітування також може слугувати основою для звірки. Інвестиційні фонди в рамках звіту можна порівняти, враховуючи інвестиційні параметри політики для забезпечення її відповідності.

Поточні інструменти звітності часто можуть бути щоденними, що значно підвищує прозорість інвестицій.

2. Імплементація державної інвестиційної політики на рівні держави, регіонів, підприємств та організацій. Обмін досвідом – чудовий спосіб отримати найкращі приклади інвестиційних політик, які можуть бути у розробленні чи перегляді політики. Використання прикладів – це чудовий спосіб заощадити час і забезпечити відповідність інвестиційної політики тим результатам, які визначено. Проте пам'ятаючи про те, що кожна інвестиційна політика є унікальною.

Потрібно розглянути основні питання, щоб пристосувати державну інвестиційну політику до особливостей держави, обставин та визначити ставлення до ризику. Наприклад, якщо інвестиційний портфель складається, головним чином, з операційних фондів із високим рівнем ліквідності, то в такому разі державна інвестиційна політика може мати обмеження строку погашення. Іншим фактором, який слід ураховувати, буде рівень комфорту, адже держава вправі віддати перевагу прийняттю більш консервативної інвестиційної політика. Доступ до інформації стосовно інвестицій також може вплинути на прийняття інвестиційної політики та процес її організації, що робить ці умови чинником розвитку політики.

3. Впровадження державної інвестиційної політики.

Прийняття. Державні установи та організації повинні здійснювати власний контроль над прийнятою на державному рівні інвестиційною політикою. Також варто слідкувати за її оновленням чи пропонувати зміни до інвестиційної політики шляхом здійснення визначених дій незалежно від того, прийнята державна інвестиційна політика постановою, резолюцією або іншим будь-яким програмним документом. Її установлення дає державній інвестиційній політиці верховенство права, що робить її структурою, у межах якої інвестиційний портфель повинен бути керований. Інакше державна інвестиційна політика є лише керівним принципом.

Проведення щорічного огляду. Час рецесії та криза 2007 та 2012 рр. нагадали нам, наскільки важливо мати нову державну інвестиційну політику. Хоча негативні чи позитивні події в національних, державних та місцевих економіках не повинні бути винятковою причиною для регулярного перегляду інвестиційної політики. Додатково певні причини можуть передбачати оновлення наявних правил до прийнятих інвестиційних програм. Даний підхід підтверджує, що всі аспекти інвестиційної політики відповідають сучасній інвестиційній стратегії, що забезпечує гнучкість, так само, як і ринки з фіксованим доходом, де інвестуються державні кошти.

Висновки з проведеного дослідження. У статті проаналізовано архітектоніку побудови державної інвестиційної політики як одного з інструментів, що здатен забезпечити вирішення першочергових завдань успішного розвитку національної економіки.

Хоча державна інвестиційна політика не є гарантією уникнення збитків або інших ризиків, пов'язаних із казначейством та інвестиціями, проте належним чином написана та актуальна інвестиційна політика є важливим інструментом. Це мінімізує ризик утрати і пропонує багато інших пільг. Створення програмного документу розвитку інвестиційної політики містить рекомендації, місця обмежень на інвестиції, види та строки погашення, а також визначає обсяг та інвестиції цілі інвестиційної програми прийнятої державної інвестиційної політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інвестиційна політика в Україні: монографія / Б.М. Данилишин, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. Донецьк: Юго-Восток, ЛТД, 2006. 292 с.

2. Кондрашова М.В. Теоретичні основи формування державної інвестиційної політики на рівні регіону. Держава та регіони. Серія «Державне управління». 2008. № 2. С. 118–121.

3. Крейдич І.М. Систематизація джерел забезпечення формування інвестиційної політики. Інвестиції: практика та досвід. 2008. № 18. С. 10–13.

4. Марцин В. Удосконалення державного регулювання інвестиційної діяльності в економіці України. Актуальні проблеми економіки. 2007. № 5(71). С. 52–53.

5. Мартиненко В.Ф. Формування інвестиційної моделі розвитку України: методологічний аспект. Вісник Української академії державного управління при Президентові України. 2003. № 3. С. 172–179.

6. Музиченко А.С. Державне регулювання інвестиційної діяльності: монографія. К.: Науковий світ, 2001. 345 с.

7. Організаційно-економічні аспекти інноваційного оновлення національного господарства: наук. монографія / За ред. М.М. Єрмошенка, С.А. Єрохіна. К.: НАУ, 2008. 216 с.

8. Сокуренко П.І., Кришан О.Ф. Інвестиційна політика як ефективна форма управління ухваленням інвестиційних рішень. Європейський вектор економічного розвитку. 2010. № 1(8). С. 208–214.

9. Федулова Л.І. Фінансовий імператив інститутів розвитку. Фінанси України. 2012. № 4. С. 13–26.

10. Штулер І.Ю. Перспективні напрями забезпечення рівноважного розвитку національної економічної системи в умовах глобалізації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент». 2015. Вип. 14. С. 94–99.

11. Штулер І.Ю., Сержанов В.В. Вплив інвестиційної політики на гомеостазис національної економічної системи крізь призму інновацій. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. № 2. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/2-2016-ukr.

12. Яценко А.В. Формування інвестиційної політики зі стратегічних позицій розвитку України. Інвестиції: практика та досвід. 2010. № 8. С. 12–17.

REFERENCES:

1. Danylyshyn B.M. Investytsiyna polityka v Ukrayini: Monohrafiya / B.M. Danyly- shyn, M.KH. Korets'kyy, O.I. Datsiy – Donets'k: Yuho-Vostok, LTD, 2006. – 292 s/

2. Kondrashova M.V. Teoretychni osnovy formuvannya derzhavnoyi investytsiynoyi po- lityky na rivni rehionu / M.V. Kondrashova // Derzhava ta rehiony (Seriya: Derzhavne upravlinnya) – 2008. – № 2. – S. 118-121.

3. Kreydych I.M. Systematyzatsiya dzherel zabezpechennya formuvannya investytsiynoyi polityky / I.M. Kreydych // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. – 2008. – № 18. – S. 10-13.

4. Martsyn V. Udoskonalennya derzhavnoho rehulyuvannya investytsiynoyi diyal'nosti v ekonomitsi Ukrayiny / V. Martsyn // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2007. – № 5 (71). – S. 52–53.

5. Martynenko V. F. Formuvannya investytsiynoyi modeli rozvytku Ukrayiny: metodolohichnyy aspekt / V. F. Martynenko // Visnyk Ukrayins'koyi Akademiyi derzhavnoho upravlinnya pry Prezydentovi Ukrayiny. – 2003. – № 3. – S. 172–179.

6. Muzychenko A. S. Derzhavne rehulyuvannya investytsiynoyi diyal'nosti : monohrafiya / A. S. Muzychenko. – K. : Naukovyy svit, 2001. – 345 s.

7. Orhanizatsiyno-ekonomichni aspekty innovatsiynoho onovlennya natsional'noho hospodarstva: nauk. monohrafiya/ nauk.red. M.M. Yermoshenko, S.A. Yerokhin. – K.: NAU, 2008. – 216s.

8. Sokurenko P. I. Investytsiyna polityka yak efektyvna forma upravlinnya ukhvalennyam investytsiynykh rishen' / P. I. Sokurenko, O. F. Kryshan // Yevropeys'kyy vektor ekonomichnoho rozvytku. – 2010. – № 1 (8). – S. 208–214

9. Fedulova L.I. Finansovyy imperatyv instytutiv rozvytku/ L.I. Fedulova// Finansy Ukrayiny. – 2012. – № 4. – s. 13-26.

10.Shtuler I.Y. Perspektyvni napryamy zabezpechennya rivnovazhnoho rozvytku natsional'noyi ekonomichnoyi systemy v umovakh hlobalizatsiyi /

I.Y. Shtuler // Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: “Ekonomika i menedzhment”. – Vypusk 14. – 2015. – S. 94-99.

11. Shtuler I.Y. Vplyv investytsiynoyi polityky na homeostazys natsional'noyi ekonomichnoyi systemy kriz' pryzmu innovatsiy [Elektronnyy resurs] / I.YU. Shtuler, V.V. Serzhanov // Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya. – 2016. – № 2. – Rezhym dostupu do zhurnalu: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/2-2016-ukr

12. Yatsenko A. V. Formuvannya investytsiynoyi polityky zi stratehichnykh pozytsiy rozvytku Ukrayiny / A. V. Yatsenko // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. –2010. – № 8. – S. 12–17.

Serzhanov V.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of Faculty of Economics,
Uzhhorod National University

ARCHITECTONICS OF STATE INVESTMENT POLICY

The article analyses the architectonics of the construction of a state investment policy as one of the tools that can solve the priority tasks of successful development of the national economy.

The main attention of this article is devoted to the description of some of the most common sections of state investment policy and strategies for the implementation after its creation and adoption. It is proved that the effectiveness of state investment policy depends on the purpose of its adoption, funding sources, and other components. In the course of the study, the content of the main sections to be included in the program document, which certifies the adoption of the state investment policy, includes the following areas: scope, objectives, division of powers and responsibilities, ethics and conflict of interests, financial institutions, recommendations on protection, guarantees, reporting.

Although public investment policy is not a guarantee of avoiding losses or other risks associated with treasury and investment, a properly written and relevant investment policy is an important tool. This minimizes the risk of loss and offers many other benefits. The creation of a program document for investment policy development contains recommendations, places for investment restrictions, types and maturities, as well as defines the scope and investment objectives of the investment program of the adopted state investment policy.

Observance of architectonics is one of the tools of active investment policy and reflects the goals and priorities of socio-economic development of the country.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ*

UKRAINIAN ECONOMY'S DIGITALIZATION: CONCEPTUAL GROUNDS

УДК 330.47:378:37.01:001.9

Данніков О.В.
к.е.н., старший науковий співробітник
Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України
Січкаренко К.О.
к.г.н., старший науковий співробітник
Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України

У статті представлено результати аналізу сучасного стану цифровізації. Виявлено основні тенденції цього процесу і те, як вони впливають на макроекономічні показники у цілому. Об'єктом дослідження є процес цифровізації економіки України. Проблематика дослідження цифрової економіки є дещо новою для української економічної думки. Разом із тим проникнення нових технологій у підприємницьку діяльність, громадське життя, державне управління відбувається дуже швидко. Протягом останнього десятиріччя технологічні процеси у виробництві, споживанні та продажах під впливом інформатизації суспільства змінилися докорінно. Громадська і практична значущість цих змін представляє суттєвий науковий інтерес, яким зумовлюється актуальність дослідження.

Ключові слова: *цифрова економіка, цифровізація, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), інформаційно-мережева економіка, інформатизація, цифрова трансформація, інформаційне суспільство, цифрова інфраструктура, цифрові компетенції.*

В статье представлены результаты анализа современного состояния цифровизации. Выявлены основные тенденции этого процесса и установлено, каким образом они влияют на макроэкономические показатели в целом. Объектом исследования является процесс цифровизации экономики Украины. Проблематика исследования цифровой экономики является несколько новой для украинской экономической мысли. Вместе с тем проникновение новых технологий в предпринимательскую деятельность, общественную жизнь, государственное управление происходит очень быстро. В течение последнего десятилетия технологические процессы в производстве, потреблении и продажах под влиянием информатизации общества изменились коренным образом. Общественная и практическая значимость этих изменений представляет существенный научный интерес, которым обуславливается актуальность исследования.

Ключевые слова: *цифровая экономика, цифровизация, информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), информационно-сетевая экономика, информатизация, цифровая трансформация, информационное общество, цифровая инфраструктура, цифровые компетенции.*

The article presents the results of the analysis of the current state of Ukrainian economy's digitalization. The authors recognized digitalization's main trends and their influence on the economic situation. The object of research is the process of digitalization of the Ukrainian economy. Problems of researching the digital economy are somewhat new for Ukrainian economic science. At the same time, the penetration of new technologies into entrepreneurial activity, public life, public administration is very fast. During the last decade, technological processes in production, consumption, and sales under the influence of the information revolution of society have changed radically. The social and practical significance of these changes is of considerable scientific interest, which determines the relevance of the study. The aim of the research is to systematize, generalize, and develop scientific views on the digitalization of the economy within the framework of the basic concepts.

Key words: *digital economy, digitalization, information and communication technologies (ICT), information economy, informatisation, digital transformation, information society, digital infrastructure, digital competencies.*

Постановка проблеми. Поняття цифрової економіки складне і багатогранне, й у науковому середовищі нині немає консенсусу в тому, що слід розуміти під цим явищем. Згідно з найбільш поширеним визначенням, цифровою економікою слід уважати ту частину економічної діяльності, яка спирається на використання цифрових технологій. Масштаби і суть такої діяльності швидко змінюються: цифрова економіка, її обсяг і складність структури стрімко зростають. Очевидним є її прямий вплив на економічні процеси в кожній країні. В Україні аналогічні процеси почали активно розвиватися дещо пізніше, ніж в економічно розвинених країнах, у силу низки обставин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведене дослідження спирається на методологічні положення загальноприйнятої концепції цифрової економіки. Методологічною базою у створенні гіпотези наукового пізнання слугували результати монографічних досліджень і публікацій у царині інформаційно-мережевої економіки – праці знаних учених у сфері економічної теорії академіків НАНУ О.Г. Білоруса і В.М. Геєця, членкорів НАНУ А.А. Гриценко та В.Р. Сіденко, професорів Т.І. Артьомової й О.Л. Яременко та ін. Інформаційною базою аналітичних досліджень стали інструктивні та методичні матеріали органів виконавчої влади – Кабінету Міністрів України, офіційні статистичні та оціночні дані про стан процесу цифровізації української економіки.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у систематизації, узагальненні та розвитку наукових поглядів щодо цифровізації економіки (digitalization of the economy) в межах основних концепцій, поглибленому розумінні економічних змін, що відбуваються в українському суспільстві, для теоретичного обґрунтування й тлумачення економічних категорій за умов сучасних соціально-економічних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. За сучасних умов важко з'ясувати витоки і ґенезу

* публікацію підготовлено за виконання НДР «Формування інституційної архітектоніки інформаційно-мережевої економіки», державний реєстраційний номер № 0117U001686

концепції інформаційно-мережевої економіки, адже на термінологічному рівні ідеї «постіндустріального розвитку» та «інформаційного суспільства» спочатку мали помітне соціалістичне забарвлення. Є думка, що ці поняття зобов'язані своїм походженням англійським лівим соціалістам, які дотримувалися марксистської концепції й у такий спосіб намагалися визначити особливості форм економічної влади на противагу індустріальному (капіталістичному) ладу [5, с. 55].

Термін «постіндустріальне суспільство» був уведений до наукового обігу А. Кумарасвамі (1914 р.), автором досліджень «доіндустріального розвитку» азіатських країн. Пізніше цей термін досить широко використовувався А. Пенті (1917, 1922 рр.), теоретиком англійського ліберального соціалізму, який навіть виносив його в заголовки власних публікацій, позначаючи таким чином «ідеальне суспільство». Значний внесок у розвиток концептуальних засад зробив проф. Гарвардського та Колумбійського університетів США Деніел Белл, який у 1973 р. опублікував відому працю «Майбутнє постіндустріальне суспільство. Досвід соціального прогнозування» (The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting), у якій запропонував логіку «доіндустріальне → індустріальне → постіндустріальне суспільство». На думку вченого, суспільство досягає постіндустріальної стадії розвитку, якщо трансформуються основи його виробничої діяльності. Схожих поглядів, але набагато раніше, дотримувався інший відомий учений – академік В.І. Вернадський, який важливими етапами незворотної еволюції біосфери вважав її перехід до стадії ноосфери; розвиток всеохоплюючих систем зв'язку; створення єдиної для людства інформаційної системи [5, с. 51].

В англомовній літературі проблематика цифрової економіки (digital economy) являє собою окремий науковий напрям. Нині основна частина досліджень сконцентрована на таких питаннях, як вплив цифровізації на ефективність економічної системи взагалі та її наслідків щодо сталого розвитку економіки, а також на дослідженнях у цій сфері на рівні окремих країн і регіонів. В українській науковій літературі дослідження цифровізації не мають такої довгої передісторії, але також привертають велику кількість дослідників. Основними проблемами, які піднімаються в українських наукових працях, є вивчення концептуальних основ цифрової економіки (А. Бабкін, 2017 р.), перспектив розвитку цифрової економіки та вплив цифрових технологій на інноваційний розвиток і суспільний прогрес (К. Єремейчук), а також прикладних проблем, пов'язаних із цією проблематикою, наприклад розвиток роздрібної, електронної (дистанційної) торгівлі (В. Купріяновський, 2016 р.).

Авторський підхід до тлумачення економічних категорій полягає у такому. Аналіз різних джерел у царині економічної теорії дав змогу зробити висновок про неоднозначність тлумачення концептуальних засад «інформаційно-мережевої економіки» на тлі соціально-економічних трансформацій, пов’язаних з інформатизацією суспільства. Але у науковій спільноті та експертному середовищі відбувається усвідомлення наявних викликів щодо інструментів розвитку цифрових інфраструктур, необхідність набуття суспільством цифрових компетенцій, а також визначення критичних сфер та проектів цифровізації: стимулювання внутрішнього ринку та вітчизняного бізнесу; використання та споживання інформаційно-цифрових технологій як каталізатора розвитку товарного ринку. Необхідно зазначити, що разом з іншими колегами-дослідниками ми дійшли висновків, що концептуальне тлумачення економічних категорій, зокрема семантика та дефініції термінів «інформаційно-мережева економіка», «цифрова економіка», «цифровізація (диджиталізація)», «інформаційне суспільство», «цифрова безпека», «медіакратія» (від англ. mediokratie), «нетократія» (від англ. netocracy), «цифрові компетенції» (навички), й досі лишаються нечіткими. На нашу думку, теоретичне обґрунтування та тлумачення цих понять деякими вченими спираються виключно на етимологію запозичених зарубіжних, переважно англомовних, термінів. Уважаємо, що семантика та дефініції вимагають уточнення і на разі придатні для опису лише теоретично можливих майбутніх змін у суспільстві (рис. 1).

На нашу думку, важливим складником цифрової трансформації економіки України є цифровізація освітніх процесів та набуття цифрових компетенцій суспільством на шляху до поглиблення європейської інтеграції.

Сучасний стан цифровізації економіки України. У науковій літературі існує низка загальноприйнятих параметрів, за допомогою яких визначають ступінь цифровізації економіки (digitalization of the economy) країни, зокрема найбільш поширеними вважаються: охоплення Інтернетом; частка електронної торгівлі в роздрібному товарообігу; частка суспільства, яка володіє цифровими компетенціями й отримує послуги від держави онлайн. Згідно з такими параметрами цифровізації економіки, Україна істотно відстає від середньостатистичного рівня деяких країн ЄС (табл. 1).

Станом на 2015 р. показник частки цифрової економіки України був відносно невеликий. Так, він явно нижче не тільки показника в економіці США або ЄС, а й країн БРІКС (табл. 2).

При цьому можна виділити чотири найбільш істотних фактори, які сприяють захопленню частки цифровізації економіки: витрати домогосподарств у цифровій сфері, частка інвестицій у цифрову сферу приватних компаній, інтенсив-

ність державної участі у цифровізації й частка ІКТ у зовнішній торгівлі. Саме приватний сектор в Україні демонструє найбільшу зацікавленість у цифровізації. Це однозначно свідчить на користь твердження про те, що цифровізація економічної діяльності, широке застосування інформаційних технологій сприяють зростанню продуктивності праці й ефективності підприємницької діяльності. Невисокий показник цифровізації економіки України у цілому зумовлений малим залученням домогосподарств у використання цифрової сфери, а також обмеженою участю держави (до недавнього часу) [1, с. 48].

При цьому спостерігаються дві різноспрямовані тенденції. Перша полягає у тому, що показники проникнення (охоплення) Інтернету (як стаціонарного, так і мобільного) у повсякденне життя українців мало відстають від аналогічних показників деяких країн ЄС, наприклад Польщі. Друга тенденція виражається у тому, що за низкою інших характеристик (частки онлайн-торгівлі, наявності сайту в організації) Україна відстає майже вдвічі. Такий стан речей можна пояснити тим, що низка процесів цифровізації в українській економіці почалася значно пізніше, ніж в європейських країнах, і це відставання спостерігається досі.

Слід зазначити, що серед самих країн ЄС рівень цифровізації економіки істотно відрізняється. Так, серед «старих» членів Союзу, а також у скандинавських країнах це показник максимальний. Водночас у центральноєвропейських країнах ступінь цифровізації економіки аналогічний українському показнику [1, с. 47].

Перше можна пояснити тією обставиною, що особливістю країни є істотний розрив поколінь у контексті інтенсивності використання цифрових

Рис. 1. Авторський підхід до тлумачення економічних категорій «інформаційно-мережева» – «цифрова економіка»

Таблиця 1

Доступ до цифрових сервісів в Україні (2016 р.)

Цифровий сервіс	Показник в Україні (%)	Показник у ЄС (%)
Частка електронної торгівлі у роздрібній торгівлі	4	7
Частка організацій, які застосовують CRM-системи	10	33
Частка людей, які купують онлайн	23	55
Частка людей, які отримують послуги онлайн	29	48
Частка організацій, які мають сайт	43	77
Проникнення мобільного Інтернету	47	57
Проникнення смартфонів	60	62
Проникнення Інтернету	73	82

Джерело: складено за [4]

Таблиця 2

Внесок цифрової економіки у ВВП деяких країн (2015 р.)

Показник	США	Китай	ЕС	Чехія	Бразилія	Індія	РФ
Частка цифрової економіки у ВВП (%)	10,9	10,0	8,2	6,3	6,2	5,5	3,9
Витрати домогосподарств на цифрові сервіси та купівлю онлайн (%)	5,3	4,8	3,7	3,2	2,7	2,2	2,6
Інвестиції компаній у цифровізацію (%)	5,0	1,8	3,9	2,7	3,6	2,0	2,2
Державні витрати на цифровізацію (%)	1,3	0,4	1,0	0,6	0,8	2,0	0,5
Експорт продукції ІКТ (%)	1,4	5,8	2,5	5,9	0,1	2,9	0,5
Імпорт продукції ІКТ (%)	2,1	2,7	2,9	6,1	1,0	2,1	1,8

Джерело: складено за [4]

технологій. Іншими словами, ті українські родини, в яких чільну роль відіграють представники старшого покоління, просто не користуються Інтернет-сервісами.

Обмежену державну участь можна пояснити елементарним упущенням: процеси цифровізації в явній і очевидній для всіх формі почали розвиватися відносно нещодавно, протягом останніх десяти років. За розрахунками експертів [4], підвищення згаданих чотирьох показників до рівня країн БРІКС підвищить рівень цифровізації економіки у цілому до 5%.

Важливою особливістю процесу цифровізації економіки України є відмінність в інтенсивності даного процесу залежно від регіону. Більше 80% державних витрат у цьому напрямі припадає на 10 найбільших регіонів. Якщо говорити про цифрову інфраструктуру, то ситуація в Україні виглядає більш благополучно. Більше 60% населення охоплені широкосмуговим доступом в Інтернет зі швидкістю з'єднання більше 12 Мб/с, що істотно перевищує середньоєвропейський показник. В Україні більш розвиненою є мережа безкоштовного Wi-Fi-доступу. Українські мобільні оператори вже до 2020 р. планують почати тестування технології доступу 5G, що радикально розширить можливості користувачів [3, с. 420].

Також істотно різниться рівень цифровізації економіки залежно від конкретної галузі. У таких сферах, як фінансові послуги, надання послуг зв'язку, логістики, українські компанії використовують досягнення інформаційних технологій так само широко, як і закордонні конкуренти. Разом із тим, у низці галузей інтенсивність використання цифрових технологій (а так само все, що з ними пов'язано, – автоматизація, роботизація) вкрай низька (в гірничодобувній промисловості, наприклад). У майбутньому така ситуація загрожує тим, що може стати причиною істотного відставання в продуктивності праці в галузі й невисокої ефективності у цілому.

Обсяг електронної торгівлі в країні все ще знаходитися на рівні значно нижчому, ніж у США (визнаному лідеру в цій сфері серед розвинених країн). З 2016 р. частка електронної торгівлі в Україні становила 3,8% від роздрібного обороту. Цей показник у 2,5–4 рази нижче, ніж у США та Китаї. Китайський ринок електронної торгівлі в тому ж році становив 16% від загального обсягу роздрібних продажів. Однак при цьому український ринок демонструє більш високу динаміку. Останні роки середній темп зростання електронної торгівлі становив близько 20% на рік, а окремі сектори (продажу туристичних послуг, наприклад) показували зростання 30%. Таке відставання можна пояснити декількома факторами. Воно полягає у тому, що електронна торгівля в США зародилася дуже рано: такі гіганти цієї сфери бізнесу, як Amazon і EBay, вийшли на ринок ще в 1995 р. У Китаї ж інша ситуація. У цій країні роздрібна торгівля у силу об'єктивних причин спочатку у своєму розпорядженні мала менші площі, тому переміщення купівельного інтересу в електронну сферу можна пояснити й цим [3, с. 421].

Усі провідні гравці на українському роздрібному ринку тією чи іншою мірою освоюють сферу електронної торгівлі. Так, більше 30% населення залучені в користування послугами онлайн-банкінгу. Причому сюди можна віднести як традиційні банки, які розвивають електронний сегмент, так і банки, які повністю орієнтовані на надання послуг дистанційно і не мають розгалуженої мережі відділень. Подібну ситуацію можна спостерігати практично в усіх сегментах. У послугах таксі онлайн-сервіси розвивають Uber та подібні сервіси, те ж саме можна сказати про побутові та кур'єрські послуги, фінансові послуги та здійснення приватних грошових переказів, бізнес із доставки готової їжі. Найбільш відчутні процеси цифровізації у сфері шоу-бізнесу і надання користувачем Інтернету розважального контенту. Окремий напрям розвитку цифрової економіки, який відчувається найбільше навіть на побутовому рівні, – виникнення всіляких дошок оголошень за найрізноманітнішими напрямами.

Через те, що українські Інтернет-магазини не встигають за зростанням попиту і вимогливістю покупців, з'явилася цікава тенденція: українці, які здійснюють покупки в Інтернеті, все більше орієнтуються на іноземні торгові майданчики, в першу чергу китайські (передусім Ali Express), у силу того, що останні можуть запропонувати більш широкий вибір товарів і більш гнучку цінову політику. Так само за всіма основними напрямами комерційної діяльності в Інтернеті намітилася конкуренція між українськими компаніями і провідними світовими постачальниками.

Ще один важливий напрям розвитку цифрової економіки, який охоплює величезну кількість людей, – масові безкоштовні онлайн-курси. Дистанційна освіта почала розвиватися досить давно. Однак довгий час вона була лише доповненням до традиційної університетської освіти. Організація навчання-онлайн допомагає передусім тим, хто здобував освіту без відриву від виробництва. Сучасні онлайн-курси мають низку принципових відмінностей. Головне з них те, що освітні онлайн-платформи зосереджені саме на студентах. Слухачем подібних курсів може стати будь-який бажаючий, який має доступ до Інтернету. Друга відмінність полягає у тому, що подібний освітній продукт не обмежується наданням послуг у рамках університетських курсів. Головна ідея подібних проектів – будь-хто може навчитися будь-якому необхідному навику [3, с. 422].

Безумовно, найбільш слабким місцем у цифровізації економіки України є відсутність великих ІТ-компаній українського походження. Майже всі великі українські компанії цієї галузі діють на внутрішньому ринку країни. Грубо кажучи, істотним недоліком є те, що Україна поки що не стала «батьківщиною» компанії, подібної Google. У сумарній виручці 1000 найбільших світових ІТ-компаній частка компаній зі США становить 33%, Європи – 14%, Китаю – 10%. Порівняно зі ступенем цифровізації всіх країн світу показники України істотно вище середнього. Втім, до лідерів цього напрямку – США (серед розвинених країн) і Сінгапуру (серед малих і середніх держав) – вони далекі. Причому якщо до цього моменту найбільшу динаміку у цифровізації демонстрували приватні компанії, то в перебігу останніх двох років найбільш динамічно цифровізація відбувається у державному управлінні (табл. 3).

Після посилення уваги державних органів до цієї проблеми і запуску програми сприяння цифровізації в Україні створена й успішно функціонує низка інформаційних цифрових платформ, спрямованих на надання державних послуг онлайн. Успішно функціонують платформи надання державних і муніципальних послуг. Особливістю процесів цифровізації економічної діяльності є те, що ті суб'єкти підприємницької діяльності (як компанії, так і приватні підприємці), які ігнорують сучасні тенденції, піддають себе істотному ризику. Перехід в онлайн цілих секторів економіки, передусім роздрібної торгівлі, різко знижує ефективність і присутність на ринку виробників, які у своїй маркетинговій політиці ігнорують сегмент Інтернету. У цьому відношенні українська економіка демонструє ті ж тенденції, які відповідають загальносвітовим процесам: уся ділова активність – від роздрібної торгівлі до надання послуг – переміщається в Інтернет.

Таблиця 3

Надання послуг онлайн у різних країнах світу

Послуга	Частка країн
Надання декларації про доходи	59%
Реєстрація бізнесу	50%
Оформлення свідоцтва про народження	28%
Реєстрація транспортного засобу	24%
Оформлення посвідчення особи	16%

Джерело: складено за [4]

Щодо ролі та значення цифрових компетенцій суспільства в процесах цифровізації. Огляд основних технологічних трендів цифровізації економіки України й світу дає змогу зробити висновок, що найбільш проривні, креативні та ефективні проекти в бізнесі так чи інакше використовують цифрові технології, часто вдало поєднуючи їх із класичними прийомами. Цифрові технології призвели до глобальних змін у нашому житті: зникають професії, людей замінюють роботи зі штучним інтелектом, потік інформації збільшується кожного дня, й ми просто не встигаємо за ним.

У грудні 2017 р. Мінекономрозвитку презентувало «Цифрову адженду України – 2020», яка містить бачення трансформації економіки від «аналогової» до «цифрової», а також окреслює роль цифрових компетенцій громадян у процесі цифровізації країни. Цей документ став основою для схваленої Кабміном України «Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки» від 17.01.2018 № 67-р та затвердження плану заходів щодо її реалізації.

Концепція передбачає здійснення заходів щодо впровадження відповідних стимулів для цифровізації економіки, суспільної та соціальної сфер, усвідомлення наявних викликів та інструментів розвитку цифрових інфраструктур, набуття громадянами цифрових компетенцій, а також визначає критичні сфери та проекти цифровізації, стимулювання внутрішнього ринку виробництва, використання та споживання цифрових технологій. Важливим складником цифрової трансформації економіки України є цифровізація освітніх процесів та набуття цифрових компетенцій громадянами на шляху до поглиблення європейської інтеграції.

Розвиток цифрової економіки має великий вплив на ринок праці: змінюється структура зайнятості, виникають нові вимоги до професійних компетенцій, зростає попит на фахівців у галузі ІКТ. Громадяни, зайняті практично в усіх галузях економіки, мають оволодіти цифровими навичками роботи з інформацією із застосуванням сучасних засобів телекомунікацій та програмних продуктів [2, с. 52].

Європейська Комісія просуває різні ініціативи, спрямовані як на підвищення цифрових компетенцій робочої сили, так і на споживачів; модернізацію освіти в усіх країнах ЄС; освоєння цифрових технологій для навчання і для визнання і перевірки навичок; прогнозування й аналізу потреб у навичках. «Навички» означає здатність застосовувати знання та використовувати ноу-хау для виконання завдань і вирішення проблем. У контексті «Європейської рамки кваліфікацій» навички описуються як когнітивні або практичні. Цифрова економіка має велике значення для інновацій, зростання, робочих місць і конкурентоспроможності України на шляху євроінтеграції. Поширення цифрових технологій має великий вплив на ринок праці і тип навичок, необхідних в економіці й суспільстві.

Для того щоб мати можливість заповнити розрив у цифровій компетентності, необхідно зрозуміти і визначити, що таке цифрова компетентність. В Європейській рекомендації про ключові компетенції «цифрова компетентність» була визнана однією з восьми ключових компетенцій безперерв-

ного навчання у країнах Європейського Союзу. Цифрову компетентність може бути в широкому сенсі визначено як упевненість, критичне і творче використання ІКТ для досягнення цілей, пов'язаних із роботою, зайнятістю, навчанням, відпочинком, інклюзивністю у житті суспільства. Цифрова компетентність – набір знань і вмінь, які необхідні для безпечного й ефективного використання цифрових технологій та ресурсів Інтернету, включає цифрове споживання, цифрові компетенції, цифрову безпеку. Тобто здатність використовувати і створювати контент на основі цифрових технологій, включаючи пошук і обмін інформацією, відповіді на питання, взаємодію з іншими людьми і комп'ютерне програмування.

Цифрова безпека – вміння використовувати ІКТ упевнено, безпечно й ефективно; вміння користуватися офісним програмним забезпеченням, таким як текстові процесори, програмне забезпечення для електронної пошти та презентацій; можливість створювати і редагувати зображення/аудіо/відео; можливість використання веб-браузера та Інтернет-пошукових систем.

Цифрові навички – компетенції населення у сфері застосування персональних комп'ютерів, Інтернету та інших видів ІКТ, а також наміри людей у придбанні відповідних знань і досвіду. Вважаємо, що залежно від цілей використання ІКТ доцільно виділяти такі категорії цифрових навичок:

1) професійні: навички фахівців, необхідні для розвитку, функціонування та обслуговування інформаційно-комунікаційних систем (підготовки специфікацій, дизайну, розроблення, установки, експлуатації, підтримки, обслуговування, управління, оцінки, наукових досліджень і розробок у сфері ІКТ);

2) призначені для користувача: навички, необхідні для ефективного застосування можливостей ІКТ для роботи, навчання, в особистих цілях.

Згідно з «Концепцією розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки», додатковими показниками цифрової грамотності населення стануть учетверо більша кількість студентів середньої школи за STEM-спеціальностями (наука, технології, інженерія, математика) та збільшена кількість цифрових професій у держреєстрі порівняно з 2017 р. Міносвіти бере лідерство в розвитку цього напряму, поєднуючи розвиток формальної системи освіти з ініціативами у сфері освіти з громадського та приватного секторів. У результаті громадяни, озброєні загальними професійними та цифровими навичками, будуть здатні забезпечити собі комфортний рівень життя, від чого виграють економіка та країна загалом.

Висновки з проведеного дослідження. Цифровізація економіки України є природним продовженням міжнародної тенденції поширення цифрових технологій і різкого збільшення їх впливу на всі боки економічного життя. Такі ключові показники цифрової економіки, як її частка у ВВП країни, в Україні значно вище, ніж у більшості інших країн. Водночас поки що наша країна явно відстає за низкою показників від найбільших країн-лідерів. Ефект поширення цифрових технологій для економіки країни двоякий. З одного боку, воно сприяє ефективності роботи державного управління й економічної системи, покращує і прискорює суспільну взаємодію. З іншого боку, воно тягне за собою цілий перелік системних проблем: збільшення безробіття, зникнення цілих галузей. У цілому ж можна констатувати, що цифровізація економіки вже стала складовою частиною економічного життя.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабкин А.В. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2017. № 10. С. 41–49.

2. Данников О.В. Использование информационных технологий как средства конверсии в управлении продажами. Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 26–27 травня 2016 р.). Одеса: ОНПУ, 2016. С. 54–56.

3. Еремейчук К.Ю. Цифровая экономика – будущее России. Аллея науки. 2017. № 2(14). С. 419–422.

4. Куприяновский В.П. Розничная торговля в цифровой экономике. International Journal of Open Information Technologies. 2016. № 4. С. 71–78.

5. Куприяновский В.П. Цифровая экономика – умный способ работать. International Journal of Open Information Technologies. 2016. № 4 (2). С. 47–55.

6. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики. Теоретическая экономика. 2016. № 3. С. 12–16.

7. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади. URL: https://www.kmu.gov.ua/ua/news/uryad-shvaliv-koncepciyu-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-2018-2020 − Last access: 28.02.2018 − Title from the screen/

8. Chakravorti B., Tunnard C., Chaturvedi R. Where the digital economy is moving the fastest. Harvard Business Review. 2015. № 19. С. 102–101.

9. Bart V. The Productivity Paradox of the New Digital Economy. International Productivity Monitor. 2016. № 3. С. 31–42.

REFERENCES:

1. Babkyn A.V. (2017) Formyrovanye tsyfrovoi эkonomyky v Rossyy: sushchnost, osobennosty, tekhnycheskaia normalyzatsyia, problemы razvytyia [Digital economy formation in Russia] // Nauchno-tekhnycheskye vedomosty Sankt-Peterburhskoho hosudarstvennoho polytekhnycheskoho unyversyteta. Ekonomycheskye nauky, № 10, 41-49 (in Russian)

2. Dannykov O.V. (2016) Yspolzovanye ynformatsyonnыkh tekhnolohyi kak sredstva konversyy v

upravlenyy prodazham [Information technology using as mechanism in sails management]. Odesa, ONPU. – TES, 2016. – S.54-56 (in Russian)

3. Eremeichuk K.I. (2017) Tsyfrovaia эkonomyka – budushchee Rossyy [Digital economy it's Russian future] // Alleia nauky, № 2, 419-422 (in Russian)

4. Kupryianovskyi V.P. (2016) Roznychnaia torhovlia v tsyfrovoi ekonomyke [Sails in digital economy] // International Journal of Open Information Technologies, № 4, 71-78 (in Russian)

5. Kupryianovskyi V.P. (2016) Tsyfrovaia эkonomyka – umni sposob rabotat [Digital economy – that's smart way of thinking] // International Journal of Open Information Technologies, № 4, 47-55 (in Russian)

6. Yudyna T.N. (2016) Osmyyslenye tsyfrovoi ekonomyky [digital economy thought] // Teoretycheskaia эkonomyka, № 3, 12-16 (in Russian)

7. Ukrainian government site [Electronic Resource] // − Mode of access: https://www.kmu.gov.ua/ua/news/uryad-shvaliv-koncepciyu-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-2018-2020 − Last access: 28.02.2018 − Title from the screen

8. Chakravorti B., Tunnard C., Chaturvedi R. Where the digital economy is moving the fastest // Harvard Business Review, № 19, 2015. – C. 102-101.

9. Bart V. The Productivity Paradox of the New Digital Economy // International Productivity Monitor, № 3, 2016. – C. 31-42.

Dannikov O.V.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Research Scholar,
Institute for Economics and Forecasting NAS of Ukraine
Sichkarenko K.O.
Candidate of Geographical Sciences,
Senior Research Scholar
Institute for Economics and Forecasting
NAS of Ukraine

UKRAINIAN ECONOMY'S DIGITALIZATION: CONCEPTUAL GROUNDS

Problems of researching the digital economy are somewhat new for Ukrainian economic science. At the same time, the penetration of new technologies into entrepreneurial activity, public life, public administration is very fast. During the last decade, technological processes in production, consumption, and sales under the influence of the information revolution of society have changed radically. The social and practical significance of these changes is of considerable scientific interest, which determines the relevance of the study. The aim of the research is to systematize, generalize, and develop scientific views on the digitalization of the economy within the framework of the basic concepts. It should be noted that among the EU countries, the degree of digitization of the economy is significantly different. So, among the "old" members of the union, as well as in Scandinavian countries, this indicator is the maximum. At the same time, in the Central European countries, the degree of digitization of the economy is similar to the Ukrainian index. The first position can be explained by the fact that the peculiarity of the country is a significant gap of generations in the digital technologies using context. In other words, those Ukrainian families, in which the older generation is playing a leading role, simply do not use Internet services. Limited public participation can be explained by an elemental omission: the processes of digitalization in the apparent and obvious form of all began to develop relatively recently, over the past ten years.

According to expert estimates, raising the above four indicators to the level of BRICS countries will increase the level of digitization of the economy as a whole up to 5%. An important feature of the process of digitization of the Ukrainian economy is the difference in the intensity of this process, depending on the region. More than 80% of public expenditures in this direction have been made in the 10 largest regions. If we talk about digital infrastructure, the situation in Ukraine looks more prosperous. More than 60% of the population is covered by broadband Internet access, with a connection speed of more than 12 Mb per second. That significantly exceeds the average European index. Ukraine has a more developed network of free Wi-Fi access. Ukrainian mobile operators are planning to begin testing the 5G access technology by 2020, which will radically expand user capabilities. In general, we should say, Ukrainian economy digitalization lever is not enough for successful development. As quickly Ukrainian economy implement new digital technology, as higher growth we will see.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

METHODOLOGICAL TOOLS FOR EVALUATING COMPETITIVE STRATEGIES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

УДК 378

Стеблюк Н.Ф.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровський державний технічний університет
Копєйкіна Є.В.
студентка
Дніпровський державний технічний університет

У статті розглянуто маркетинговий інструментарій оцінки конкурентних стратегій закладів вищої освіти. Проаналізовано тенденції, які сформувалися серед факторів впливу на зміни кон'юнктури ринку освітніх послуг. Представлено концентрацію заяв абітурієнтів у регіонах України. Запропоновано використання матричних методів до умов стратегічного розвитку вищих навчальних закладів. Наведено основні стратегічні напрями Дніпровського державного технічного університету
Ключові слова: *вища освіта, освітня послуга, стратегія, портфельний аналіз, ринок освітніх послуг, конкурентоспроможність.*

В статье рассмотрен маркетинговый инструментарий оценки конкурентных стратегий высших учебных заведений. Проанализированы тенденции, которые сформировались среди факторов влияния на изменения конъюнктуры рынка образовательных услуг. Представлена концентрация заявлений абитуриентов в регионах Украины. Предложено использование матричных методов к условиям стратегического развития высших учебных заведений. Приведены основные стратегические направления Днепровского государственного технического университета
Ключевые слова: *высшее образование, образовательная услуга, стратегия, портфельный анализ, рынок образовательных услуг, конкурентоспособность.*

The article discusses marketing tools for evaluating competitive strategies of higher education institutions. The article analysed trends that were formed among the factors of influence on changes that take place in the market for educational services. There was presented concentration of entrants' applications in regions of Ukraine. In the article, it was proposed to use matrix methods to conditions of strategic development of higher education institutions. There was given the main strategic directions of the Dniprovsk State Technical University.
Key words: *higher education, educational service, strategy, portfolio analysis, market of educational services, competitiveness.*

Постановка проблеми. Майбутнє України багато в чому зумовлюється її системою освіти, оскільки освіченість суспільства, компетентність та професіоналізм сучасних спеціалістів виступають ключовими чинниками суспільного розвитку. Інтелектуальний потенціал не може розвиватися без створення сприятливих умов, особливо у час становлення ринкових відносин у сфері освіти, де пропозиція вищих навчальних закладів набагато перевищує попит, а кількість випускників загальноосвітніх шкіл із кожним роком зменшується.

В умовах загостреної конкуренції та боротьби за кожного абітурієнта постає проблема адаптації вищих навчальних закладів (ВНЗ) до ринкових умов господарювання, підвищення його конкурентоспроможності та якості освітніх послуг, орієнтації на попит ринку праці. Саме за цих обставин актуальним є питання прискореного засвоєння та використання університетами маркетингових методів. Успішність функціонування ВНЗ як суб'єктів ринку освітніх послуг значною мірою залежить від їх спроможності ефективно визначити і реалізувати власні маркетингові стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати дослідження маркетингу в освіті відображаються в роботах таких зарубіжних учених та вітчизняних науковців, як Т. Оболенська [1], С. Кадочников [2]. Проблеми ринку освітніх послуг та діяльності ВНЗ досліджували А.П. Панкрухін [3], С.М. Ілляшенко [4] та ін. Незважаючи на значну кількість досліджень з даної тематики, окремі її аспекти все ж таки залишилися поза увагою науковців. Йдеться про методичний інструментарій оцінки конкурентних стратегій закладів вищої освіти та адаптацію матричних методів до умов стратегічного розвитку ВНЗ.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення методичних підходів до дослідження ринку освітніх послуг у системі вищої освіти та розроблення маркетингової стратегії ВНЗ (на прикладі Дніпровського державного технічного університету).

Для реалізації мети в роботі поставлено завдання:

– проаналізувати основні тенденції розвитку та проблеми ринку освітніх послуг в Україні та Дніпропетровській області;

– запропонувати методичні підходи до визначення конкурентної стратегії організацій вищої освіти на ринку освітніх послуг за допомогою сучасних підходів;

– запропонувати стратегії розвитку для ДДТУ.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гарантією процвітання суспільства є його інтелектуальний потенціал, який може розвиватися лише за наявності сприятливих умов. Однією з таких умов є розвиток системи маркетингу освітніх послуг. Вищі навчальні заклади повинні знати, чого потребує ринок праці, щоб у подальшому з найменшим ступенем ризику готувати для нього

товар. Отже, система підготовки фахівців повинна бути орієнтована на випуск того товару, якого він потребує, а не відкидає [5, с. 12].

Протягом останніх років спостерігається підвищення попиту на вищу освіту у зв'язку з підвищенням вимог роботодавців до майбутніх або наявних працівників. Однак зміна демографічної ситуації є причиною істотного зменшення випускників шкіл, що в майбутньому матиме вплив на діяльність ВНЗ, тому на перший план виходить питання регулювання ринку освітніх послуг, а саме підвищення рівня управління освітою.

Нині існує гостра проблема у взаємодії ринку освіти і ринку праці, на яких діють вищі навчальні заклади, що виражається у диспропорції між попитом і пропозицією робочої сили. Виникає критична ситуація, коли, з одного боку, неможливо задовольнити потреби суспільства, галузі, організацій, підприємств у працівниках певних професій і спеціальностей, що, своєю чергою, призводить до зниження обсягів та якості товарів і послуг, зниження конкурентоспроможності підприємств і країни в цілому. З іншого боку, з'являються стійкі групи населення, які відчувають труднощі в працевлаштуванні, не беруть участі в суспільному виробництві й потребують соціальної допомоги з боку держави.

Ринок освітніх послуг не може повністю задовольнити попит роботодавців та оперативно реагувати на зміни, що відбуваються на ринку праці. Звідси різні оцінки якості підготовки в навчальних закладах, з одного боку, та роботодавців – з іншого.

Проаналізуємо тенденції, які сформувалися серед факторів впливу на зміни кон'юнктури даного ринку. На зміни на ринку освітніх послуг на рівні області впливає чисельність наявного населення. Динаміку чисельності населення Дніпропетровської області за період 2007–2017 рр. характеризують дані табл. 1, складеної на основі статистичної інформації Головного управління статистики Дніпропетровської області [6].

На основі отриманих даних можна зробити висновок, що в період із 2007 до 2017 р. чисельність населення Дніпропетровської області зменшилася на 5,6%, або на 192,5 тис. осіб (з 3 422,9 до 3 230,4 тис. осіб). Причинами зменшення чисельності населення області є економічна та політична нестабільність, низький рівень доходності населення, високий рівень безробіття. Однак, аналізуючи ринок освітніх послуг області, необхідно звернути увагу на зміни потенційної місткості ринку освітніх послуг.

Потенційна місткість ринку освітніх послуг із надання вищої освіти відповідає кількості осіб, що здобули повну середню освіту в цей рік, відповідно до чого мають право на вступ до ВНЗ (табл. 2)

Потенційним абітурієнтами ВНЗ, окрім випускників шкіл, є випускники закладів освіти І рівня акредитації, про що свідчать дані табл. 2.

За допомогою табл. 2 та рис. 1 можна побачити, що чисельність випускників із кожним роком поступово зменшується, особливо що стосується навчальних закладів І рівня акредитації та загальноосвітніх шкіл ІІІ ступеня. Причина цього – страх учнів провалити зовнішнє незалежне оцінювання, програма якого щороку ускладнюється, та бажання уникнути складання даного іспиту шляхом отримання документа про базову загальну середню освіту.

Вищі навчальні заклади ведуть активну боротьбу за кожного потенційного студента. На рис. 2 представлено концентрацію заяв абітурієнтів у регіонах України.

Дніпропетровська область входить у п'ятірку областей-лідерів за кількістю поданих заяв. Якщо розглядати дане питання у розрізі ВНЗ, то лідерами за кількістю поданих заяв у 2017 р. стали Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (17 432 заяви), Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет» (9 864 заяви), Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет (5 923 заяви).

Таблиця 1

Динаміка чисельності населення Дніпропетровської області за період 2007–2017 рр., тис. осіб

Роки	Усього		У тому числі	
	тис. осіб	приріст	міське	сільське
2007	3422,9	-24,3	2856,3	566,6
2008	3398,4	-24,5	2836,2	562,2
2009	3374,2	-24,2	2816,2	558,0
2010	3355,5	-18,7	2801,3	554,2
2011	3336,5	-19	2785,4	551,1
2012	3320,3	-16,2	2772,2	548,1
2013	3307,8	-12,5	2763,2	544,6
2014	3292,4	-15,4	2751,8	540,6
2015	3276,6	-15,8	2740,0	536,6
2016	3254,9	-21,7	2722,1	532,8
2017	3230,4	-24,5	2701,1	529,3

Розглянемо, яку кількість заяв було подано абітурієнтами до Дніпровського державного технічного університету в період із 2010 по 2017 р. у табл. 3 та на рис. 3.

На основі отриманих результатів можна побачити, що кількість заяв із 2011 до 2013 р. мала тенденцію до зростання. Цей факт не обов'язково свідчить про лояльність до ДДТУ, оскільки у той час абітурієнти мали змогу подавати документи не більше ніж до п'яти вищих навчальних закладів та не більше ніж на три напрями підготовки у кожному з них. У 2014 р. відбувається різкий спад кількості заяв. Причиною цього є не тільки академічна політика університету, а й політична та економічна ситуація в країні. Найбільша кількість заяв та оригіналів спостерігається у 2016 р. Це може бути пов'язано з тим, що в 2016 р. за правилами вступу абітурієнти мали змогу розподіляти

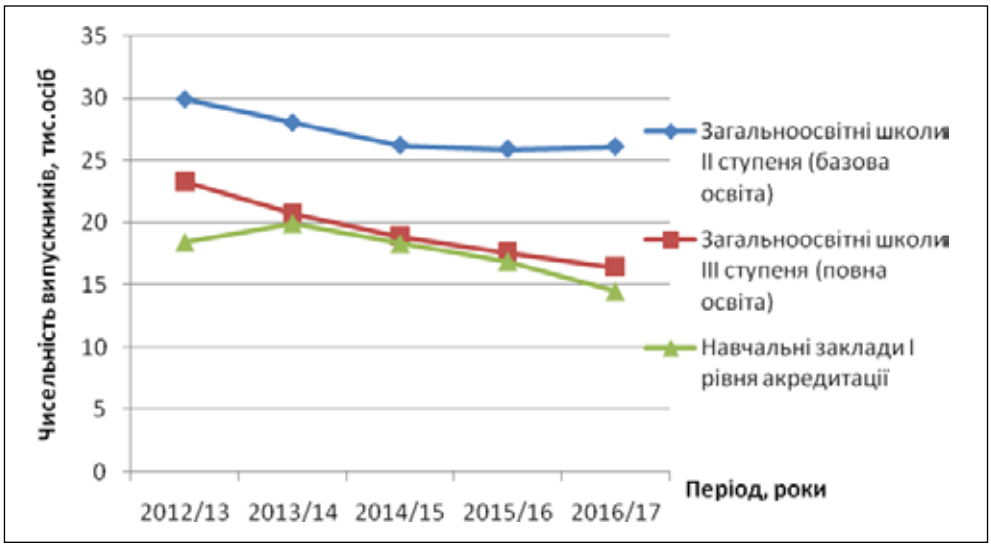


Рис. 1. Зміна чисельності випускників за період 2012–2017 рр.

Умовні позначення

Колір	Кількість заяв, тис. шт
	10-100
	101-174
	175-370
	370 і більше

Рис. 2. Концентрація заяв абітурієнтів у регіонах України в 2017 р.

Таблиця 2

Динаміка випуску учнів загальноосвітніми навчальними закладами та навчальними закладами I ступеня акредитації Дніпропетровської області протягом 2012–2017 рр., тис. осіб

	Загальноосвітні школи II ступеня (базова освіта)				
	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Випущено всього	29,9	28,0	26,2	25,9	26,1
	Загальноосвітні школи III ступеня (повна освіта)				
Випущено всього	23,3	20,7	18,9	17,6	16,4
	Навчальні заклади I рівня акредитації				
Випущено всього	18,4	19,9	18,3	16,9	14,5
Разом випущено	71,6	68,6	63,4	60,4	57

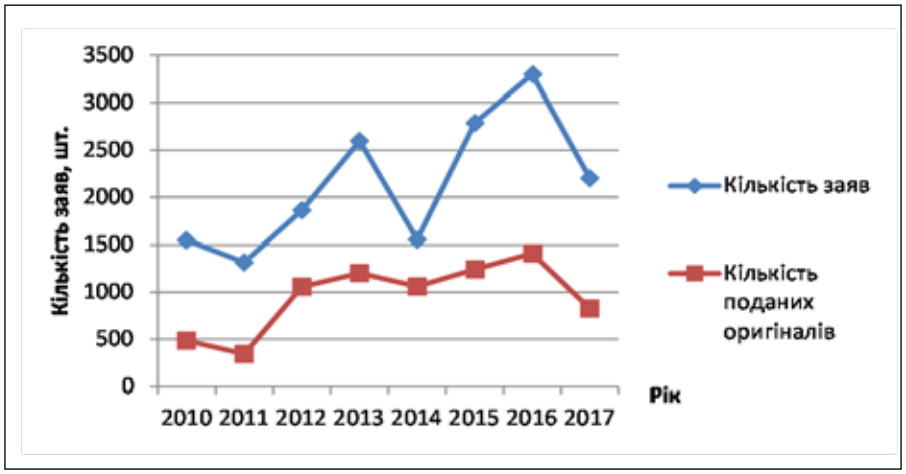


Рис. 3. Динаміка зміни кількості заяв та поданих оригіналів до ДДТУ за період 2010–2017 рр.

Таблиця 3

Кількість поданих абітурієнтами заяв до Дніпровського державного технічного університету в період 2010–2017 рр.

Рік	Кількість заяв	Кількість поданих оригіналів
2010	1548	486
2011	1316	344
2012	1863	1059
2013	2597	1203
2014	1553	1060
2015	2787	1243
2016	3298	1409
2017	2201	830

свої заяви між різними спеціальностями в рамках одного університету.

Розглянемо позицію ДДТУ відносно 17 вищих навчальних закладів Дніпропетровської області у 2017 р. за кількістю поданих заяв, оригіналів, максимальною кількістю бюджетних місць та місць усього.

Таким чином, серед 17 вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації Дніпропетровської області ДДТУ займає не найвищі позиції за проаналізованими показниками.

Якість освіти є ключовим показником конкурентоспроможності, який характеризує відповідність освітніх послуг конкретним цілям, вимогам і стандартам та свідчить про компетентність фахівців, визначаючи їхнє місце на глобальному ринку праці. Це потребує застосування концепції управління конкурентоспроможністю ВНЗ на основі позицій маркетингу.

Зовнішнє середовище, в якому нині функціонують заклади вищої освіти, змінилося, стало інноваційним, динамічним, конкурентним, тому з'явилися нові фактори ризику, вплив яких необхідно враховувати, тому механізми управління ВНЗ повинні бути гнучкими і мати у своєму арсеналі найновіші інструменти стратегічного аналізу, який є першим етапом формування стратегічної спрямованості закладу.

Розглянемо методичні аспекти адаптації матричних методів для визначення основних стратегічних напрямів Дніпровського державного технічного університету з урахуванням основних критеріїв діяльності. Найвідомішими серед них є матриці портфельного аналізу Бостонської консалтингової групи (БКГ) та матриця І. Ансоффа. Пропонуємо методичний підхід до адаптації матриці портфельного аналізу Бостонської консалтингової групи (БКГ) для прийняття рішення щодо відкриття нової спеціальності у Дніпровському державному технічному університеті. Враховуючи перспективи працевлаштування студентів та обсяг оплати навчання, розроблено матрицю стратегічного вибору ДДТУ (рис. 4).

За основу оцінки доцільності відкриття нових спеціальностей вибрано параметри перспектив працевлаштування та обсягу оплати навчання. Це пояснюється тим, що дані параметри є складовими елементами комплексу маркетингу, а саме політики збуту (просування випускників на ринку праці) та цінової політики.

Перспективи працевлаштування є привабливими для потенційних споживачів, адже вони зацікавлені у здобутті освіти за спеціальністю, яка дасть їм змогу бути конкурентоспроможними на ринку праці. З погляду вищого освітнього закладу працевлаштування випускників сприяє формуванню позитивного іміджу, появі довіри серед майбутніх студентів.

На основі аналізу структури вакансій за професійними групами та цінової політики ДДТУ пропонуємо розглянути відкриття спеціальностей різних напрямів та їх розташування у зонах матриці стратегічного вибору.

Напрями, пов'язані з транспортом, інженерією, є затребуваними на ринку освітніх послуг, про що свідчить питома вага кваліфікованих кадрів відповідних професій у структурі вакансій (28%; 18,1%). Спеціальності із галузі природничих наук мають найбільшу вартість надання освітніх послуг, але гарантують нижчу ймовірність працевлаштування. Відповідно до цього, дані спеціальності розміщуються у зоні «Середня доцільність відкриття». Напрями природничих наук ризикують перейти до зони «Низької доцільності відкриття», адже споживачів може злякати висока ціна контракту, оскільки не всі можуть дозволити такі витрати. Однак потенційні студенти можуть розглядати високий рівень цін, пов'язуючи його з відповідним рівнем якості освіти, а отже, стовідсотковим працевлаштуванням у майбутньому.

Така кількість спеціальностей, що знаходяться в даній комірці матриці, може спричинити значні проблеми в управлінні, вимагати значних грошових вкладень для утримання даних позицій, тому пропонується переміщення природничих спеціальностей у зону низької доцільності відкриття.

У зоні «Низька доцільність відкриття», за даними аналізу ринку праці та освіти, знаходяться спеціальності, пов'язані із соціальними науками, адже вартість надання послуг Дніпровським державним технічним університетом серед ВНЗ висока, однак попит на спеціалістів на ринку праці низький. Незважаючи на те що спеціальності соціального напряму мають високу вартість надання послуг, відкриття їх недоцільне, оскільки попит низький не тільки на ринку праці, а й серед споживачів, тому пропонується відхилення рішення про відкриття (перехід до зони «Недоцільність відкриття»).

У зоні «Недоцільне відкриття» розміщуються економічні та гуманітарні спеціальності, останні, своєю чергою, знаходяться ближче до відхилення рішення про відкриття, що логічно: вартість надання послуг і попит на спеціалістів на ринку праці низький. Тому ДДТУ невигідно набирати для навчання студентів за даним напрямом. Інакше склалася ситуація з економічними спеціальностями, позиція яких у даній матриці ближча до доцільності відкриття. Для її переходу у відповідну зону ДДТУ необхідно забезпечити зв'язки з роботодавцями шляхом укладення договорів із підприємцями-замовниками міста та області, налагодити співпрацю між цен-

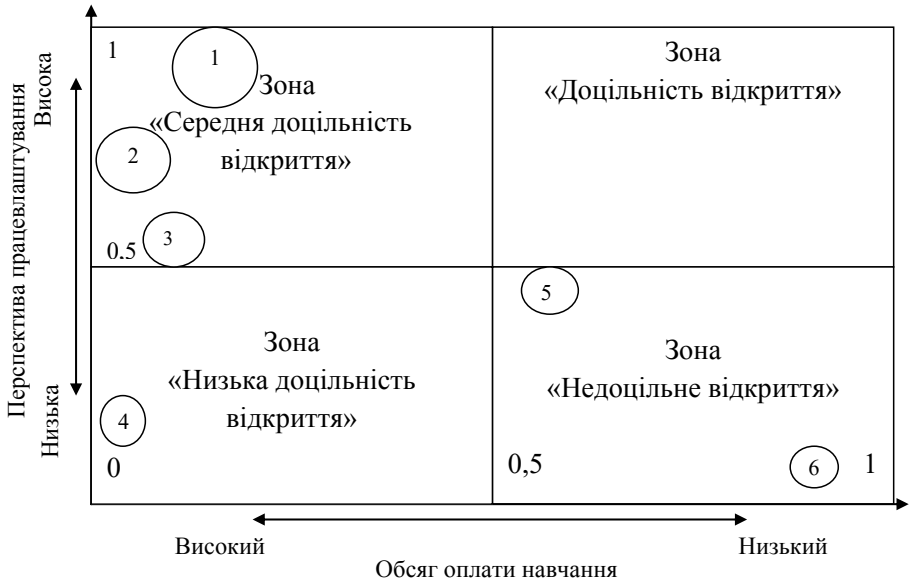


Рис. 4. Матриця стратегічного вибору ДДТУ з урахуванням перспектив працевлаштування студентів та обсягу оплати навчання

Таблиця 4

Позиція ДДТУ відносно ВНЗ Дніпропетровської області у 2017 р.

Показник	Результат ДДТУ	Місце серед ВНЗ Дніпропетровської області
Кількість поданих заяв	2201	13
Кількість місць всього	5210	7
Максимальна кількість бюджетних місць	203	11
Кількість поданих оригіналів	830	13

тром планування кар'єри університету та міським центром занятості.

Таким чином, Дніпровському державному технічному університету необхідно:

– забезпечити у майбутньому відкриття спеціальностей напрямів «Інженерія», «Транспорт»;

– досягти переходу спеціальностей напряму «Природничі науки» у зону «Низька доцільність відкриття» шляхом скорочення ліцензованого обсягу набору студентів;

– відхилити рішення про подальше відкриття спеціальностей соціального та гуманітарного напрямів;

– налагодити співпрацю між центром планування кар'єри університету і міським центром зайнятості, укладати договори з підприємцями-роботодавцями міста та області для забезпечення працевлаштування випускників.

Пропонуємо методичний підхід до адаптації матриці портфельного аналізу І. Ансоффа, яка являє собою спрощену модель ринку і відповідних стратегій, які будуються в координатах «товари» і «ринки» (табл. 5).

Основні стратегії матриці І. Ансоффа можуть бути представлені так:

1. Стратегія вдосконалення діяльності полягає у стимулюванні потреби наявних споживачів освітніх послуг отримувати їх частіше або у більшому обсязі, ніж раніше. Одним з основних інструментів збільшення обсягів наданих послуг є підвищення конкурентоспроможності товару.

2. Стратегія збільшення частки ринку припускає засвоєння нових ринків із наявними освітніми послугами, які успішно реалізувалися у минулому.

3. Стратегія експансії послуг проявляється у розробленні нових або вдосконаленні наявних освітніх послуг для заповнення ринкових ніш уже освоєного ринку.

4. Стратегія диверсифікації передбачає кардинальну зміну діяльності навчального закладу: роботу з абсолютно новою освітньою послугою та створення для неї нового ринку.

Для аналізу успішності діяльності вищого навчального закладу пропонуємо допоміжний тест по матриці Ансоффа, адаптований до закладів вищої освіти на основі розробок М.Ю. Єгорової [7, с. 32].

Аналіз проводиться по низці ключових параметрів за кожною з чотирьох стратегій. Послідовно відповівши на представлені запитання, необхідно підрахувати суму позитивних відповідей і порівняти отримані результати. Успішною для ВНЗ буде стратегія, в якій кількість позитивних відповідей буде найбільшою.

Результати тестування показали, що Дніпровський державний технічний університет має вибрати стратегію вдосконалення діяльності, адже сума позитивних відповідей на запитання, що стосуються цієї стратегії, найбільша.

Реалізація стратегії досягається шляхом активного проведення рекламної діяльності: розміщення реклами у ЗМІ, рекламній поліграфії (буклети, листівки); реклама у транспорті, білборди, афіші; ролики на радіо. Пропонуємо робити акцент на освітніх послугах, запроваджуючи дистанційну форму навчання за спеціальностями, що користуються попитом (інженерні напрями); запровадження методів дуальної освіти – поєднання навчання і стажування на підприємстві.

Висновки з проведеного дослідження. Вдосконалення системи вищої освіти у цілому і в діяльності ВНЗ зокрема можливе за умов дотримання принципу орієнтації на запити і потреби споживачів, вимоги замовників, врівноваження незбалансованості між ринком освіти і ринком праці.

Результати дослідження показали, що чисельність населення, кількість випускників та заяв, поданих ними для вступу до ВНЗ у період 2010–2017 рр., зменшується, тому необхідно звернути достатню увагу на прогнозування, щоб не допустити грубих помилок у визначенні кількості майбутніх абітурієнтів.

На підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що розроблення та впровадження університетами заходів для підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг вищої освіти доцільна з використанням стратегічних методів. Для цього пропонується адаптована матрична модель Бостонської консалтингової групи для прийняття рішення щодо відкриття нової спеціальності. Під час побудови матриці стратегічного вибору враховуються перспективи працевлаштування студентів та обсяг оплати навчання.

Матриця І. Ансоффа для вибору стратегії подальшого розвитку дає змогу вибрати стратегію подальшого розвитку ВНЗ за допомогою допоміжного тесту, адаптованого до закладів вищої освіти.

Таким чином, керівництво ВНЗ на основі адаптованих матричних методів стратегічного розвитку може прийняти рішення про реалізацію запропонованих заходів для підвищення конкурентоспроможності закладу на ринку освітніх послуг та випускників на ринку праці.

Таблиця 5

Матриця І. Ансоффа

Варіанти	Старий ринок	Новий ринок
Стара освітня послуга	Удосконалення діяльності	Збільшення частки ринку
Нова освітня послуга	Експансія послуг	Диверсифікація

Джерело: складено за [7, с. 31]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Оболенская Т.Е. Эволюция концепции маркетинга и формирования социально-этического маркетинга образования. Вестник ДУ «ЛП». 2000. № 384. С. 167–172.
2. Кадочников С.М. Особенности высшего образования как экономического блага и некоторые практические следствия этих особенностей. Университетское управление. 2001. № 2(17). С. 48–49.
3. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика. URL: http:// mou. marketologi. ru/index. Html.
4. Ильяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 2. С. 13–23.
5. Нікітенко О.Я Вищий навчальний заклад фізкультурного профілю як суб'єкт галузевих ринків. Теорія та методика фізичного виховання. 2007. № 12. С. 12–15.
6. Головне управління статистики у Дніпропетровській області. URL: http://www.dneprstat.gov.ua.
7. Егорова М.Ю Разработка вспомогательного теста для выбора стратегии развития компании по матрице Ансоффа. Вестник университета. 2015. № 13. С. 30–34.

REFERENCES:

1. Obolenskaia T. E. (2000) Evoliutsyia kontseptsyy marketynha y formyrovanyia sotsyalno-etycheskoho marketynha obrazovanyia [Vestnyk DU “LP”]. Lvov, pp. 167–172. (in Russian)
2. Kadochnykov S. M. (2001) Osobennosty vyssheho obrazovanyia kak ekonomycheskoho blaha y nekotorye praktycheskye sledstvyia etykh osobennostei [Unyversytetskoe upravlenye]. pp. 48–49. (in Russian)
3. Pankrukhyn A.P. Marketynh obrazovatelnykh usluh: metodolohyia, teoryia y praktyka. Retrieved from: http://mou.marketologi.ru/index.html. (in Russian)
4. Yliashenko S.N. (2013) Prymenenye metodov y ynstrumentov marketynha v upravlenyy znanyiamy [Marketynh i menedzhment innovatsii], pp. 13-23. (in Russian)
5. Nikitenko O.Ia. (2007) Vyshchyi navchalnyi zaklad fizkulturnoho profiliu yak subiekt haluzevykh rynkiv [Teoriia ta metodyka fizychnoho vykhovannia], p. 1215. (in Ukrainian)
6. Holovne upravlinnia statystyky u Dniproperovskii oblasti. [Elektronnyi resurs]. Retrieved from: http://www.dneprstat.gov.ua. (in Ukrainian)
7. Ehorova M.Yu. (2015) Razrabotka vspomohatelnoho testa dlia vybora stratehyy razvytyia kompanyy po matrytse Ansoffa [Vestnyk unyversyteta], pp. 30-34. (in Russian)

Stebliuk N.F.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Management
of Organizations and Administration
Dniprovsk State Technical University
Kopeikina Ye.V.
Student
Dniprovsk State Technical University

METHODOLOGICAL TOOLS FOR EVALUATING COMPETITIVE STRATEGIES OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Intensification of marketing research in the sphere of higher education is becoming significantly important in the conditions of growing demand of the population for quality education, sharpening of competition in the market for educational services, and adaptation of higher education to market relations. Thus, it determines the need to find ways to increase the competitiveness of educational institutions, implementation of a marketing approach to the formation of educational services market.

Application of matrix methods based on the integrated evaluation of the educational services market is topical for effective marketing activity of a higher educational institution, adoption of optimal managerial decisions on obtaining competitive advantages.

The purpose of this study is to determine methodical approaches to the research of the market for educational services in the system of higher education and to develop a marketing strategy for a higher educational institution.

In the process of research for these tasks solution, the methodical aspects of adaptation of matrix methods were used to determine the main strategic directions of Dniprovsk State Technical University. The most famous among them are the product portfolio matrix of Boston Consulting Group (BCG) and Ansoff’s Matrix.

As there is a problem of graduates’ employment and a reduction in the quality of educational services, it is advisable to use the matrix of Boston Consulting Group to take action on the opening of new specialties. In addition, the decision to open the specialties that provide low cost of services and demand for specialists in the labour market should be rejected. The matrix of strategic choice has been developed taking into account the prospects of students’ employment and the amount of education payment with the use of zones “Expediency of opening”, “Average expediency of opening”, “Low expediency of opening” and “Inexpedient opening.”

Adapted Ansoff's Matrix allows choosing the necessary strategy for further development of HEI using an auxiliary test. The decision of strategy choice depends on the number of positive responses to the relevant section. According to the results of the auxiliary test of the Ansoff's Matrix, a higher education institution needs to focus its efforts on the promotion of educational services in the mass media, on TV and radio.

The proposed recommendations will help to form a positive image of a higher educational establishment and awareness among potential applicants from city and region. Under the conditions of constant changes of the external environment, the use of strategic methods is a key to the competitive growth of higher education institution. Balanced system and efficient management system will allow achieving the set goals with due consideration of the needs and demands of consumers, customers' requirements, and imbalance in the education and labour market.

HEI management mechanisms should meet innovative changes, which take place in the external environment, and take into account existing and new risk factors. Therefore, chief executives of higher education institutions should elaborate development strategies using matrix methods, adapted to their marketing activities.

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ В УМОВАХ УПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

MARKETING ANALYSIS OF THE MOBILE COMMUNICATION SERVICES MARKET IN THE CONDITIONS OF INTRODUCTION OF THE NEWEST TECHNOLOGIES

УДК 338.29.01

Стрій Л.О.
д.е.н., професор кафедри менеджменту та маркетингу
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова
Голубєв А.К.
к.т.н., професор кафедри економіки підприємства
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова
Богатирьова Л.Д.
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова
Савицький Д.І.
студент
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

У статті запропоновано методологію маркетингового аналізу управління дослідженнями сучасного ринку послуг мобільного зв'язку, особливістю і перевагою якої є орієнтація на споживача на всіх етапах дослідження і прийняття рішень. Представлено деякі результати аналізу економічної діяльності операторів мобільного зв'язку в 2017 р. Досліджено динаміку ринку телекомунікаційних послуг в Україні за 2014–2017 рр. Дослідження показало, що впровадження операторами новітніх технологій зв'язку, зокрема мобільного Інтернету, сприяло підвищенню попиту і на Інтернет-послуги, і на засоби мобільного зв'язку. Динаміка доходів підприємств мобільного зв'язку й усієї телекомунікаційної сфери позитивна.
Ключові слова: *маркетинговий аналіз, маркетингові дослідження, мобільний Інтернет, новітні технології зв'язку, телекомунікації, ринок послуг мобільного зв'язку.*

В статье предложена методология маркетингового анализа управления исследованиями современного рынка услуг мобильной связи, особенностью и достоинством которой является ориентация на потребителя на всех этапах исследования и принятия решений. Представлены некоторые результаты анализа экономической деятельности операторов мобильной связи в 2017 г. Исследована динамика рынка телекоммуникационных услуг в Украине за 2014–2017 гг. Исследование показало, что внедрение операторами новейших технологий связи, в частности мобильного Интернета, способствовало повышению спроса и на Интернет-услуги, и на средства мобильной связи. Динамика доходов предприятий мобильной связи и всей телекоммуникационной сферы положительная.
Ключевые слова: *маркетинговый анализ, маркетинговые исследования, мобильный Интернет, новейшие технологии связи, телекоммуникации, рынок услуг мобильной связи.*

In the article, the methodology of marketing analysis of the management of researches of the modern market for mobile communication services is offered, feature and advantage of which is customer orientation at all stages of research and decision-making. Some results of the analysis of the economic activity of mobile operators in 2017 are presented; the dynamics of the market for telecommunication services in Ukraine for 2014–2017 is investigated. The study showed that the introduction of new communication technologies by operators, in particular, mobile Internet, contributed to the increase in demand for both Internet services and mobile communications. The dynamics of the incomes of mobile communication enterprises and the entire telecommunications sector are positive.
Key words: *marketing analysis, marketing research, mobile Internet, newest communication technologies, mobile communication services market, telecommunications.*

Постановка проблеми. В останні роки мобільний зв'язок як в Україні, так і в інших країнах розвивається в умовах упровадження новітніх інформаційних і комунікаційних технологій, а також результатів їх конвергенції. У 2017 р. всі оператори мобільного зв'язку впровадили технології 3G. Розвиток мобільного Інтернету забезпечив доступ до Мережі за допомогою смартфонів, планшетів та інших мобільних пристроїв зв'язку і зростання попиту на послуги доступу. Водночас зростання попиту на послуги доступу до Мережі стимулював зростання попиту на мобільні пристрої, що забезпечують мобільний зв'язок із кіберпростором Інтернету. У 2018 р. оператори мобільного зв'язку планують упровадження технологій 4G, що викличе подальше зростання попиту на послуги зв'язку з доступу до Інтернету і, відповідно, зростання доходів операторів. Таким чином, упровадження новітніх технологій забезпечує розвиток сприятливої тенденції підвищення результативності економічної діяльності підприємств. Однак дана проблема на ринках послуг зв'язку в Україні практично не вивчена. Одним із методів її дослідження може бути маркетинговий аналіз ринків мобільного зв'язку, тому тема статті є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми маркетингового аналізу досліджували багато авторів, зокрема Ф. Котлер [1; 2], Л. Стрій [3; 4], в інфокомунікаціях – Н. Рєзникова [5]. Результати комплексного дослідження економічної діяльності підприємств телекомунікацій України в 2015–2016 рр., напрямів їх розвитку, оцінки стану конкурентного середовища на ринках телекомунікаційних послуг опублікувала група авторів [6]. Ними встановлено, що в 2016 р. у сфері телекомунікації виникла сприятлива тенденція підвищення результативності діяльності підприємств. Результати аналізу показників економічної діяльності підприємств на ринку, що формується, послуг зв'язку та Інтернет-послуг представлені в статті [7]. Авторами встановлено, що доходи всіх підприємств ринку послуг зв'язку та Інтернет-послуг у 2016 р. зросли. Виявлено тенденцію перерозподілу доходів і частки ринку від підприємств, що надають послуги зв'язку, до підприємств, які надають Інтернет-послуги [7]. Однак економічна ситуація на сучасних ринках змінюється швидко, що, на думку швейцарського економіста К. Шваба, є породженням багатогранного, глибоко взаємозалежного сучасного світу, а також

того факту, що сучасна технологія може сама синтезувати ще більш передові і більш ефективні технології. Зміни на ринках характеризуються прискоренням темпів розвитку, величезною швидкістю перетворень [8]. Окрім того, результати діяльності сфери мобільного зв'язку в Україні в 2017 р. ще не аналізувалися.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення методичних аспектів використання інструментів маркетингового аналізу сучасного ринку послуг мобільного зв'язку в умовах упровадження новітніх технологій і оцінка деяких результатів діяльності операторів мобільного зв'язку після впровадження цих технологій.

У статті викладено такі аспекти проведеного авторами дослідження:

– методологія управління дослідженнями в системі маркетингового аналізу;

– аналіз змін на ринку мобільного зв’язку в Україні в 2017 р.;

– аналіз динаміки розвитку телекомунікацій України в 2014–2017 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Методологія управління дослідженнями в системі маркетингового аналізу.

Маркетинговий аналіз – це вивчення ринку товарів і послуг, попиту і пропозиції, поведінки споживачів, ринкової кон'юнктури, динаміки цін для кращого просування своїх товарів на ринку [9].

Маркетинговий аналіз є одним із найбільш складних видів маркетингової діяльності. Зміст, форми і методологія аналізу залежать від особливостей і структури підприємства, зовнішніх і внутрішніх умов і можуть істотно відрізнятися. Результати маркетингового аналізу дають змогу виробникові розробити дієву маркетингову стратегію, реалізувавши яку підприємство зможе поліпшити своє становище на ринку, зміцнити зв'язки зі споживачами і досягти певних цілей: збільшити дохід, забезпечити зростання обсягу збуту. У кінцевому підсумку це допоможе не тільки вижити в умовах ринку, а й забезпечити стабільну роботу в подальшому. На відміну від інших видів аналізу (економічний, фінансовий) маркетинговий аналіз проводиться не після закінчення якого-небудь календарного періоду, а залежно від ситуації, тому його також називають ситуаційним аналізом, або маркетинговим ситуаційним аналізом [1–4].

Сутність та методологія маркетингового аналізу визначаються ситуаційними цілями підприємства. Для підприємств мобільного зв'язку методологія маркетингового аналізу управління дослідженнями може бути організована за схемою, яка представлена на рис. 1.

Сутність методології полягає у систематичному (з використанням інструментів маркетингового аналізу) вивченні всіх обставин, пов'язаних із ринковою діяльністю підприємства, зборі вичерпної інформації про всі елементи ринку. При цьому в центрі уваги повинні перебувати споживачі (абоненти операторів). В особливих випадках підвищена увага може бути звернена й на інші елементи ринку: партнерів, постачальників, посередників. Для аналізу використовується як наявна інформація, так і дані, отримані під час ситуаційних досліджень ринку.

Рішення на проведення маркетингового аналізу приймається після оцінки результатів ринкової діяльності підприємства, якщо маркетингові дослідження виявили зниження попиту на послуги підприємства внаслідок неадекватності діючих стратегій реальної ринкової ситуації. Виконується аналіз відповідності ринкових можливостей підприємства вимогам ринку і впливу зовнішніх сил.

Маркетинговий синтез дає змогу висунути й оцінити нові ринкові цілі, встановити критерії їх досягнення.

Ринкове стратегічне планування дає змогу розробити і вибрати ринкові стратегії.

Ринкове оперативне планування призначене для вибору методів, методик і прийомів ефективної реалізації ринкових стратегій.

Маркетингові дослідження оцінюють рівень досягнення цілей у процесі ринкової діяльності підприємства.

Як показано на рис. 1, у процесі реалізації встановлених цілей і стратегій на кожному етапі можуть бути зроблені коригування вибраних цілей, стратегій, методів, методик за зміни впливу зовнішніх сил або за результатами маркетингових досліджень ринку і ринкової діяльності підприємства, за зміни поведінки споживачів, конкурентів та інших учасників ринку.

Аналіз змін на ринку мобільного зв'язку в Україні в 2017 році.

Ринкова ситуація в 2016 році.

У 2016 р., як показало дослідження [6], на ринку послуг мобільного зв'язку в Україні діяли компанії: «Київстар», «Водафон Україна», «Лайфселл», «Интертелеком», «Три Моб», Peoplenet.

Сегментація ринку мобільного зв'язку була такою.

«Київстар» займав частку за обсягом доходу 40,9% (у 2015 р. – 37,57%, приріст у 2016 р. – 3,33%); за кількістю абонентів – 46% (у 2015 р. – 41,8%, приріст у 2016 р. – 4,2%). Частка оператора «Київстар» на телекомунікаційному ринку в 2016 р. – 26,26%; у 2015 р. – 26,49% [6].

«Водафон Україна» займав частку за обсягом доходів 32,57% (у 2015 р. – 30,11%, приріст у 2016 р. – 2,46%); за кількістю абонентів – 36,85% (у 2015 р. – 33,57%, приріст у 2016 р. – 3,28%). Частка оператора «Водафон Україна» на телекомунікаційному ринку за обсягом доходів – 19,46%, у 2015 р. – 19,66% [6].

«Лайфселл» займав частку за обсягом доходів 14,19% (у 2015 р. – 13,49%, приріст у 2016 р. –

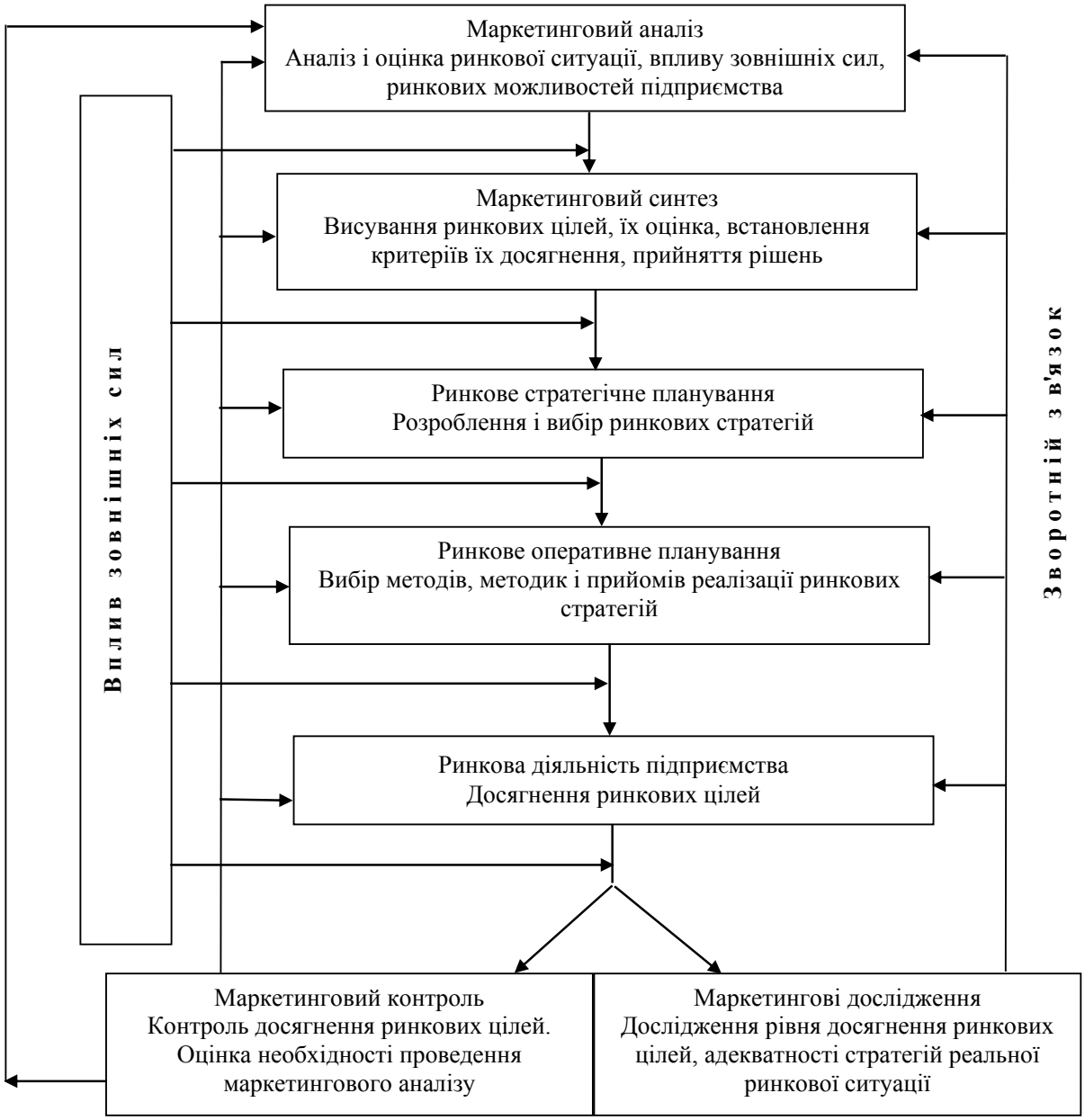


Рис. 1. Методологія маркетингового аналізу управління дослідженнями на сучасному ринку послуг мобільного зв'язку

Джерело: розроблено авторами

0,7%); за кількістю абонентів – 16,2% (у 2015 р. – 17,41%, зниження в 2016 р. – на 1,21%). «Лайфселл» займав 8,5% телекомунікаційного ринку (у 2015 р. – 8,8%) [6].

Інші оператори мобільного зв'язку («Интертелеком», «Три Моб», Peoplenet) займали частку за обсягом доходів 12,34% (у 2015 р. – 18,83%); частка ринку за кількістю абонентів *інших операторів мобільного зв'язку* – 0,95% (у 2015 р. – 7,22%). Частка цих операторів у телекомунікаційному ринку істотно знизилася. Частка ринку *інших операторів мобільного зв'язку* в телекомунікаційному ринку України – 5,57% (у 2015 р. – 10,35%) [6].

Попередній аналіз підсумків 2017 р.

Український телекомунікаційний ринок у 2017 р. не зазнав істотних змін –лідери залишилися ті ж, що і раніше. Трійка найбільших по доходах компаній вже багато років незмінна: «Київстар», «Vodafone Україна» і lifecell [10].

«Київстар». За 2017 р. абоненти стали більше користуватися мобільним Інтернетом, активно переходили на нові безлімітні тарифи і підключали послуги FMC. Усе це призвело до зростання доходів оператора по всіх основних категоріях. В останні два роки спостерігалася тенденція, коли абоненти переставали користуватися декількома SIM-картами різних операторів і робили свій вибір на користь лідера телеком-ринку – «Київ-

стар». Завдяки інноваційному підходу до формування тарифів кількість абонентів за четвертий квартал 2017 р. виросла на 400 тис. – до 26,5 млн. порівняно з аналогічним періодом 2016-го. У четвертому кварталі 2017 р. середньомісячне споживання трафіку на абонента мобільного Інтернету досягло 1091 Мб, це майже вдвічі більше, ніж за аналогічний період минулого року. В результаті за 2017 р. доходи послуги мобільної передачі даних виросли на 68,9%. Доходи від послуг фіксованого зв'язку в 2017 р. виросли на 7,6% і становили 1,1 млрд. грн. При цьому доходи від широкосмугового доступу збільшилися за рік на 12,2% завдяки унікальній для українського ринку пропозиції «Київстар Всі разом» (FMC), у рамках якого абоненти можуть оплачувати мобільний зв'язок, фіксований Інтернет і цифрове ТБ одним рахунком й отримувати значні знижки. Загальний доход компанії за 2017 р. збільшився на 10,6%, досягнувши 16,5 млрд. грн., з яких 15,3 млрд. припадає на послуги мобільному зв'язку. Інвестиції в розвиток телеком-мережі в 2017 р. досягли 2,6 млрд. грн. і переважно були спрямовані на розвиток 3G-покриття і підготовку мережі до надання послуг нового стандарту зв'язку – 4G. У 2017 р. територія мережі 3G «Київстар» збільшилася до 9,8 тис. населених пунктів, де мешкає 80% населення країни. У кінці 2016 р. цей показник становив 61%. У першому кварталі 2018 р. «Київстар» став переможцем тендеру на розвиток в Україні зв'язку 4G на частотах 2600 Мгц. Компанія в ході аукціону отримала суцільну смугу частот 2X15 Мгц, що дасть змогу надавати Інтернет на найвищій швидкості [11].

«Водафон Україна». Компанія за підсумками 2017 р. отримала чистий прибуток на 2,2 млрд. грн. (на 76%) вище за показник 2016 р. Виручка компанії за минулий рік збільшилася на 7,2%, до 11,9 млрд. грн. Зростання кількості користувачів і обсягів споживання призвело до органічного зростання доходів від передачі даних: дохід від передачі даних виріс у четвертому кварталі 2017 р. на 91% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Зростання дата-доходів стало ключовим чинником зростання основних фінансових і операційних показників. Розмір абонентської бази оператора за рік не змінився, залишившись у межах 20,8 млн. абонентів. При цьому кількість абонентів, що користуються мобільним Інтернетом, збільшилася на 1,4 млн. осіб [12].

«Лайфселл». За підсумками першого півріччя 2017 р. оператор «Лайфселл» відзвітував про відключення 1,3 млн. користувачів порівняно з 1 липня 2016-го. Компанія пояснила це тим, що 13% її абонентів перестали використовувати SIM-карти lifecell як другі-треті для збереження витрат. В Україні ще з минулого десятиліття склалося так, що більше 90% усіх дзвінків – внутрішньомережеві, умовно безкоштовні [10]. «Лайфселл» за підсумками 2017 р. отримав 503,6 млн. грн. чистого збитку порівняно з 928,3 млн. грн. чистого прибутку в 2016 р. При цьому виручка оператора становила 4,9 млрд. грн., що на 0,8% більше, ніж у 2016 р. Капітальні інвестиції оператора в 2017 р. знизилися на 41%, до 1,3 млрд. грн. У 2016 р. lifecell інвестував 2,3 млрд. грн. Крім того, активна абонентська база за минулий рік скоротилася на 13%, до 8 млн., загальна кількість абонентів у мережі оператора – на 10,5%, до 11,1 млн. абонентів [13].

У середині року Британська компанія Lycamobile домовилася з «ТриМоб», мобільною дочкою «Укртелекому», про надання послуг під своїм брендом. Таким чином, Україна увійшла до числа 20 країн, де є присутнім оператор MVNO (Mobile Virtual Network Operator). Відмінність Lycamobile в тому, що він не має власної інфраструктури, а орендує її у мобільних операторів. Lycamobile продає послуги під власним брендом. Погоди на українському ринку поява Lycamobile не зробила, оскільки компанія передусім націлена на обслуговування діаспор у різних країнах, пропонуючи вигідні міжнародні дзвінки [10].

Головним завданням операторів мобільного зв'язку в 2018 р. є перехід на нові технології 4G. Нові технології допоможуть здолати цифровий розрив між Україною і рештою світу. Можливо, що його вдасться здолати й усередині країни – між містами і сільською місцевістю, – де телеком-інфраструктура менш розвинена. Для цього потрібна технологічна нейтральність – можливість запускати будь-які технології на будь-яких частотах. Вона дасть змогу поліпшити покриття 3G і 4G по всій території України, у тому числі на трасах, у малонаселеній місцевості, горах і т. д. З технологічною нейтральністю мобільний Інтернет може стати відмінною заміною фіксованому там, де складно або дорого прокладати кабель [10].

Аналіз динаміки розвитку телекомунікацій України в 2014–2017 рр. Опубліковані Державним комітетом статистики України дані про обсяг реалізованих послуг у сфері телекомунікацій і поштового зв'язку за 2017 р. (і за інші роки) [14] роблять можливим дослідження динаміки розвитку мобільного зв'язку порівняно з іншими сегментами телекомунікаційного ринку. У табл. 1 представлено статистичні дані, що характеризують динаміку розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні по видах послуг за 2014–2017 рр.

Динаміка розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні в період 2014–2015 рр. характеризується щорічним приростом доходів підприємств по телекомунікаціях у цілому і по всіх видах послуг, окрім послуг фіксованого зв'язку. Зниження доходів підприємств від надання послуг фіксованого зв'язку є загальносвітовою тенденцією і пояснюється швидким удосконаленням мобільного зв'язку і зростанням її переваг.

На рис. 2 показані графіки, які характеризують динаміку розвитку видів послуг: фіксований зв'язок (послуги ФЗ); мобільний зв'язок (послуги МЗ), Інтернет-послуги (Інтернет-послуги) і телекомунікацій у цілому (ТК-послуги) за 2014–2017 рр.

Таблиця і графіки показують, що:

– динаміка доходів підприємств мобільного зв'язку й усієї телекоммунікаційної сфери в останні роки позитивна;

– найбільш швидке зростання доходів підприємств спостерігається від надання Інтернет-послуг (за 2016 р. доходи від ТК-послуг у цілому зросли в 1,03 рази, мобільного зв'язку – в 1,03 рази, а доходи від надання Інтернет-послуг – в 1,27 рази; за 2017 р. відповідно в 1,06, 1,03 та 1,19 рази);

– загальносвітова тенденція зниження доходів від надання послуг фіксованого зв'язку спостерігається й у сфері телекомунікації в Україні.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження методичних аспектів використання інструментів маркетингового аналізу сучасного ринку послуг мобільного зв'язку в умовах упровадження новітніх технологій і оцінка деяких результатів діяльності операторів мобільного зв'язку після впровадження цих технологій дає змогу зробити такі висновки.

1. Сутність методології маркетингового аналізу управління дослідженнями сучасного ринку послуг мобільного зв'язку, яка запропонована авторами, полягає у систематичному (з використанням інструментів маркетингового аналізу) вивченні всіх обставин, пов'язаних із ринковою діяльністю підприємства, зборі вичерпної інформації про всі елементи ринку. Особливістю і перевагою методології є орієнтація на споживача на всіх етапах дослідження і прийняття рішень.

2. Упровадження операторами мобільного зв'язку новітніх технологій, зокрема мобільного Інтернету, сприяло підвищенню попиту на послуги мобільного зв'язку, Інтернет-послуги і на засоби мобільного зв'язку. Найбільш швидке зростання доходів підприємств спостерігається від надання Інтернет-послуг (за 2016 р. доходи від надання Інтернет-послуг зросли в 1,27 рази; за 2017 р. – в 1,19 рази).

3. Динаміка доходів підприємств мобільного зв'язку та всієї телекомунікаційної сфери позитивна. Трійка найбільших по доходах компаній вже багато років незмінна: «Київстар», «Vodafone Україна» і lifecell. Оператор «Лайфселл» відзвітував про відключення 1,3 млн. користувачів порівняно з 1 липня 2016-го. Компанія пояснила це

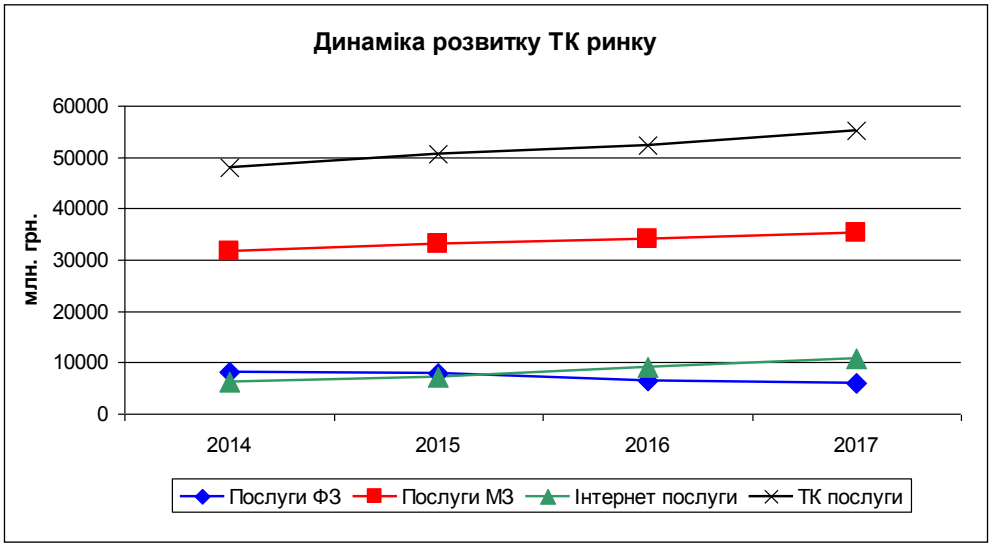


Рис. 2. Динаміка розвитку ринку телекомунікаційних послуг

Джерело: розроблено авторами згідно з даними табл. 1

Таблиця 1

Динаміка розвитку ринку телекомунікаційних послуг в Україні за 2014-2017 рр., млн. грн.

Вид послуги	2014	2015	2016	2016/2015	2017	2017/2016
Послуги фіксованого зв'язку	8174	7885	6518	0,83	6047	0,93
Послуги мобільного зв'язку	31566	33206	34077	1,03	35217	1,03
Інтернет-послуги	6190	7144	9102	1,27	10818	1,19
Інші види послуг	2159	2431	2669	1,1	3045	1,14
Усі види телекомунікаційних послуг	48089	50666	52366	1,03	55127	1,05

Джерело: розроблено авторами за даними [14]

тим, що 13% її абонентів перестали використати SIM-карти lifecell як другі-треті для збереження витрат. У середині 2017 р. Британська компанія Lycamobile домовилася з «ТриМоб», мобільною дочкою «Укртелекому», про надання послуг під своїм брендом. Таким чином, Україна увійшла до числа 20 країн, де є присутнім оператор MVNO (Mobile Virtual Network Operator).

Напрямом подальших досліджень може бути вивчення використання розробленої авторами методології маркетингового аналізу для дослідження процесу і результатів упровадження операторами мобільного зв'язку новітньої технології 4G.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент; 14-е изд. СПб.: Питер, 2014. 800 с.

2. Котлер Ф. Маркетинг XXI века. СПб.: Нева, 2005. 432 с.

3. Стрій Л.О. Маркетинг XXI століття: концептуальні зміни та тенденції розвитку: монографія; за наук. ред. проф. А.К. Голубєва. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова; ВМБ, 2010. 320 с.

4. Маркетинг предприятий инфокоммуникаций: современные виды маркетинговой деятельности: монография / Л.А. Стрий, М.А. Мамедов, О.М. Рустамов; под научн. ред. профессора, д.э.н. В.Н. Орлова. Saarbrucken: LAP Lambert Academic Publishing, 2015. 244 с.

5. Резникова Н.П., Кухаренко Е.Г. Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций: учеб. пособ. для вузов. М.: Горячая линия-Телеком, 2013. 152 с.

6. Enterprises of telecommunications in Ukraine: research of the present state and directions of development / L. Striy, V. Orlov, L. Zakharchenko, A. Golubev, L. Bogatyreva. Technology audit and produchtion reserves. 2017. № 4/4(36). P. 15–21.

7. Market of communication and internet services: research of competitive environment / L. Striy, I. Yepifanova, B. Orlovskiy, Sh. Sobirov, B. Miralibekov. Technology audit and produchtion reserves. 2017. № 5/5 (37). P. 20–24.

8. Шваб К. Четвертая промышленная революция. URL: https://eksmo.ru/book/chetvertaya-promyshlennaya-revolyutsiya-ITD819325/.

9. Экономический портал. URL: http://www.economicportal.ru/term-words/word-m2.html#m5.

10. Телеком: итоги 2017. URL: https://nv.ua/techno/it-industry/telekom-itogi-2017-3g-gonki-kievstara-vodafone-i-lifecell-ukraina-zhdet-4g-i-mnp-2406286.html.

11. Результаты 2017 года «Киевстар». URL: http://itnews.com.ua/news/85967-rezultaty-2017-goda-kievstar.

12. «Vodafone Украина» в 2017 г. увеличил выручку на 7,2%, чистую прибыль – на 76%. URL: http://interfax.com.ua/news/telecom/493008.html.

13. Крупный мобильный оператор Украины закончил 2017 год с убытком. URL: https://biz.nv.ua/markets/krupnyj-mobilnyj-operator-ukrainy-zakonchil-2017-hod-s-ubytkom-2452345.html.

14. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

REFERENCES:

1. Kotler, F. & Keller, (2014). Marketing menedzhment [Marketing Management] (14nd ed., rev.). Saint Petersburg: Piter [in Russian].

2. Kotler, F. (2005). Marketing XXI veka [Marketing of the XXI century]. Saint. Petersburg: Publishing House "Neva" [in Russian].

3. Striy, L.O. (2010). Marketynh XXI stolittya: kontseptual'ni zminy ta tendentsiyi rozvytku: monohrafiya [XXI Century Marketing: Conceptual Changes and Development Trends: Monograph]. Odesa: VMV [in Ukrainian].

4. Strii, L.A., Mamedov, M.A, & Rustamov, O.M. (2015). Marketing predpriiatii infokommunikatsii: sovremennye vidy marketingovoi deiatel'nosti: monohrafiya [Marketing of infocommunication enterprises: modern types of marketing activities: Monograph]. Saarbrucken: LAP Lambert Academic Publishing [in Russian].

5. Reznikova, N.P. & Kukharenko, E.G. (2013). Marketing v otrasli infokommunikatsiy [Marketing in the field of infocommunications]. Moskva: Goryachaya liniya-Telekom [in Russian].

6. Striy, L., Orlov, V., Zakharchenko, L., Golubev, A, & Bogatyreva L. (2017). Enterprises of telecommunications in Ukraine: research of the present state and directions of development. Technology audit and produchtion reserves, 4/4 (36), 15-21 [English].

7. Striy, L., Yepifanova, I., Orlovskiy, B., Sobirov Sh., & Miralibekov B. (2017). Market of communication and internet services: research of competitive environment: abstract and references. Technology audit and produchtion reserves. – 5/5 (37) [English].

8. Schwab, K. (2016). Chetvertaya promushlennaya revoliutsiya [The Fourth Industrial Revolution]. Retrieved from https://eksmo.ru/book/chetvertaya-promyshlennaya-revolyutsiya-ITD819325 [in Russian].

9. Ekonomicheskiy portal [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa: http://www.economicportal.ru/term-words/word-m2.html#m5 [in Russian].

10. Telekom: itogi 2017 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa: https://nv.ua/techno/it-industry/telekom-itogi-2017-3g-gonki-kievstara-vodafone-i-lifecell-ukraina-zhdet-4g-i-mnp-2406286.html [in Russian].

11. Rezul'taty 2017 goda Kiyevstar [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa: http://itnews.com.ua/news/85967-rezultaty-2017-goda-kievstar [in Russian].

12. "Vodafone Ukraine" in 2017 increased revenue by 7.2%, net profit by 76% [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa: http://interfax.com.ua/news/telecom/493008.html [in Russian].

13. Krupnyy mobil'nyy operator Ukrainy zakonchil 2017 god s ubytkom [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa: https://biz.nv.ua/markets/krupnyj-mobilnyj-operator-ukrainy-zakonchil-2017-hod-s-ubytkom-2452345.html [in Russian].

14. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa:: http://www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].

Striy L.O.
Doctor of Economics Sciences,
Professor at Department of Management and Marketing
O.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications
Golubev A.K.
Candidate of Technical Sciences,
Professor at Department of Enterprise Economics
O.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications
Bogatyryova L.D.
Associate Professor at Department of Management and Marketing
O.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications
Savitskiy D.I.
Student
O.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications

MARKETING ANALYSIS OF THE MOBILE COMMUNICATION SERVICES MARKET IN THE CONDITIONS OF INTRODUCTION OF THE NEWEST TECHNOLOGIES

The authors study the problem of using marketing analysis tools to study the process of introducing the latest technologies (in particular, 3G and mobile Internet). The methodology of marketing analysis for the management of researches of the modern market of mobile communication services is offered. The essence of the methodology consists in the systematic (using the tools of marketing analysis) study of all the circumstances associated with the market activity of the enterprise, collecting exhaustive information about all elements of the market. The peculiarity and dignity of the methodology is the orientation towards the consumer at all stages of research and decision-making.

It is established that the introduction by mobile operators of the latest technologies, in particular, the mobile Internet, has increased the demand for mobile communication services, Internet services, and on mobile communication devices. The fastest growth in the incomes of enterprises is observed from the provision of Internet services (for the year of 2016, revenues from the provision of Internet services grew by 1.27 times, in 2017 – by 1.19 times).

Some statistical data on the results of the economic activity of mobile operators in 2017 (based on the materials of open Internet sites) are given. The total revenue of Kyivstar for the year of 2017 increased by 10.6%, reaching 16.5 billion hryvnia, of which 15.3 billion hryvnia accounted for mobile communication services, while revenues from fixed-line services grew by 7.6% to 1.1 billion hryvnia in the year of 2017. According to the results of 2017, Vodafone Ukraine received a net profit of 2.2 billion hryvnia, which is 76% higher than in the year 2016. The company's revenue for the past year increased by 7.2% – to 11.9 billion hryvnia, the operator of Lifecell reported about the disconnection of 1,300,000 users compared to July 1, 2016. In mid-2017, the British company Lycamobile has agreed with TriMob, the mobile daughter of Ukrtelecom, to provide services under its own brand, thus Ukraine has become one of the 20 countries where the MVNO (Mobile Virtual Network Operator) is present.

The dynamics of the market of telecommunication services in Ukraine for 2014–2017 is studied. It is shown that the dynamics of incomes of mobile communication enterprises and the entire telecommunications sphere in recent years is positive.

Possible directions for further research on this problem are suggested: to study the possibility of using the proposed methodology of marketing analysis to study the process and the results of the introduction by mobile operators of the latest 4G technology.

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ГОСПОДАРЮВАННЯ У РИНКОВИХ УМОВАХ

INDUSTRIAL MARKETING AS A METHOD OF HOUSING IN MARKET CONDITIONS

УДК 658.8

Бабаченко Л.В.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Чернігівський національний технологічний університет
Хоменко І.О.
д.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Чернігівський національний технологічний університет

У статті розглянуто ефективні інструменти промислового маркетингу під час виробництва і реалізації товарів промислового призначення для підвищення ефективності маркетингової діяльності в умовах загострення конкурентної боротьби. Виокремлено слабкі місця промислового маркетингу. Досліджено роль промислового маркетингу в підвищенні рівня ефективності діяльності промислових підприємств. Зазначено, що для ефективного функціонування маркетингове планування промислового підприємства має базуватися на постійному відстеженні інноваційних продуктів. Виділено основні унікальні характеристики промислового маркетингу.

Ключові слова: *маркетинг, промисловий маркетинг, товари промислового призначення, промисловий ринок, споживчий ринок.*

В статье рассмотрены эффективные инструменты промышленного маркетинга при производстве и реализации товаров промышленного назначения для повышения эффективности маркетинговой деятельности в условиях обострения конкурентной борьбы. Выделены слабые места промышленного маркетинга. Исследована роль промышленного маркетинга в повышении уровня эффективности деятельности промышленных предприятий. Отмечено, что для эффективного функционирования маркетинговое планирование промышленного предприятия должно базироваться на постоянном отслеживании инновационных продуктов. Выделены основные уникальные характеристики промышленного маркетинга.

Ключевые слова: *маркетинг, промышленный маркетинг, товары промышленного назначения, промышленный рынок, потребительский рынок.*

The article considers effective tools of industrial marketing in the production and sale of industrial goods to increase the effectiveness of marketing activities in the context of intensifying competition. Weaknesses of industrial marketing are distinguished. The role of industrial marketing in increasing the level of efficiency of industrial enterprises is investigated. It is noted that for the effective functioning, marketing planning of the industrial enterprise should be based on constant tracking of innovative products. The basic unique characteristics of industrial marketing are highlighted.

Key words: *marketing, industrial marketing, industrial goods, industrial market, consumer market.*

Постановка проблеми. В умовах загострення конкурентної боротьби на національному і світовому ринках зростає роль маркетингу в діяльності промислового підприємства. Ознайомлення з наявними теоретичними засадами маркетингу засвідчило, що споживчі ринки є основним об'єктом маркетингових досліджень, водночас промислові ринки залишаються недостатньо вивченими. Під час організації досліджень на промислових ринках використовують як основу теоретичні і практичні напрацювання правил, принципів і методів, які були розроблені для споживчих ринків. При цьому залишаються неврахованими особливості організації та функціонування промислових ринків. В умовах реалізації ринкової економіки виникає об'єктивна необхідність у додатковому дослідженні специфіки формування особливостей промислового маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням маркетингу промислових підприємств приділялася увага багатьох зарубіжних учених, таких як П. Друкер, Ф. Котлер, М. Бейкер, К. Гронрос, Ж. Маріон, Н. Рекхем. Серед вітчизняних науковців, які досліджували особливості маркетингової діяльності промислових підприємств, – А.І. Кредісов, М.І. Бєлявцев, М.В. Ніколайчук, В.Ю. Святненко, О.О. Шубін.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити ефективні інструменти промислового маркетингу під час виробництва і реалізації товарів промислового призначення для підвищення ефективності маркетингової діяльності в умовах загострення конкурентної боротьби.

Виклад основного матеріалу дослідження. Промисловий маркетинг відіграє важливу роль, оскільки поставляє продукти і послуги, які необхідні організаціям, тим самим підтримує функціонування економіки, урядових установ, лікарняних та освітніх закладів. Здійснюючи оцінку кількості фінансових операцій у промисловому маркетингу, фахівці дійшли висновку, що він майже вдвічі перевищує грошовий обіг у сфері споживчого ринку. Проте розвиток теоретичних надбань та практичних рекомендацій у сфері споживчого маркетингу нині істотно випереджає дослідження, які відбуваються у промисловому маркетингу. Промисловий маркетинг відрізняється від споживчого, головним чином, специфікою і споживачем, а не товаром. Організації-

споживачі, які представлені на промислових ринках, здійснюють закупівлю звичайних товарів, які купує населення країни. Такими товарами можуть бути звичайні автомобілі, вантажівки, канцелярське приладдя, інструменти й послуги транспортних організацій [4, с. 207]. Промисловими споживачами є виробничі й обробні підприємства, що здійснюють діяльність із харчової, хімічної та нафтової переробки, а також дистриб'ютори, які закуповують, а потім перепродають продукцію іншим промисловим споживачам.

Серед особливостей промислових ринків також слід виділити й те, що підприємство, як правило, здійснює співпрацю з незначною групою споживачів, якщо порівнювати з кількістю покупців на споживчому ринку. Якщо відзначити вартість окремих угод у промисловому маркетингу, то слід зауважити, що вона, навпаки, зазвичай значно вище, а процес прийняття рішення про купівлю на промисловому ринку, як правило, є більш тривалим і іноді більш високо структурованим, аніж на споживчому ринку.

Здійснюючи аналіз попиту на промислову продукцію, слід наголосити, що він є залежним від попиту на споживчі товари і послуги. Кінцевий продукт споживача складається з декількох складників, серед яких можна виділити сировину, деталі і складальні вузли. У цілому попит на перелічені складники кінцевого продукту споживача безпосередньо визначається попитом на промислову продукцію. Як правило, попит на продукцію споживачів промислового ринку також визначається попитом на капітальне обладнання, товари для технічного обслуговування і ремонту.

В умовах нестабільності та кризи маркетингова діяльність на промислових підприємствах здійснюється для досягнення багатьох цілей, а саме завоювання ринку; підвищення рентабельності, поліпшення фінансової стійкості; забезпечення соціальних факторів виробництва; створення і зміцнення позицій на ринку. Загалом маркетингові цілі поділяються на економічні та поведінкові. Перші передбачають вирішення генеральних цілей підприємства, тобто формування прибутку, рентабельності, надійності, а поведінкові орієнтовані на досягнення результату від впливу маркетингових заходів на менталітет і купівельну поведінку споживача [6, с. 174].

Функція маркетингу на промисловому підприємстві реалізується шляхом організації маркетингової діяльності, а саме проведення маркетингових досліджень, здійснення планування, ціноутворення, розроблення стратегії маркетингу, політики розподілу. Важливу роль відводять інтегруючій функції маркетингу. Її суть полягає у тому, що всі функції на підприємстві повинні бути підпорядковані загальній ідеї, задуму маркетингу, пошуку, розпізнавання і задоволення потреб конкретних і потенційних споживачів. Інтегруюча функція маркетингу дає змогу здійснювати координацію усіх підфункцій і підвищити ефективність взаємодії всіх цілеспрямованих дій для досягнення необхідного результату, тобто забезпечує синергетичний ефект [9, с. 11].

Досліджуючи роль промислового маркетингу в підвищенні рівня ефективності діяльності промислових корпорацій, слід відзначити, що, виступаючи складником управлінської філософії, концепція маркетингу зазначає, що обов'язком кожного менеджера є орієнтація на споживача [1, с. 14]. Розглядаючи маркетинг у практичному аспекті, науковці відзначають, що він являє собою певний набір зобов'язань і дій, що мають відношення до споживача. Маркетологи повинні бути фахівцями в усіх питаннях, що стосуються споживача, та представляти його інтереси на всіх рівнях організації, відстоювати його точку зору і допомагати менеджерам інших відділів зрозуміти потреби замовника.

Саме тому розроблення стратегії промислового маркетингу починається з вивчення промислового покупця (реального або потенційного) та його специфічних потреб у сфері діяльності промислового підприємства. Потреби промислових споживачів виникають із виробничих процесів і опосередковані потребами кінцевих користувачів нових товарів [2, с. 13]. Важливими характеристиками товару, призначеного для промислового споживача, будуть:

– якість – придатність для виробничого процесу і технології, яка використовується;

– надійність постачання – чітко організована система збуту;

– ціна й умови оплати.

Окрім того, можливості підприємства щодо створення необхідного промисловому ринку товару включають поєднання двох складників: ресурсів і структури управління підприємством. Здатність структури управління ефективно використовувати наявні ресурси – важливий аспект можливості реалізації стратегії. Необхідно пов'язати ресурсні та структурні можливості промислового підприємства з потребами основних споживачів. Здійснення стратегії передбачає розвиток довгострокових взаємовідносин із промисловими споживачами. Відповідність між можливостями постачальника і потребами покупця досягається через взаємодію двох сторін. Саме тому стратегія промислового маркетингу передбачає зосередження на відносинах із кожним окремим покупцем, тобто розроблення і реалізацію окремих маркетингових стратегій для кожного конкретного споживача, що включають основні складники маркетингової діяльності: товарну (асортиментну) політику; збутову і сервісну політику; цінову політику; стратегію комунікацій.

Позиціонування товарів є важливим на промисловому ринку і на споживчому. Позиціонування

товару – це використання комунікацій для того, щоб виділити певні аспекти товарної пропозиції порівняно з товарною пропозицією конкурентів. Можливості позиціонування певного промислового товару визначаються й обмежуються його технічними характеристиками і властивостями, але й за таких обмежень існують різні можливості позиціонування на ринку. За допомогою аналізу потреб і переваг клієнтів, а також товарної пропозиції конкурентів промисловий маркетолог може виявити невикористані ринкові можливості. Концепції позиціонування товару є важливим аспектом пошуку маркетологом конкурентної переваги. Особливості позиціонування товару безпосередньо впливають на визначення завдань комунікації [2, с. 278].

Визначення цільової аудиторії програми маркетингових комунікацій становить складову частину стратегії сегментування ринку. Цільова аудиторія може бути визначена на рівні як макросегментів, так і мікросегментів. Слід нагадати, що за макросегментації організації-споживачі поділяються за галузями, типами продукції, що виробляється, сферою застосування товарів. За мікросегментації організації-споживачі розрізняються за типом закупівельного центру (структурою, стилем прийняття рішень про закупівлю і купівельними критеріями). Не всі сегменти ринку становлять для промислового підприємства однакову цінність і не всі мають рівні можливості для комунікацій в певний момент часу [7, с. 372]. Таким чином, визначаючи цільову аудиторію, слід приділяти основну увагу короткостроковим проблемним питанням і наявним можливостям комунікацій порівняно з довгостроковою стратегією сегментування ринку. Швидке вирішення короткострокових завдань маркетингу і комунікацій значно впливає на втримання важливої цільової аудиторії.

Однією з найпоширеніших помилок, що припускають під час розроблення комунікаційної стратегії в промисловому маркетингу, може бути недостатня увага до виявлення цільової аудиторії. Дані про потреби цільової аудиторії можуть виявитися дуже корисними в процесі планування. Стає зрозумілим, що ці дані можуть стати додатковою можливість та допомогти визначити цільову аудиторію. Рівень інформованості, відношення до товару і купівельна спроможність є важливими характеристиками цільової аудиторії і допомагають краще її визначити. Економічна теорія стверджує, що підприємство повинно продовжувати збільшувати витрати на маркетингові комунікації до того часу, коли додатковий дохід, наприклад обсяг валового прибутку, не зрівняється з додатковими витратами [8, с. 64].

Ефективна діяльність промислового підприємства щодо дослідження ринку і закріплення на ньому залежить від раціональної організації маркетингу як елемента загальної системи управління, яка базується на спеціально розробленій програмі маркетингу. Маркетингова програма промислового підприємства як процес розроблення плану з досягнення певних корпоративних і бізнес-завдань (збільшення частки ринку, обсягів продажу) повинна складатися з п'яти елементів: ринкових сегментів; продуктів; ціноутворення; дистрибуції; комунікації. Маркетингова програма це більше, ніж просто сума складових її частин. Маркетолог, який розробляє стратегію для свого підприємства, повинен об`єднати ці складники саме так, щоб можна було досягти балансу та узгодженості. Товарна стратегія повинна відповідати стратегії сегментування. Політика ціноутворення і розподільча логістика мають узгоджуватися з товарною стратегією, а комунікації – зі стратегією дистрибуційної логістики [3, с. 39]. Необхідною умовою ефективності промислового маркетингу залишається вдала координація перелічених вище елементів маркетингової програми.

У промисловому маркетингу найважливішим аспектом є функціональна взаємозалежність, визнаючи той факт, що промисловий маркетолог на противагу маркетологу на ринку споживчих товарів набагато більше залежить від інших відділів, особливо від служби науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт і виробництва, у виконанні свого завдання. Неефективність маркетингового планування на промислових підприємствах, як правило, пов`язується з невмінням адаптувати процес стратегічного планування до унікальних вимог промислового маркетингу [10, с. 136]. До даних вимог слід віднести:

– розуміння того, що промисловий маркетолог зазвичай працює відразу з декількома товарами та ринками і маркетинговими каналами (порівняно з одним каналом, навіть для кількох товарів, на споживчому ринку);

– необхідність урахування обмежень у розробленні планів, оскільки вони, як правило, виникають під час взаємодії з іншими відділами промислового підприємства.

Під час проведення маркетингового планування на промисловому підприємстві дуже важливо визначити основні завдання та встановити принципи роботи організації, скоординувати дії різних підрозділів. Це необхідно для ефективного розроблення та реалізації маркетингових планів.

Потрібно зазначити, що для ефективного функціонування маркетингове планування промислового підприємства має базуватися на постійному відстеженні інноваційних продуктів, які з`являються у відповідних галузях.

В умовах високої цінової чутливості покупців, скорочення бюджетів на маркетингові заходи, загострення конкуренції пропонується виокремити фактори, що впливають на поширення нового продукту на основі промислового маркетингу. Виділяють дві групи факторів:

– конкурентні фактори, що мають відношення до постачальника: інтенсивність конкуренції серед постачальників; репутація постачальників; стандартизація; витрати постачальників на науково-дослідну роботу; маркетингові витрати постачальниками;

– конкурентні фактори, які стосуються замовника: фактори, що належать до галузі замовника, а саме неоднорідність галузі, інтенсивність конкуренції, невизначеність попиту, та фактори, що належать до комунікацій: рівень професіоналізму, частота відгуків.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження слід виділити основні унікальні характеристики промислового маркетингу: висока залежність маркетингу від бізнес-функцій, що впливає на його ефективність; складність промислової продукції; високий ступінь взаємозалежності організації-споживача і підприємства; складність процесу закупівлі. Унікальність промислового маркетингу висуває низку вимог до ефективного маркетингового планування, а саме орієнтованість на споживачів, досконале знання організацій-споживачів і ринку, визначення бізнес-цілей з орієнтацією на максимальне задоволення потреб у товарах промислового призначення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бабаченко Л.В., Галяміна С.О. Прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу. Міжнародна науково-практична конференція «Державне управління і національна безпека» (Київ, 29 вересня 2016 р.). Київ, 2016. С. 14–15.

2. Бабаченко Л.В. Стратегічний маркетинг у системі управління промисловим підприємством. Науковий вісник Ужгородського національного національного університету. Серія: «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2017. № 15 (1). С. 11–14.

3. Бабаченко Л.В., Хоменко І.О. Управління маркетинговими каналами розподілу продукції підприємства. XII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні тенденції інформаційно-технологічної, економічної і соціально-правової взаємодії в бізнесі» (Чернігів, 20 квітня 2017 р.). Чернігів, 2017. С. 39–40.

4. Бойчук І.В. Практика застосування маркетингу в діяльності вітчизняних промислових підприємств. Вісник ЛКА. Серія «Економічна». 2006. Вип. 22. 422 с.

5. Крикавський Є., Чухрай Н. Промисловий маркетинг: підручник; 2-е вид. Львів: Львівська політехніка, 2014. 341 с.

6. Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: навч. посіб.; 2-е вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 364 с.

7. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підручник; за ред. А.О. Старостіної. К.: Знання, 2005. 764 с.

8. Тєлєтов О.С. Маркетинг у промисловості: підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 248 с.

9. Хоменко І.О., Ільчук В.П. Кластеризація у формуванні виробничого потенціалу підприємств реального сектору економіки. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 4 (8). С. 7–15.

10. Shkarlet S.M., Khomenko I.O. The current state and prospects of development of international electronic commerce. Науковий вісник Полісся. 2017. № 2 (10). Ч. 2. С. 133–138.

REFERENCES:

1. Babachenko L.V. (2016) Priynyattya upravlInskih rIshen u sferI marketingu [Adoption of managerial decisions in the field of marketing] / L.V. Babachenko, S.O. Galyamina // International scientific-practical conference “Public administration and national security”. Kyiv, p. 14-15. (in Ukrainian)

2. Babachenko L.V. (2017) StrategIchniy marketing u sistemI upravlInnya promislovim pIdpriEmstvom [Strategic marketing in the management system of an industrial enterprise] / L.V. Babachenko // Scientific Bulletin of Uzhgorod National University. Series: “International Economic Relations and the World Economy”. – No. 15 (1), pp. 11-14 (in Ukrainian)

3. Babachenko L.V. (2017) UpravlInnya marketingovimi kanalami rozpodIlu produktsIYi pIdpriEmstva [Management of marketing channels of distribution of production of the enterprise] / L.V. Babachenko, IO Khomenko // XII International scientific and practical conference “Modern tendencies of information and technological, economic and social-legal interaction in business”. – Chernihiv, April 20, pp. 39-40 (in Ukrainian)

4. Boychuk I.V. (2006) Praktika zastosuvannya marketingu v dIyalnostI vItchiznyanih promislovih pIdpriEmstv [Practice of Marketing in the Activities of Domestic Industrial Enterprises] / I.V. Boychuk // Visnyk LKA. – Economic Series, Issue 22. – Lviv: View of Lviv Commercial Academy, 422 p. (in Ukrainian)

5. Krikavsky E., Chukhra N. (2014) Promisloviy marketing [Industrial Marketing]: Textbook, 2nd edition. – Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic National University, 341 p. (in Ukrainian)

6. Osnach O.F., Pylypchuk VP, Kovalenko L.P. (2011) Promisloviy marketing [Industrial Marketing]. Tutorial. – 2nd form. – K.: Center for Educational Literature, 364 p. (in Ukrainian)

7. Starostina AO, Dlygach A.O., Kravchenko V.A. (2005) Promisloviy marketing : TeorIya, svItoviy dosvId, ukraYinska praktika [Industrial Marketing: Theory, World Experience, Ukrainian Practice]: Textbook / Ed. AO Starostinoy – K.: Knowledge, 764 p. (in Ukrainian)

8. Teletov O.S. (2004) Promisloviy marketing [Industry Marketing] : Tutorial. – K.: Center for Educational Literature, 248 p. (in Ukrainian)

9. Khomenko I.O. (2016) KlasterizatsIya u formuvannI virobnichogo potentsIalu pIdpriEmstv realnogo sektoru ekonomIki [Clusterization in the formation of the production potential of enterprises in the real sector of the economy] / VPIlchuk, I.O. Khomenko // Problems and prospects of economy and management. – No. 4 (8). – pp. 7-15. (in Ukrainian)

10. Shkarlet, S.M. (2017) Current state and prospects of development of international electronic commerce / S. M. Shkarlet, I.O. Khomenko / Scientific bulletin Polissya. – No. 2 (10). Part 2. pp. 133-138. (in English)

Babachenko L.V.
Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer at
Marketing, PR-Technologies and Logistics Department
Chernihiv National University of Technology
Khomenko I.O.
Doctor of Economic Sciences, Senior Lecturer at
Department of Theoretical and Applied Economics
Chernihiv National University of Technology

INDUSTRIAL MARKETING AS A METHOD OF HOUSING IN MARKET CONDITIONS

In the conditions of intensification of competition in the national and world markets, the role of marketing in the enterprise is growing. The study of existing theoretical foundations of marketing has shown that consumer markets are the main object of marketing research, while industrial markets are not paying enough attention. As a rule, the theoretical and practical basis for the organization of research conducted in industrial markets is the principles and methods that have been developed for consumer markets. At the same time, the peculiarities of organization and functioning of industrial markets are not taken into account. In conditions of the market economy, there is an objective need for additional research on the specifics of the formation of characteristics of industrial marketing.

The effective tools of industrial marketing in the production and sale of industrial goods for the purpose of increasing the efficiency of marketing activities in the conditions of intensifying the competition are explored.

When conducting marketing planning at an industrial enterprise, it is very important to determine the main tasks and establish the principles of the organization, coordinate the activities of various units. This is necessary for the effective development and implementation of marketing plans.

It should be noted that for the effective functioning of marketing planning, an industrial enterprise should be based on the constant tracking of innovative products that appear in the relevant industries.

In the conditions of high price sensitivity of buyers, reduction of budgets for marketing measures, intensification of competition, it is proposed to distinguish the following factors influencing the distribution of a new product based on industrial marketing. There are two groups of factors: competitive factors related to the supplier: the intensity of competition among suppliers; reputation of suppliers; standardization; costs of suppliers for research work; marketing costs by suppliers; Competitive factors related to the customer: factors relating to the customer sector, namely, the heterogeneity of the industry, the intensity of competition, uncertainty of demand and factors relating to communications: the level of professionalism, frequency of reviews.

On the basis of the conducted research, it is necessary to highlight the main unique characteristics of industrial marketing: high dependence of marketing on business functions, which affects its efficiency; the complexity of industrial products; high degree of interdependence between the consumer organization and the enterprise; the complexity of the procurement process. The uniqueness of industrial marketing puts forward a number of requirements for effective marketing planning, namely, consumer orientation, thorough knowledge of consumer organizations and the market, definition of business goals with the focus on maximally meeting the needs of industrial goods.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITION OF SERVICE BUSINESS BY USING MODERN INFORMATION TECHNOLOGY

УДК 658.64

Бакало Н.В.
к.е.н., доцент кафедри туризму та адміністрування
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка
Стригун В.Ю.
студент
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка
Чорноморд О.І.
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

У статті розкрито сутність управління конкурентною позицією на підприємствах сфери послуг, де використовуються сучасні інформаційні технології. Зокрема, висвітлено посилення конкурентних позицій підприємств сфери послуг за рахунок новітньої інформаційної технології блокчейн.
Ключові слова: *інформаційні технології, конкурентна позиція, сфера послуг, конкуренція, блокчейн.*

В статье раскрыта сущность управления конкурентной позицией на предприятиях сферы услуг, где используются современные информационные технологии. В частности, раскрыто усиление конкурентных позиций предприятий сферы услуг за счет новейшей информационной технологии блокчейн.
Ключевые слова: *информационные технологии, конкурентная позиция, сфера услуг, конкуренция, блокчейн.*

The article reveals the essence of management of competitive position in the service industry that uses modern information technology. Specifically, highlighted strengthening the competitive position of service businesses due to new information technologies – blockchain.
Key words: *Information technology, competitive position, services, competition, blockchain.*

Постановка проблеми. Об'єктивний процес формування ринкового середовища вимагає від суб'єктів господарювання забезпечення ефективного функціонування та швидкої адаптації до нових умов. Зацікавленість підприємств в успіху на ринку посилює необхідність підвищення конкурентоспроможності пропонованих товарів чи послуг. Ураховуючи те, що підприємство наділене сучасними інформаційними технологіями, такому підприємству ще важче утримати свою позицію на ринку, адже з кожним днем технології кожної фірми випереджають одна одну. Конкурентоспроможність та конкурентна позиція на ринку виступають найважливішими чинниками забезпечення безпеки об'єкта туристичних послуг, його виживання в умовах фінансово-економічної кризи та відіграють велику роль у подальшому ефективному розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкуренції, утримання конкурентної позиції на ринку, конкурентоспроможність підприємства та інформаційні технології у сфері послуг розглядалося багатьма науковцями. Дослідження щодо використання новітніх інформаційних технологій у діяльності підприємств туристичної сфери і в туризмі здійснювали: С. Арімов, В. Балута, П. Бурцев, Д. Купінський, С. Мельниченко та багато інших. Наприклад, у монографії С. Мельниченко висвітлено теоретико-методологічні основи та практичний інструментарій застосування інформаційних технологій у туристичному бізнесі. Також визначено роль і місце інформаційних технологій у менеджменті та маркетингу туристичних підприємств. Дослідженню методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності підприємств присвячено праці відомих закордонних та вітчизняних учених, зокрема Г. Азоєва, С. Гаврилюка, Ю. Іванова, М. Портера, О. Чепурної.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі управління конкурентною позицією підприємств сфери послуг за рахунок використання сучасних інформаційних технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досягнення поставлених цілей та завдань на підприємствах сфери обслуговування зумовлюється його попитом на послуги у покупців. У межах конкурентного середовища, яке пропонує широкий вибір виробників послуг, попит на продукцію чи послугу залежить від результатів порівняння споживачами вартісних та споживчих якостей послуг з аналогами, що існують на ринку. Для одержання підприємства сфери послуг перемоги в конкурентній боротьбі воно повинно володіти значними перевагами порівняно з конкурентами.

Для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств сфери послуг із використанням інформаційних технологій виділено множину характеристик, які можуть виступати факторами конкурентних переваг на сучасному інтернаціоналізованому ринку розроблення програмного забезпечення. Множина ключових показників конкурентоспроможності підприємств інформаційних технологій формується на основі узагальненої класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств. Найвагомішими з них є ціна розробки, рівень кваліфікації розробників, науково-технічний потенціал співробітників, присутність та поширеність позитивних відгуків інших замовників, наявність та реалізація програм лояльності на підприємстві, ціна експлуатації, наявність та доступність документації на розроблений програмний продукт, час розроблення, вартість упровадження [1].

Сфера послуг та туризму є інформаційно збагаченою, оскільки характеризується багатогранністю ділових зв'язків із партнерами, динамікою бізнес-процесів, унікальністю туристичних послуг,

високим рівнем конкурентоспроможності та технологічними вдосконаленнями. Нині розвиток та існування туристичного бізнесу на ринку послуг неможливі без упровадження сучасних інформаційних технологій, що забезпечують: якість послуг, зв'язок та передачу даних, ефективність діяльності та поліпшення швидкості обслуговування, можливість виконувати запити кожного індивідуального клієнта та забезпечення ефективної роботи в зворотному напрямі [3].

На даному етапі розвитку суспільства існують такі види інформаційних технологій (табл. 1).

Зростання конкурентоспроможності будь-якого підприємства світового туристичного ринку, поліпшення та оптимізація зовнішніх і внутрішніх бізнес-процесів здійснюється лише за умови повної інтеграції з потужностями мережі Інтернет. Результатом такої діяльності як орієнтація на маркетинг (клієнта), продаж і конкуренцію стає оптимізація зовнішніх та внутрішній бізнес-процесів [2].

Туристична галузь є переплетінням великої кількості інформації та по праву вважається однією з найдинамічніших галузей економіки. Туристична діяльність пов’язана з величезною кількістю різнорідних даних, які необхідно обробляти, фільтрувати, здійснювати пошук найважливішого та відкидати непотрібне. Потік інформації постійно збільшується, завдання стають складнішими, тому запровадження та використання інформаційних технологій стає основоположним складником діяльності професіоналів туристичної сфери та є важливим чинником успіху.

Ключем до вирішення даних проблем може стати новітня інформаційна технологія, що застосовується на ринку туристичних послуг, – блокчейн, яка в потрібних руках і з правильним підходом принесе значну користь суспільству.

Термін Blockchain частково характеризує свої завдання і призначення. Частина Block – це блоки, chain – ланцюжок. Виходить, що блокчейн – це ланцюжок блоків із суворою послідовністю елементів.

Блоки – це, відповідно, дані про транзакції, угоди та контракти всередині системи, представлені в криптографічній формі. Блокчейн можна уявити у вигляді облікової книги, яка є у кожного учасника події й яка постійно оновлюється. По суті, у цю книгу можна вписати будь-яку подію – від фінансових операцій із криптовалютами Bitcoin, Etherum до результатів на виборах президента чи ідентифікаційних даних [4].

Головною особливістю даної технологіє є те, що сторінки (блоки) цієї книги одночасно зберігаються у всіх користувачів мережі, постійно оновлюються и посилаються на старі сторінки. Якщо хтось спробує обманути систему, вирвавши чи вклеївши в книгу якусь сторінку, то система відразу ж звернеться до десятків тисяч інших версій цієї книги і помітить невідповідність у структурі блоків.

Від самого початку блокчейн був (і залишається) основою криптовалюти Bitcoin, але з плином часу він розповсюдився в різноманітні галузі, зокрема і в туристичну.

Використання технології блокчейн у туризмі є досить багатогранним, це підтверджує й низка цікавих проектів: Lock Chain усуває посередників, підвищує якість і знижує вартість; Travel Chain – база інформації, яка допоможе туристам вибрати найкращу пропозицію та отримати масу цікавих та корисних порад щодо складання бюджету; Winding Tree знижує вартість послуг і скорочує процес вибору [4].

Технологія блокчейн має низку переваг (рис. 1).

Варто згадати ще одну (найбільш сумлінну) систему в туризмі – Channel Managers («управління каналами») – це інформаційні системи – своєрідні шлюзи, що підключаються по API до безлічі OTA і GDS, вони дають змогу готелю управляти каналами продажів і номерним фондом з одного місця і надають зручні інтерфейси для управління замовленнями.

Як правило, один готель представлений відразу на великій кількості онлайн-турагентствах, а також його номерний фонд розміщений одно-

Таблиця 1

Види інформаційних технологій

Вид	Характеристика
інформаційна технологія опрацювання даних	використовується для розв’язання добре структурованих задач, стосовно яких є необхідні вхідні дані і відомі алгоритми та інші стандартні процедури їх опрацювання
інформаційна технологія керування	задоволення інформаційних потреб усіх без винятку співробітників фірми, що мають справу з прийняттям рішень, орієнтована на роботу в середовищі інформаційної системи керування і використовується за більш поганої структурованості розв'язуваних задач, якщо їх порівнювати із задачами, які розв'язуються за допомогою інформаційної технології опрацювання даних
інформаційна технологія підтримки прийняття рішень	інтерфейс визначають: мова користувача; мова повідомлень комп’ютера, що організовує діалог на екрані дисплея; знання користувача
інформаційна технологія експертних систем	дає можливість отримувати менеджеру необхідну інформацію для прийняття рішень із будь-яких проблем за наявності відповідної бази знань

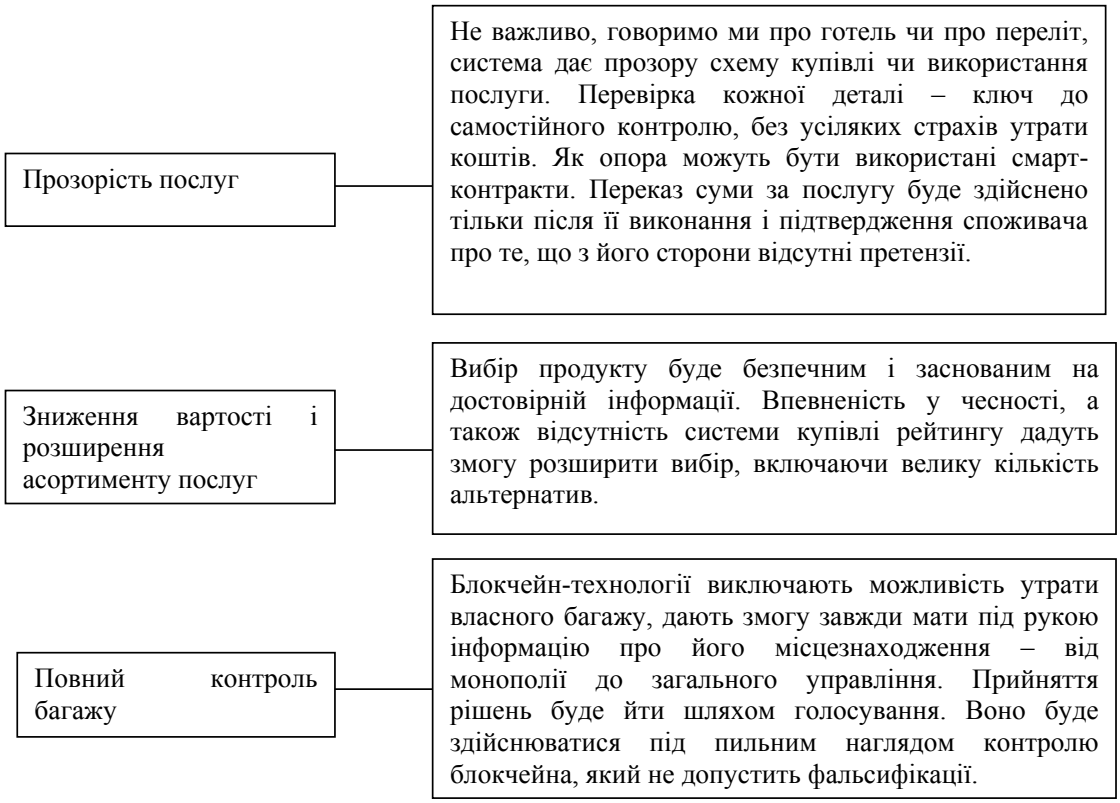


Рис. 1. Переваги застосування технології блокчейн у туризмі

часно в декількох GDS. Керувати бронюванням, оплатами, уникаючи овербукінга, в десятках інтерфейсів нереально, для цього й існують Channel Managers.

Вони також вносять свою частку в ціну номерів. Channel Managers – прогресивні та інноваційні компанії, конкуренція мотивує їх розвиватися, збільшувати охоплення майданчиків для розміщення, швидкість обробки замовлень, пропонувати готелям безліч корисних функцій, таких як інтегровані CRM, відстежити бронювання тощо. Конкуренція стримує їх від необґрунтованого підвищення цін.

За останній рік у світі народилися сотні блокчейн-проектів, але лише невелика їх частина несе дійсно практичний сенс, підкріплений попитом у глобальному масштабі.

Некомерційний проект Winding Tree – один з них, це платформа, яка покликана змінити світовий туристичний ринок. Вона вже створюється, і на неї є попит від великих світових авіакомпаній (Lufthansa, Air New Zealand, Swiss) і мережевих готелів (Nordic Choice Hotels).

Інші стартапи, що приносять блокчейн у туризм, є суто комерційними підприємствами, такі як LockChain.

Winding Tree – це децентралізована мережа дистрибуції туристичних послуг. Вона побудована на платформі Ефіріум і є суспільною власністю. Мережа з'єднує покупців і продавців за допомогою смарт-контрактів, а учасники платформи можуть спільно їй управляти.

Winding Tree не оподатковує постачальників ніякою платою за розміщення ресурсів, не стягує комісію за бронь. Але все ж у системі буде присутня мінімальна плата за транзакцію – частки відсотків, щоб зацікавлювати майнерів в наданні обчислювального ресурсу для мережі. Ця комісія має суто технологічний характер (як плата за телефон в офісі турфірми), вона несуттєва і не впливатиме на загальну ціну або склад бронювання.

Постачальники можуть призначати комісію за кожного залученого клієнта, якщо побажають. Якщо винагороду за клієнта встановлено, будь-яка особа, яка залучає клієнта для постачальника, автоматично отримає реферальну суму від готелю.

Чому конкуренція стане можливою?

Платформа не припускає комісій та абонентських плат, отже, готелям і авіакомпаніям не потрібно закладати їх у ціни. Постачальники додадуть до базової ціни лише припустиму комісію за бронь для агентств, наприклад 5%, а не 25% як може вимагати Priceline.

Отже, й агенти продадуть ті ж самі квитки і номери, але вже за нижчими цінами. Конкуренція буде перешкоджати спробам агентів прирівняти нові ціни до старих.

У результаті може наступити масова відмова турагентств і сайтів бронювання від GDS – у них

з'явиться спосіб отримувати ту ж інформацію, але в більш якісному вигляді, і пропонувати послуги туристам за меншими цінами, не втративши в комісії.

Новий спосіб збуту буде стимулювати не тільки агентства, а й постачальників ресурсів йти від GDS. Їм буде невигідно платити абонентську плату і закладати її в ціни, коли можна виставляти ресурси безкоштовно і знижувати ціну як конкурентну перевагу без утрати маржі.

Готелям доведеться розривати відносини з найбільшими онлайн-турагенціями, оскільки вони більше не зможуть підтримувати угоду про паритет цін і розміщувати на них найнижчу вартість. На новій платформі кімнату можна буде виставити на 15–20% дешевше, а велика кількість підключених агентів зроблять продажу не менше найбільших онлайн-турагенцій.

Отже, використання у близькому майбутньому новітньої технологій блокчейн, систем Winding Tree, Channel Managers, проектів Lock Chain, Travel Chain стане основоположним фактором конкурентної боротьби між туристичними підприємствами. Слід зауважити, що фірми, які володіють новітніми інформаційними технологіями, мають більший попит на ринку і, відповідно, приноситимуть більш суттєві доходи порівняно з найближчими конкурентами, які користуються застарілими методами та технологіями.

Висновки з проведеного дослідження. Для формування конкурентної позиції на підприємствах сфери послуг необхідно формувати переваги та конкурентні позиції підприємства. У сучасних умовах підвищеної конкуренції, коли з кожним днем на ринку з'являються нові імена у сфері послуг мало бути просто корисним, потрібно з кожним днем розробляти нові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства і збереження гідної позиції на ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Близнюк С.В., Остапенко А.В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 7. С. 41–42.

2. Ліфіц І.М. Конкурентоспроможність товарів і послуг: навч. посіб. М.: Вища освіта, 2007. 390 с.

3. Маховка В.М. Інтерактивні та Smart-технології в туризмі. Методологія та практика сталого розвитку туризму: кол. монографія. Полтава: Астрая, 2018. С. 148–154.

4. Наміот Д.Е., Купріяновський В.П. Інформаційні технології в розумному місті. International Journal of Open Information Technologies. 2017. № 3. vol. 5. URL: injoit.org/index.php/j1/article/download/397/370.

REFERENCES:

1. Blyzniuk S.V., A.V. Ostapenko. (2011) Konkurentnyi potentsial pidpryiemnytstva yak katehoriia suchasnykh ekonomichnykh doslidzhen [Competitive potential of entrepreneurship as a category of modern economic research]. Mykolaiv: BSNU (in Ukrainian)

2. Lifits I.M. (2007) Konkurentospromozhnist tovariv i posluh [Competitiveness of goods and services]. Moscow: Higher Education, p. 390. (in Russian)

3. Makhovka V. M. (2018) Interaktyvni ta Smart-tekhnolohii v turyzmi [Interactive and Smart Technology in Tourism]. Poltava: PP "Astraia", pp. 148-154. (in Ukrainian)

4. Namiot D.E., V.P. Kupriianovskyi (2017) Informatsiini tekhnolohii v rozumnomu misti [Information technology in a smart city]. International Journal of Open Information Technologies, vol. 5, no. 3. Available at: injoit.org/index.php/j1/article/download/397/370 (accessed 30 March 2018)

Bakalo N.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Tourism and Administration Department
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University
Stryhun V.Y.
Student
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University
Chornomord O.I.
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITION OF SERVICE BUSINESS BY USING MODERN INFORMATION TECHNOLOGY

In the article, the essence of competitive position management of a services enterprise with the help of modern information technologies.

The choice of these topics was due to the fact that for today information technologies for services companies are an integral aspect of reaching goals and maximizing profits. Found that tourist market is information-rich and one of the most dynamic branches in the development of latest technologies.

In these papers, there are considered the types of information technologies, which are used in tourism, namely: the technology of data processing, the technology of management, information technology of decision support, information technology of expert systems.

There is carried out the analysis of available modern information technologies and their future alternative, which will appear in the market for services in the near future. The role of the introduction of modern information technologies is revealed. These technologies are used for improving the quality of services, communication and data transmission, the efficiency of operations, and improvement of speed of customer service, ability to fulfil the inquiries of each individual consumer of a tourist product and ensure effective work in opposite direction. There is found the need to use technology of blockade (accounting book), LockChain, TravelChain, Winding Tree, and Channel Managers, which is a fundamental factor in competition between tourism enterprises and will provide a higher demand for services market, will be found and, accordingly, will bring more substantial income compared with existing counterparts.

It is concluded that modern information technologies and blockade system have a number of competitive advantages and allow making services cost transparent, expanding range of products, carrying out constant checking of luggage, increasing the level and quality of service, reducing waiting time, and satisfying all needs of consumers of tourist services as much as possible.

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА І НАПРЯМИ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ

MANAGEMENT OF INTERNATIONAL OPERATIONS OF THE ENTERPRISE AND DIRECTIONS FOR THEIR OPTIMIZATION

УДК 339.56.055

Бас С.С.
бакалавр
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті визначено актуальність та необхідність оптимізації управління міжнародними операціями у загальній системі менеджменту підприємства – суб'єкта міжнародного бізнесу. Визначено економічний зміст, об'єкти та суб'єкти здійснення міжнародних комерційних операцій. Розглянуто принципи міжнародних комерційних операцій. Установлено сутність системи управління міжнародними операціями з позицій процесного підходу. Досліджено процес управління міжнародними операціями суб'єкта міжнародного бізнесу як послідовність окремих етапів. Представлено систему чинників оптимізації та підвищення ефективності управління міжнародними операціями суб'єкта міжнародного бізнесу.

Ключові слова: *міжнародна діяльність, міжнародні операції, міжнародний бізнес, оптимізація управління міжнародними операціями.*

В статье определены актуальность и необходимость оптимизации управления международными операциями в общей системе менеджмента предприятия – субъекта международного бизнеса. Определены экономическое содержание, объекты и субъекты осуществления международных коммерческих операций. Рассмотрены принципы международных коммерческих операций. Установлена сущность системы управления международными операциями с позиций процессного подхода. Исследован процесс управления международными операциями субъекта международного бизнеса как последовательность отдельных этапов. Представлена система факторов оптимизации и повышения эффективности управления международными операциями субъекта международного бизнеса.

Ключевые слова: *международная деятельность, международные операции, международный бизнес, оптимизация управления международными операциями.*

The article determines the urgency and necessity of optimization of management by international operations in the general management system of the enterprise-subject of international business. The economic content, objects and subjects of realization of international commercial transactions are determined. Principles of international commercial operations are considered. The essence of the system of management of international operations from the standpoint of the process approach is established. The process of management of international operations of the subject of international business as a sequence of separate stages is explored. The system of factors of optimization and increase of efficiency of management of international operations of the subject of international business is presented.

Key words: *international activity, international operations, international business, optimization of management of international operations.*

Постановка проблеми. В умовах динамічних змін зовнішнього та внутрішнього економічного середовища ефективне здійснення міжнародної діяльності залежить від скоординованої та налагодженої роботи системи управління. Поступове вдосконалення форм міжнародної співпраці та економічних зв'язків між економічними суб'єктами, які прагнуть реалізувати власні інтереси з найбільшою вигодою, сприяло розширенню меж здійснення міжнародних комерційних операцій, використання яких забезпечує раціональне споживання економічних ресурсів та підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції (товарів, робіт та послуг). Проте наявність значних недоліків під час установлення комунікаційних зв'язків із міжнародними комерційними структурами, зневажання чинниками їх ефективного розвитку, неприділення відповідної уваги питанням організації та контролю реалізації обов'язків, прав й відповідальності суб'єктів міжнародних операцій у ході співробітництва призводять до неналежного виконання встановлених зобов'язань сторонами зовнішньоторговельного контракту.

Динамічний розвиток міжнародної діяльності як відносно новий вид господарських відносин формує підвищені вимоги до налагодження ефективної системи управління міжнародними операціями, яка б забезпечила високий рівень реалізації продукції за найменших витрат. Використання системи стратегічного управління міжнародними операціями створює принципово нові підходи та вимоги до надання інформації для потреб управління, що вимагає належним чином організованої ефективної торговельно-посередницької діяльності в міжнародному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у формування теоретичних та організаційно-методичних засад ефективності управління міжнародними операціями суб'єктів міжнародного бізнесу здійснили вітчизняні дослідники: В.П. Бураковський [1], Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, А.М. Колот [2], А.Р. Дунська, Г.Г. Казарян, Т.Г. Деркач, І.І. Дахно [4], В.Г. Апоній, Г.І. Сальнікова, Л.С. Скакун, О.О. Чуб, В.І. Кокоріна [6] та ін.; сучасні зарубіжні вчені: А.Б. Арбузов, А. Барембрух, Н.М. Бєлоусова, К.М. Валішевський, І.В. Гокінаєва, А.С. Жуков, В.Ю. Мінц та ін. Однак, не зменшуючи значення результатів наукових досліджень зазначених учених щодо розвитку теорії та практики управління міжнародною діяльністю, невиріше-

ними залишаються питання ідентифікації сутності такого виду операцій та їх класифікації; визначення методичних засад оцінки ефективності міжнародних операцій у міжнародному бізнесі. Недостатня розробленість підходів до організації міжнародних операцій суб'єктів міжнародного бізнесу зумовила вибір теми дослідження.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні економічного змісту, значення та особливостей управління міжнародними операціями підприємства і напрямів їх оптимізації.

Методи дослідження ґрунтуються на загальних теоретичних засадах щодо сутності і принципів управління міжнародною діяльністю підприємства. У процесі вивчення цієї проблеми використовувалися загальноприйняті в економічній науці методи дослідження: теоретико-методологічний, абстрактно-логічний, статистично-економічний, системного аналізу. В основі наукових розробок за даним напрямом були фахові праці українських і зарубіжних науковців, у яких висвітлені теоретико-методологічні основи управління міжнародними операціями підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усе більшу роль в економіці держави посідає міжнародна діяльність вітчизняних комерційних структур, а ефективний розвиток зв'язків вітчизняних підприємств із зарубіжними компаніями сприяє успішній інтеграції України до глобальної системи світогосподарських зв'язків.

Міжнародні комерційні зв'язки являють собою гнучку багатоцільову систему торговельно-економічних, кредитно-фінансових, виробничо-технологічних і науково-технічних взаємовідносин вітчизняних підприємств й організацій із міжнародними контрагентами. Зусилля цих господарюючих суб'єктів спрямовані на формування ефективної структури міжнародних каналів руху товарів та послуг із достатньо інтенсивним характером товаропотоків і запровадження сучасних прогресивних форм та видів міжнародної співпраці [3, с. 27].

Об'єктивною основою формування міжнародних комерційних зв'язків є міжнародний поділ праці, поглиблення спеціалізації та кооперування на міжнародному рівні як підґрунтя для зростання міжнародного обміну товарами, послугами, інтелектуальними знаннями з метою отримання максимальних економічних вигод, ураховуючи наявні відмінності між інтернаціональною і національною вартістю експортованих та імпортованих видів продукції, робіт і послуг.

Вважаємо, що міжнародна операція – це система взаємопов'язаних дій ринкових агентів різних держав, спрямована на розвиток і регулювання різних видів господарської діяльності підприємств для здійснення торговельного обміну матеріальними цінностями та послугами [6, с. 68].

Суб'єктами міжнародних комерційних операцій є комерційні підприємства, компанії та інші суб'єкти ринку, які мають право здійснювати міжнародну комерційну діяльність. До суб'єктів міжнародних операцій належать також об'єднання підприємців, державні установи, які отримали право виходу на міжнародні ринки. Нині провідне місце за обсягом реалізованих зовнішньоторговельних контрактів посідають найбільші промислово-фінансові групи, сільськогосподарські концерни, зовнішньоторговельні союзи, міжнародні торговельні доми та відомі транснаціональні корпорації, які впливають на характер і принципи міжнародної діяльності на світовому ринку в цілому.

Об'єктами міжнародних комерційних операцій виступають товари, послуги, науково-технічне співробітництво і кооперація, що визначають у кінцевому підсумку головні види і зміст комерційних операцій на міжнародному ринку [6, с. 69].

Міжнародні комерційні операції здійснюється з урахуванням принципів, які наведено на рис. 1.

Дотримання принципів формування комерційних зв'язків дасть змогу міжнародній комерційній системі активно впливати на виробництво, виявляти невідповідності між попитом і пропозицією на ті чи інші види товарів і послуг, формувати раціональні комерційні зв'язки між постачальниками та споживачами в різних державах.

До головних міжнародних комерційних операцій слід відносити такі [1, с. 113]:

– обмін товарами в матеріально-речовій формі (торговельно-посередницькі операції);

– обмін науково-технічними знаннями у формі торгівлі патентами, ліцензіями, ноу-хау;

– обмін технічними послугами у вигляді надання консультаційних та інжинірингових послуг;

– орендні;

– у міжнародному туризмі;

– надання послуг у галузі інформації та вдосконалення процесу управління;

– обміну кінофільмами і телевізійними програмами.

До операцій, що забезпечують міжнародний товарообіг, належать [1, с. 114]:

– міжнародні перевезення вантажів;

– транспортно-експедиторські;

– страхування вантажів;

– збереження вантажів під час міжнародних перевезень;

– ведення міжнародних розрахунків, тобто сукупні операції, що сприяють управлінню рухом матеріального потоку від продавця до покупця.

Реалізація комерційних операцій суб'єктами міжнародного бізнесу вимагає встановлення чітких правових форм і застосування конкретних інструментів їх здійснення.

Під міжнародною торговою угодою будемо розуміти контракт, договір, угоду між двома або

Принципи міжнародних операцій підприємства

1. Рівноправність сторін, тобто партнерські взаємовідносини компанії з іноземними виробниками і споживачами продукції (товарів, робіт, послуг), що передбачає альтернативність вибору контрагентів, однакову відповідальність за порушення умов договорів.

2. Підприємливість, тобто господарська кмітливість, зацікавленість у реалізації резервів, винахідливість у вирішенні конкретних завдань.

3. Оперативність, що передбачає мобільність, динамічність і своєчасність виконання завдань міжнародної комерційної діяльності.

4. Обслуговування міжнародних контрагентів, тобто діяльність, яка випливає з їхніх потреб, надання їм комплексу необхідних їм послуг.

5. Економічна зацікавленість суб'єктів господарювання в організації опосередкованих каналів розподілу.

6. Комерційні засади діяльності, тобто ділова активність, виходячи з потреби отримання міжнародною компанією достатнього прибутку.

7. Договірні засади взаємовідносин із міжнародними контрагентами.

Рис. 1. Принципи міжнародних комерційних операцій [7, с. 35]

кількома контрагентами, які зареєстровані в різних державах, щодо поставок визначеної кількості та якості товарів (виконання робіт, надання послуг) відповідно до погоджених цими сторонами умовами. Отже, поняття «торговельна угода» включає всі типи операцій, що полягають в обміні товарами в матеріально-речовинній формі та наданні як основних послуг, так і тих, що обслуговують міжнародний товарообіг [3, с. 28].

Можна стверджувати, що міжнародні операції є основою здійснення зовнішньоторговельної діяльності суб’єктів господарювання, що потребує формування ефективної системи управління йоптимізації таких операцій на вітчизняних підприємствах.

Управління міжнародними операціями – це виконання спеціалізованими підприємствами, організаціями чи окремими особами спеціальних функцій для сприяння налагодженню і реалізації комерційних взаємовідносин виробників і споживачів на міжнародному товарному ринку [8, с. 7].

Сутність системи управління міжнародними комерційними операціями суб’єктів міжнародного бізнесу представлена на рис. 2.

Ураховуючи наведений на рис. 2 підхід, можна стверджувати, що під управлінням міжнародними операціями підприємства слід розуміти виконання управлінських функцій щодо спеціалізованих підприємств, організацій та окремих осіб, які сприяють налагодженню і реалізації комерційних взаємовідносин виробників і споживачів на міжнародному товарному ринку.

Відповідно до наведеного визначення, управління міжнародними операціями в міжнародному бізнесі – це процес, який [2, с. 332]:

1) ґрунтується на принципах і виконує функції управління зовнішньоторговельною діяльністю;

2) має у своїй системі людей, бізнес-ідеї, товари (роботи, послуги) як головні категорії міжнародної діяльності;

3) основується на основному понятті ринку – міжнародному обміні товарами та послугами;

4) основним завданням має формування почуття задоволення усіх сторін міжнародного обміну й отримання певного фінансового результату від міжнародної комерційної діяльності.

Управління міжнародними операціями суб’єктів міжнародного бізнесу спрямовується на розв’язання завдання щодо впливу на рівень, часові межі і структуру пропозиції та попиту так, щоб підприємство досягало встановленої цілі міжнародного розвитку.

Отже, управління міжнародними операціями є водночас і процесом, у ході якого виконуються певні функції, й системою, яка через організаційну структуру реалізовує ці функції. Ланкою, що об’єднує усі складники управління, є формація про кон’юнктуру міжнародного бізнесу.

Дослідження процесів управління міжнародними операціями суб’єкта міжнародного бізнесу складається із цілком визначених послідовних етапів [3, с. 117]:

– постановка завдання та визначення цілей дослідження діяльності суб’єкта міжнародного бізнесу;

– обстеження наявних форм і методів управління міжнародною діяльністю, їх оцінка і порівняльний аналіз;

– визначення «вузьких місць» в управлінському процесі на зовнішніх ринках;

Рис. 2. Система управління міжнародними операціями підприємства [1, с. 55]

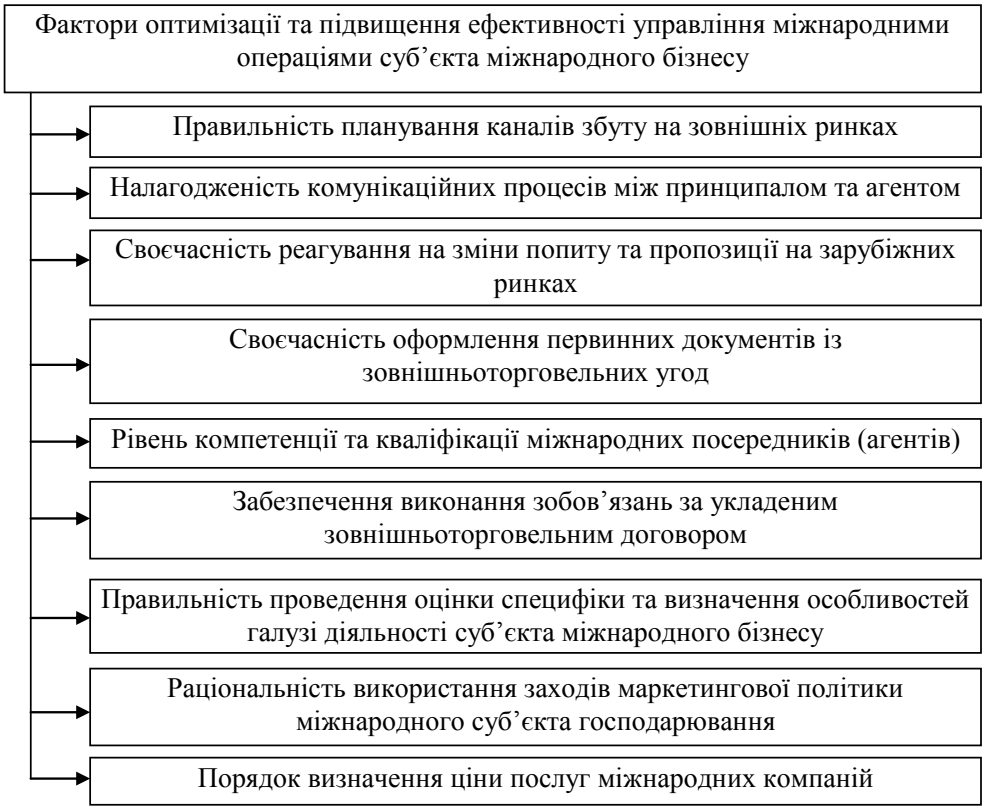


Рис. 3. Фактори оптимізації та підвищення ефективності управління міжнародними операціями суб'єкта міжнародного бізнесу [7, с. 9]

– визначення факторів, що відіграють головну позитивну і негативну роль в управлінні суб'єктом міжнародного бізнесу;

– пошук критеріїв, що оцінюють ефективність управління міжнародною діяльністю суб'єкта міжнародного бізнесу;

– розроблення рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності управління міжнародними операціями суб'єкта міжнародного бізнесу.

У процесі управління міжнародними операціями суб'єктів міжнародного бізнесу виникає низка факторів (чинників оптимізації), які позитивно чи негативно впливають на економічний результат процесу реалізації продукції, робіт та послуг (рис. 3).

Водночас для підвищення ефективності міжнародних операцій суб'єктів господарювання необхідно здійснювати такі заходи [6, с. 68]:

– знижувати ступінь впливу негативних чинників на розвиток комерційної діяльності на зарубіжних ринках;

– постійно аналізувати економічну ситуацію, яка складається на іноземному ринку споживачів;

– розвивати матеріально-технічну базу, спрямовуючи її на технічне переоснащення торговельної мережі, пов'язаної з імпортом товарів, до кінцевого споживача, а також сервісним обслуговуванням технічних засобів, що продаються;

– здійснювати безперервну підготовку і перепідготовку кадрів міжнародного комерційного персоналу для навчання їх сучасним методам зовнішньоторговельної діяльності і підприємництва в умовах міжнародного ринку.

Отже, наведені фактори впливу на ефективність здійснення міжнародних операцій у міжнародному бізнесі дають змогу достовірно оцінити

як правильність вибору зовнішньоторговельної структури, так і результативність та правомірність її функціонування, що забезпечить зменшення ризиків у процесі здійснення міжнародних операцій.

Висновки з проведеного дослідження. За результатами проведеного дослідження встановлено, що міжнародні компанії виконують важливу роль посередника в міжнародній діяльності зі збуту й розподілу товарів (робіт, послуг). Можна стверджувати, що система управління міжнародними операціями суб'єктів міжнародного бізнесу виконує управлінські функції щодо налагодження і реалізації комерційних взаємовідносин виробників і споживачів на міжнародному ринку. Водночас економічний зміст управління міжнародними операціями слід розглядати через призму системної сукупності процесу управління; організації управління; інформації, яка поєднує перші два складника управління в процесі свого використання суб'єктами міжнародного бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бураковський В.П. Теорія міжнародної торгівлі: навч. посіб; вид. 2-е, перероб. та доп. К.: Основи, 2012. 240 с.
2. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір: монографія / Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, А.М. Колот та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка та д-ра екон. наук, проф. А.М. Поручника. К.: КНЕУ, 2014. 420 с.
3. Горбач Л.М., Плотніков О.В. Міжнародні економічні відносини: підручник. К.: Кондор, 2013. 266 с.
4. Дахно І.І. Зовнішньоекономічна діяльність: навч. посіб.; за ред. д-ра екон. наук, проф. І.І. Дахна. К.: Центр навч. літ-ри, 2013. 360 с.
5. Дахно І.І. Міжнародна торгівля: навч. посіб. К.: МАУП, 2014. 296 с.
6. Кокоріна В.І. Імперативи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2016. № 3. С. 67–73.
7. Лук'яненко Д.Г., Кальченко Т.В. Стратегії глобального управління. Міжнародна економічна політика. 2017. № 8–9. С. 5–43.
8. Рогач О.І. Транснаціоналізація світової економіки: переосмислення парадигми. Економіка і управління. 2014. № 1. С. 5–12.

REFERENCES:

1. Burakovskiy V. P. (2012) Teoriya mizhnarodnoji torhivli [The theory of international trade]. Kyiv: Osnovy, vol. 2, p. 240 (in Ukrainian)
2. Lukyanenko D. G., Poruchnyk A. M., Kolot A. M. (2014) Globalna ekonomika XXI stolittia: liudskyy vymir: monografia [The Global Economy of the 21st Century: Human Dimension: Monograph]. Kyiv: KNEU, p. 420 (in Ukrainian)
3. Gorbach L. M. (2013) Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny [International Economic Relations]. Kyiv: Kondor, p. 266 (in Ukrainian)
4. Dahno I. I. (2013) Zovnishnioekonomichna dijalnist [Foreign economic activity]. Kyiv: Centr navchalnoji literatury, p. 360 (in Ukrainian)
5. Dahno I. I. (2014) Mizhnarodna torhivlia [International trade]. Kyiv: MAUP, p. 296, p. 289 (in Ukrainian)
6. Kokorina V. I. (2016) Imperatyvy rozvytku mizhnarodnoho biznesu v umovah globalizacii [Imperatives of the development of international business in the conditions of globalization]. Vol. 3, pp. 67-73 (in Ukrainian)
7. Lukianenko D. G. (2017) Stratehiji globalnoho upravlinnia [Strategies for global governance] / Lukianenko D. G., Kalchenko T. V. Mizhnarodna ekonomichna polityka [International economic policy]. Vol. 8-9, pp. 5-43 (in Ukrainian)
8. Rohach O. I. (2014) Transnacionalizacija svitivoji ekonomiky: pereosmyslennia paradyhmy [Transnationalization of the world economy: redefining the paradigm]. Vol. 1, pp. 5-12 (in Ukrainian)

Bas S.S.
Bachelor
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

MANAGEMENT OF INTERNATIONAL OPERATIONS OF THE ENTERPRISE AND DIRECTIONS FOR THEIR OPTIMIZATION

International activity of Ukrainian commercial organizations plays the crucial role in the economy of the country. Effective development of partnerships between national and foreign companies encourages successful integration of Ukraine into the International Economic Cooperation.

International commercial transactions are the basis for the foreign trade activities of economic entities, which requires the formation of an effective management system and optimization of such operations at national enterprises.

We consider international commercial transaction as a system of interconnected actions taken by agents of different countries. These actions are focused on the development and regulation of various types of trade activities with the aim of material values and services trade exchange.

The objects of international commercial transactions are goods, services, scientific and technological cooperation, which determine the main types and content of commercial transactions in the international market.

The subjects of international commercial operations are commercial enterprises, companies, and other market entities, involved in the international commercial activity.

The realization of commercial transactions by subjects of international business requires the establishment of accurate legal forms and the employment of specific tools for their implementation.

The management of international transactions is the implementation of an initiative, independent activity of subjects of international business, implementation of commercial transactions related to the purchase and sale of goods, the execution of works or service providing and the establishment of commercial relations in the system of international exchange of commodities.

International commercial communications represent a flexible multi-purpose system of commercial and economic, financial, industrial, and technological relations of national enterprises and organizations with international counterparts. Efforts of these business entities are focused on the formation of an effective structure of international channels of goods and services movement with a sufficiently intensive flow and the introduction of modern progressive forms and types of international cooperation.

Analysing international commercial relations, we came to the conclusion that objective basis for the formation of international commercial relations is the international division of labour, the deepening of specialization and cooperation at the international level as a basis for the growth of the international exchange of goods, services, and intellectual knowledge in order to obtain maximum economic benefits, taking into account the existing differences between the international and national cost of the exported and imported types of products, works, and services.

Observance of the principles of forming commercial relations will allow the international commercial system to actively influence production, to identify inconsistencies between supply and demand for certain types of goods and services, and to form rational commercial links between suppliers and consumers in different countries.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

FORMATION OF AN EFFECTIVE CORPORATE MOTIVATION SYSTEM AT THE ENTERPRISE

УДК 331.101.3

Білик О.М.
к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Полошко А.В.
студентка
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто систему мотивації праці за ключовими показниками ефективності (KPI). Проведено аналіз ефективності впровадження корпоративної системи мотивації праці одного із державних комерційних підприємств України – ПАТ «Укрпошта».

Ключові слова: *мотивація персоналу, KPI, SMART-підхід, система преміювання, ефективність корпоративної системи мотивації персоналу.*

В статье рассмотрена система мотивации труда по ключевым показателям эффективности (KPI). Проведен анализ эффективности внедрения корпоративной системы мотивации труда на одном из государственных коммерческих предприятий Украины – ОАО «Укрпочта».

Ключевые слова: *мотивация персонала, KPI, SMART-подход, система премирования, эффективность корпоративной системы мотивации персонала.*

The article discusses the system of labour motivation based on the key indicators of efficiency (Key Performance Indicators). The article analyses the effectiveness of the implementation of the labour motivation corporate system at one of the state-owned commercial enterprises of Ukraine – PJSC "Ukrposhta".

Key words: *personnel motivation, KPI, SMART approach, bonus system, efficiency of corporate system of personnel motivation.*

Постановка проблеми. Сьогодні все більшого значення набуває мотивація діяльності персоналу, яка виступає безпосередньою причиною його поведінки. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання наявних ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Проблеми мотивації персоналу підприємств будь-яких форм власності завжди були і залишаються актуальними, адже від чітко розроблених систем мотивації залежить не тільки соціальна та творча активність персоналу, а й кінцеві результати діяльності підприємств.

Вітчизняна та світова практика знає безліч способів впливу на мотивацію конкретної людини, до того ж кількість їх постійно збільшується. Варто зауважити, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності не є сталими. Більше того, той самий чинник, який сьогодні мотивує конкретну людину до інтенсивної ефективної праці, завтра може сприяти зниженню мотиваційних настанов. Це ще один доказ принципової важливості вивчення потреб людини, її настанов, бажань, пріоритетів для розроблення дійових заходів впливу на поведінку кожного працівника.

Аналіз останніх досліджень і публікації. Вагомий внесок у розроблення теоретико-методологічних і прикладних аспектів проблеми мотивації трудової діяльності зробили такі українські вчені, як А.М. Колот, С.О. Цимбалюк, В.М. Данюк, В.М. Петюх, Л. Губа, В.В. Круглов, О.А. Пересипіна та ін. Питання мотивації персоналу досліджувалися у працях таких зарубіжних учених, як А. Маслоу, Р. Уолтонн, Д. Гілберт, Е. Мейо, Д. Карнегі, Ф. Тейлор та ін.

Проблема підвищення матеріальної мотивації трудової діяльності є однією з «одвічних» проблем, що їх мають розв'язувати економічна наука та господарська практика. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для країн із перехідною економікою, до яких належить й Україна. Для таких країн украй важливим елементом національної економіки є державний сектор, від ефективної роботи якого великою мірою залежить конкурентна здатність національної економіки. Тому актуальність упровадження сучасних мотиваційних технологій у державному секторі економіки безперечна. Своєю чергою, ефективність і найбільша віддача від упровадження таких технологій убачається у державних комерційних підприємствах, адже саме вони працюють у реальному конкурентному середовищі і безпосередньо відчувають на собі вплив ринку.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз ефективності сучасних систем мотивації на прикладі одного із державних комерційних підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основна ціль процесу мотивації персоналу – це отримання максимальної віддачі від використання наявних працівників, що дає змогу підвищити загальну ефективність та результативність діяльності організації.

Сьогодні основна складова частина загальної системи мотивації – матеріальне стимулювання працівників підприємств. Поряд із матеріальною мотивацією, заслуговує на увагу й моральна мотивація до праці. Людина працює не тільки й не стільки для задоволення першочергових матеріальних інтересів, скільки для комплексного забезпечення широкого кола потреб соціального, культурного, духовного характеру.

Але з огляду на кризисні явища сучасної світової економіки, основним мотиваційним фактором

сьогодні все ж залишається матеріальний чинник. Більшість роботодавців поводить себе банально: відмовився один претендент на вакантну посаду через невисоку заробітну плату – знайдеться інший, що погодиться [2, с. 94]. У цьому контексті необхідно звернути увагу на систему мотивації за ключовими показниками ефективності, яку найуспішніші компанії світу вже давно знають як Key Performance Indicators (KPI) й яка тільки нещодавно почала використовуватися на українських підприємствах.

З огляду на це, формалізація процесу впровадження систем мотивації за ключовими показниками ефективності має здійснюватися ще на теоретичному рівні й охоплювати повний спектр питань починаючи від стратегії підприємства і закінчуючи зворотнім зв'язком від кожного співробітника, навіть на найнижчому рівні структури підприємства [3]. Реальний досвід упровадження системи мотивації за ключовими показниками в ПАТ «Укрпошта» може допомогти сучасним підприємцям визначити проблемні питання, знання яких дає змогу більш ефективно впровадити систему KPI на підприємстві.

Процес упровадження системи Key Performance Indicators наглядно можна представити так (рис. 1).

Крок 1. На першому кроці передусім має бути розроблена та формалізована стратегія компанії. Це основний елемент для розвитку системи мотивації по KPI. Від того, наскільки правильно і точно визначена стратегія компанії, залежать подальший процес розроблення KPI й їх успішне впровадження. Стратегія компанії визначається, як правило, власниками, але у випадку державного комерційного підприємства стратегія враховує державну політику відповідної галузі. Крім того, стратегія має доводитися всім керівникам підрозділів. При цьому система мотивації по KPI дає змогу не просто мотивувати персонал, а й сфокусувати його діяльність на досягнення стратегічних цілей компанії.

Крок 2. Визначення фінансових показників, які будуть відображати динаміку виконання стратегічних цілей компанії. Фінансові показники визначаються керівництвом компанії та у випадку державного підприємства корелюються із засадами державної політики.

Крок 3. Декомпозиція стратегічних цілей на рівень керівників підрозділів. Ключові показники ефективності повинні бути чітко сформульовані, зрозумілі й прості, а також бути вимірні або мати фактичне значення. Оптимальна кількість KPI для окремого керівника – 5–7, для рядового співробітника – 3–5. Обов'язково включаються фінансові KPI, інші формуються залежно від специфіки діяльності підприємства. Декомпіляція має охоплювати всі рівні структурних одиниць і доходити до рядових співробітників.

Крок 4. Складання матриці KPI. У матриці враховуються кількість KPI, коефіцієнт виконання кожного з них, а також його вага або коефіцієнт впливу. Вага найбільш важливого KPI не повинна перевищувати 50%, а найменш важливого – становити менше 5%. Загальна сума показників – 100%. Для кожного показника вказуються допустимі рівні виконання. При цьому процес розроблення KPI доцільно проводити у формі діалогу як для керівників підрозділів, так і для рядових співробітників.

Крок 5. Наповнення матриці – визначення KPI для окремого співробітника. Для того щоб правильно визначити ключові показники ефективності для кожного співробітника, необхідно проаналізувати стратегію компанії та визначити, як вона проектується на безпосередню діяльність даного співробітника, а також проранжувати показники ефективності, залишивши найважливіші. Включення разом з індивідуальними також і колективних цілей буде сприяти формуванню

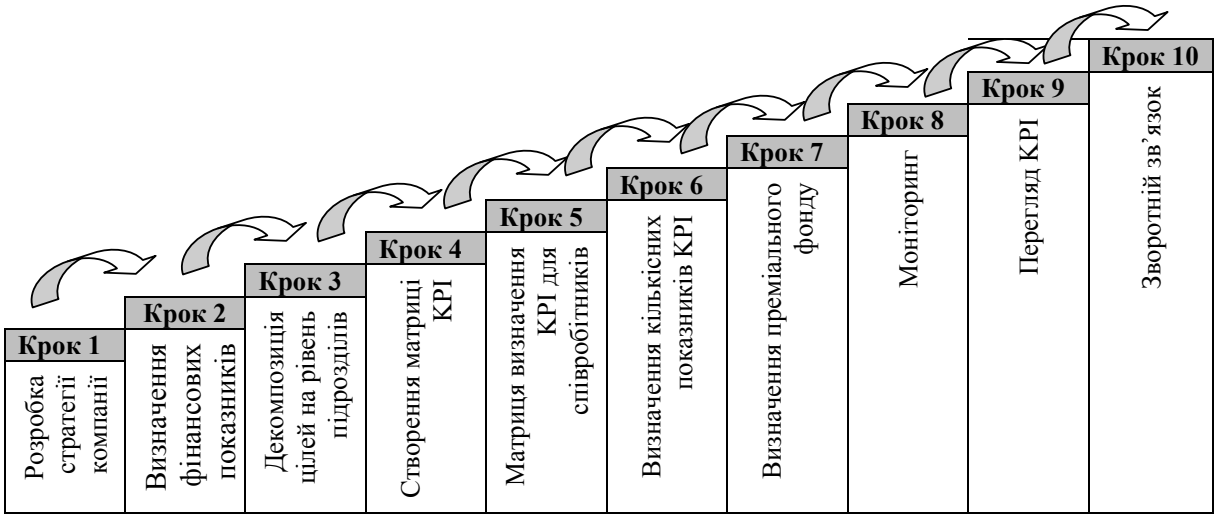


Рис. 1. Процес упровадження системи Key Performance Indicators

командного духу в кожному підрозділі і в компанії у цілому.

Крок 6. Визначення кількісних показників KPI. Непросте завдання, коли збирається й аналізується вся необхідна інформація. Але при цьому вкрай важливо забезпечити баланс результатів як даного співробітника, так і підрозділу (або і всій компанії) у цілому.

Формування кількісних даних KPI передбачає рівень досяжності орієнтовно 70–80%, щоб виключити виплату необґрунтовано високих премій. Але в усіх випадках має бути забезпечений баланс інтересів компанії в частині її стратегії та інтересів співробітника – в частині отримання більш високого розміру премії.

Крок 7. Визначення преміального фонду кожного співробітника. Не секрет, що часто компанії намагаються зменшувати «плаваючу» частину грошової винагороди для більш «спокійного» та розміреного планування своїх витрат. Але сучасний досвід уже давно довів, що змінна частина грошової винагороди повинна становити не менше 30% від загального доходу співробітника. Якщо відсоток змінної частини менше цього показника, він просто втрачає мотиваційну силу для співробітника, причому для співробітників, які безпосередньо задіяні в процесі продажу, змінна частина повинна становити близько 70%.

Крок 8. Моніторинг. Важливою рисою системи KPI є можливість не тільки проводити оцінку роботи персоналу, а й здійснювати моніторинг ходу виконання поставлених завдань. При цьому система виконує неоціниму роботу – виявляє «слабкі» місця в процесах компанії та мотивує керівництво та співробітників до оптимізації бізнес процесів.

Крок 9. Перегляд переліку KPI співробітника. Коригування ключових показників ефективності відповідно до поточного стану підприємства, а в частині державного сектору – також відповідно до змін у відповідній галузі економіки – процес, необхідний як із погляду ефективності системи, так і з погляду роботи підприємства у цілому. Коригування мають відбуватися як планово, так і з огляду на зміни ринку праці, які це зумовлюють.

Крок 10. Зворотній зв'язок. Це вкрай необхідний крок у впровадженні системи мотивації підприємства. Мета – переконатися, що співробітник чітко розуміє своє місце в системі та дії, які призводять до результату. Результат розуміння – можливий план розвитку співробітника. Саме й цьому й полягає унікальна особливість даної системи, адже вона сприяє інтеграції матеріального і нематеріального видів мотивацій. І головне – зворотній зв’язок має бути взаємним. Важливою умовою роботи мотиваційної системи є виконання обіцянок керівництвом: премія має бути нарахована чітко з урахуванням усіх умов, а співробітник у результаті повинен отримати премію відповідного розміру. В іншому разі навіть найідеальніша система мотивації втрачає будь-який сенс.

Ефективність упровадження мотиваційної системи типу Key Performance Indicators розглянемо на прикладі центрального апарату одного з українських державних комерційних підприємств – ПАТ «Укрпошта». Керівництвом підприємства в 2017 р. було прийнято рішення щодо впровадження даної системи для підтримки якісно нових змін в управлінні персоналом. На підготовчому етапі впровадження системи підприємством у контексті стратегії розвитку підприємства у цілому визначено переваги самої системи мотивації на різних рівнях структури підприємства (табл. 1).

Щоб досягти всього, що заплановано, потрібно діяти щодня, вважають ініціатори впровадження, а також потрібна участь кожного із співробітників. Для цього розроблений механізм каскадування цілей. Каскадування здійснюється на підприємстві так, щоб виконання цілей кожним працівником напряму забезпечувало досягнення цілей керівника вертикалі (Рис. 2).

Щоквартально стратегічні завдання розподіляються між керівниками напрямів роботи (вертикалей). Далі цілі каскадуються керівниками на своїх підлеглих залежно від їх функціональних напрямів. Останні розподіляють цілі своїм підлеглим і так до рівня лінійних працівників.

У контексті оцінки ефективності системи мотивації у підприємстві керівництво ПАТ «Укрпошта»

Таблиця 1

Переваги системи преміювання на підставі оцінки цілей та KPI

Для співробітника	Для керівника	Для організації
• Розуміє, на який результат чекає керівник • Знає, за який результат отримає матеріальну винагороду й яку саме • Домовленість із керівником про бажаний результат фіксується • Отримує зворотний зв’язок від керівника	• Отримує інструмент планування досягнення цілей підрозділу • Отримує інструмент впливу на результативність співробітників • Дає й отримує зворотний зв’язок від кожного підлеглого	• Отримує логічну основу для преміювання і мотиваційних програм • Отримує основу для визначення кадрового резерву та співробітників, які не справляються, і методику управлінської роботи з ними • Підвищується управлінська компетентність керівників вищої та середньої ланок, які працюють за єдиним стандартом • Поліпшуються внутрішні комунікації

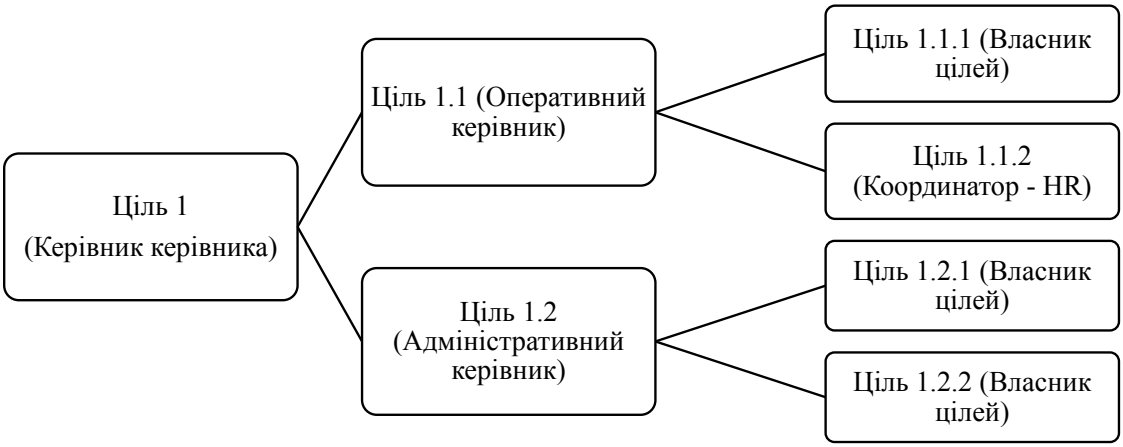


Рис. 2. Каскадування цілей на підприємстві

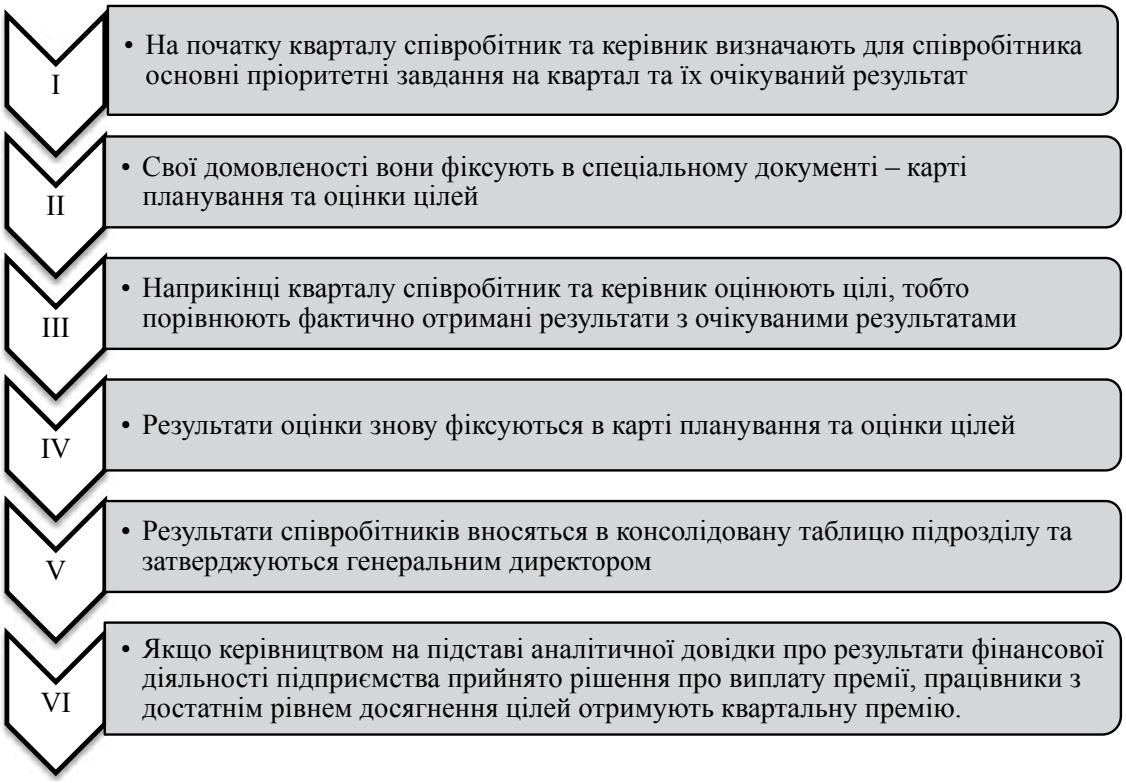


Рис. 3. Логічна схема системи управління ефективністю ПАТ «Укрпошта»

поставило пріоритетним завдання розроблення системи управління ефективністю, яка базується на щоквартальному плануванні цілей для співробітника та оцінці їх досягнення. Логічну схему системи управління ефективностю підприємства наведено на рис. 3.

Значну роль у впровадженні системи мотивації відведено адмініструванню процесу оцінки результативності, який умовно можна розділити на три послідовних частини.

По-перше, планування цілей:

- цілі визначаються на квартал;
- планування відбувається в строки та етапи, затверджені відповідним наказом товариства та оголошені координатором;
- координатору надаються коректно оформлені та затверджені (підписані і керівником, і співробітником) оригінали карт;
- співробітниками, які оформлюються у штат протягом кварталу після завершення планування згідно з графіком, карти мають бути надані до кінця другого місяця кварталу (прийняті в останньому місяці кварталу співробітники у звітному кварталі не є учасниками системи).

По-друге, моніторинг виконання цілей, перегляд цілей:

• у ситуаціях, коли у власника цілі змінюються протягом кварталу (переведення зі зміною функціоналу, зміна плану тощо), карта з актуальними цілями може бути подана на заміну до кінця другого місяця кварталу за погодженням з керівником вертикалі/функції;

• власник цілей та його керівник повинні контролювати статус виконання цілей протягом кварталу. У разі відхилення від затверджених цілей ініціатор обговорення – власник цілей.

По-третє, оцінка цілей та затвердження рейтингів:

• оцінка відбувається у строки та етапи, затверджені відповідним наказом та оголошені координатором;

• для оцінки виконання цілей рекомендується проведення оціночної бесіди між власником цілей та його керівником (адміністративним та/або оперативним). Ініціатор – керівник;

• керівник вертикалі аналізує розподіл рейтингів і здійснює коригування, враховуючи рівень ефективності кожного працівника порівняно з іншими працівниками. Мета аналізу – максимально приблизити фактичний розподіл рейтингів до цільового в групі працівників;

• координатору передаються затверджені оригінали карт оцінки та затверджена консолідована таблиця рейтингів по підрозділу;

• консолідована таблиця, затверджена керівником вертикалі та погоджена з координатором, подається до відділу оплати праці для розрахунку процесу.

Від формування якісних цілей, як відомо, значною мірою залежить кінцевий результат від упровадження будь-якої системи мотивації. Позитивним моментом, на нашу думку, є той факт, що в підприємстві одразу взяли за основу загальновідомі у світі принципи SMART (рис. 4), що дало змогу зробити цілі чіткими та прозорими як для керівництва, так і для співробітника. Абревіатура SMART утворена шляхом визначення п'яти властивостей «розумних» цілей: 1. Specific – конкретна. 2. Measurable – вимірювана. 3. Achievable – складна, але досяжна – реалістична. 4. Relevant – актуальна, у зоні відповідальності співробітника. 5. Time bounded – обмежена в часі [4].

Для формулювання цілей на підприємстві були створені формалізовані шаблони, які значною мірою допомагають співробітникам у їх визначенні цілей.

Рівень виконання А+ – це надзвичайне перевиконання цілі. Деякі цілі допускають перевиконання. Якщо ціль може бути перевиконана, то результат на рівень А+ має бути чітко прописаний в KPI рівня А. Оскільки А+ є подвигом, тобто форс-мажорними обставинами, то повинні бути і С для працівників, через яких виникли ці обставини.

Рівень виконання А – це стовідсоткове виконання цілі, яке включає виконання особливо важливих завдань, участь у проектах, забезпечення дуже високої якості процесної роботи. Все це необхідно прописувати у формулюваннях KPI на рівень А.

Рівень виконання В – це часткове досягнення цілі на рівень не менш, ніж 70 %. Аналогічний рівень виконання передбачається для працівників, які виконують процесну роботу в межах посадових обов'язків зі звичайною якістю виконання.

Рівень виконання С – це рівень, який означає, що ціль не виконана.

Якщо отриманий результат не відповідає жодному із зазначених рейтингів (А, В, А+) – ціль не досягнута.

Під час планування цілей керівники повинні встановлювати такі KPI, які не даватимуть змогу дискредитувати рейтинг А+ та А! (Рис. 5).

Після того як усі цілі оцінені, зводиться сума фактичного виконання (балів) за кожною ціллю і, таким чином, отримується підсумковий бал карти, який і використовується для розрахунку відсотка квартальної премії та підсумкового рейтингу (табл. 2).

На практиці розподіл оцінок у підрозділах підтримки не завжди відображає цільовий, а тим більше нормальний розподіл. Причинами цього можуть бути некоректне формулювання KPI, планування однакових цілей для кількох співробітни-

ЩО ЗРОБЛЕНО?	В ЧОМУ ПОЛЯГАЄ ЦІЛЬ?	ЯК ВИМІРЯТИ ?	КОЛИ ?
• Здійснено • Досягнуто • Виконано • Затверджено	• Запуск продукту • Планового показника • План робіт • Наказ	• Опис бажаної якості виконання • Опис відсутніх елементів (скарги, штрафи, тощо) • Вказано цільове значення (в %, шт., грн.. тощо)	СТРОКИ ВИКОНАННЯ • До …. • Протягом кварталу • Станом на …..

Рис. 4. SMART-шаблон критеріїв для формулювання якісних цілей

ків, які працюють на один результат, із неможливістю оцінити внесок кожного з них для досягнення цілі, суб'єктивне ставлення керівника тощо.

Для того щоб зменшити вплив таких ситуацій на результати оцінки, передбачена можливість коригування підсумкового балу і, відповідно, розміру премії та рейтингу в загальній консолідованій таблиці та їх затвердження генеральним директором. Тобто оцінка співробітника в карті та в консолідованій таблиці може відрізнятися.

Остаточна квартальна оцінка співробітника – це оцінка, яка затверджена в консолідованій таблиці підрозділу (табл. 3). Вона також використовується для розрахунку квартальної премії.

Під час розгляду теоретичних аспектів упровадження мотиваційних систем ми вже згадували завершальний крок упровадження – зворотній зв'язок. І дійсно, роботодавець має переконатися, що співробітник чітко розуміє алгоритми системи і причинно-наслідковий зв'язок між роботою та винагородою, тобто результатом [1, с. 11]. Але при цьому хотілося б зауважити, що зазвичай корпоративний зворотній зв'язок не може гарантувати стовідсоткової відповідності реальному сприйняттю системи персоналом, адже завжди існують суб'єктивні фактори, які ведуть до викривлення даних. І в цьому сенсі, на нашу думку, найбільш точним дослідженням буде анонімне соціальне опитування, проведене третьою стороною. При цьому кількість питань має бути мінімальним, а самі питання простими, але вичерпними.

Отже, для проведення соцопитування сформульований такий перелік питань:

- рівень задоволеності новою системою мотивації;
- чи виконує нова система оплати праці мотиваційну функцію;
- чи є ефективним зворотній зв'язок.

Кожне питання оцінюється за п'ятибальною шкалою, а структура респондентів поділена на три блоки: топ-менеджмент підприємства, керівники структурних підрозділів та рядові співробітники. Обов'язковою умовою є проходження працівником підготовчого тренінгу по системі та його практичне залучення до всіх етапів мотиваційної системи, включаючи виплату премії. Тобто це працівники, які вже відчули на собі результат упровадження системи мотивації.

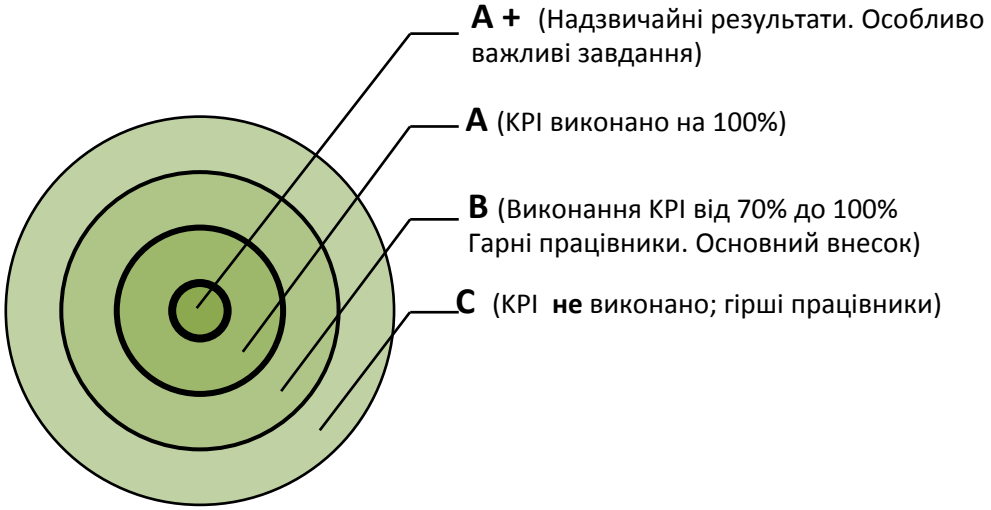


Рис. 5. Формалізація рівнів виконання цілей, які використовуються у системі мотивації в ПАТ «Укрпошта»

Таблиця 2

Оцінка фактичного результату

Підсумковий бал	% Квартальної премії	Рейтинг
Більше 1	Премія в розмірі більше 100% базового розміру визначається генеральним директором за зверненням керівника самостійного підрозділу	**A+** Надзвичайні результати. Перевиконання, подвиг
Від 0,9 до 1	100% базового розміру премії	**A** Ціль виконано на 100%
Від 0,7 до 0,89	% від базового розміру відповідає підсумковому балу	**B** Ціль виконано частково (орієнтовно – від 70% до 100%)
Менше 0,7	0%, премія відсутня	**C** Ціль не виконана

Таблиця 3

Остаточна квартальна оцінка

Підсумковий рейтинг	*C*	*B*	*A*	*A*	*A+*
Підсумковий бал	<0,7	≥0,7; <0,9	≥0,9; <1	1	>1
Цільовий розподіл	≥10%	≥30%	≤40%	≤15%	≤5%

Таблиця 4

Середній бал* за підсумками опитування «Чи влаштовує Вас KPI»

Питання	**Топ-менеджмент**	**Керівники підрозділів**	**Рядові співробітники**	**Середній бал**
Рівень задоволеності новою системою мотивації	4,30	3,86	3,14	3,77
Наскільки повно нова система оплати праці виконує мотиваційну функцію	4,26	4, 10	3,82	4,06
Чи є ефективним зворотній зв'язок	4,17	3,80	2,88	3,62

*Оцінювання проводилось за шкалою від 1 до 5 балів; максимальне значення – 5 балів

У табл. 4 наведено дані щодо результатів проведеного опитування та отримані результати в розрізі різних груп респондентів, охоплених повним циклом системи мотивації, включаючи виплату премії.

Результати опитування свідчать, що середній рівень задоволеності новою системою мотивації Key Performance Indicators становив 3,77 бали, причому найбільший рівень у топ-менеджменту, а найнижчий – у рядових співробітників. Цікаво, що при цьому середнє значення повноти виконання системою мотиваційного завдання навіть вище від загального рівня задоволеності й становить 4,06 бали, і саме результат опитування респондентів – рядових співробітників вплинув на цей показник. Відповідь міститься, на нашу думку, у третьому питанні, відсоток за яким становив 3,62 бали, і знов-таки рівень рядових співробітників вплинув на цей результат найбільшою мірою. Ми бачимо, що саме ці співробітники хочуть бути почутими навіть тоді, коли в принципі система винагородження їх влаштовує, і це ще раз доводить припущення, що на цьому рівні структурної ієрархії під час упровадження всіх новацій має застосовуватися найбільш виважений та делікатний підхід як у частині підготовчого процесу, так і в частині зворотного зв’язку.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, підводячи підсумки, хочеться зауважити, що в умовах кризи сучасної світової та національної економіки підвищення ефективності праці має вирішальне значення для кожного суб’єкта господарювання, а для державного комерційного підприємства ефективність його роботи – це ще й безпосередній вплив на національну економіку. Підвищення ефективності праці не може бути успішним без упровадження сучасних систем мотивації, зокрема тих, які базуються на принципах Key Performance Indicators і успішно впроваджені в багатьох успішних світових компаніях.

Мотивація персоналу на базі KPI орієнтована на досягнення довгострокових і короткострокових цілей компанії, «стимулючої на виконання посадових обов'язків» самого працівника. Система формування змінної частини грошової винагороди на базі KPI стимулює працівника до досягнення високих індивідуальних результатів, а також до збільшення його внеску в колективні результати та досягнення, виконання стратегічних цілей компанії. При цьому показники KPI в системі формування змінної частини заробітної плати на базі KPI повинні бути досить прості і зрозумілі співробітникам, а розміри змінної частини компенсаційного пакету – економічно обґрунтовані.

Впровадження систем мотивації за ключовими показниками ефективності має опиратися на професійне теоретичне підґрунтя і базуватися на стратегії підприємства, а охоплення системою має бути максимально повним і доходити до найнижчого рівня ієрархічної структури. Саме від цих факторів залежать ефективність упровадження системи і власне кінцевий результат, адже система мотивації за ключовими показниками ефективності має низку суттєвих переваг над іншими системами матеріального заохочення, а саме:

– стовідсоткова орієнтація на результат;
– керованість – система дає змогу коригувати спрямовані зусилля співробітників без серйозної зміни самої системи;
– зрозумілість – співробітник розуміє, за що компанія готова його винагороджувати, компанія розуміє, за які результати і скільки готова заплатити;
– незмінність – будь-який співробітник вибудовує свою роботу відповідно до системи мотивації.

Виходячи з безумовної актуальності впровадження систем мотивації за ключовими показниками ефективності у підприємствах державного сектору економіки країни, хочеться зазначити й актуальність подальших досліджень у цьому напрямі. На нашу думку, вони мають бути спрямовані саме на врахування особливостей об’єктів упровадження в сегментах рику (галузях про-

мисловості) без утрати самої ідеології Key Performance Indicators, і це не завжди є простим завданням, адже помилки під час упровадження системи мотивації не тільки ведуть до значного зниження ефективності роботи персоналу і підприємства у цілому, а й створюють реальну небезпеку конфлікту інтересів. У цьому контексті необхідно зосередитися на таких аспектах:

– визначення рівня сегментації впровадження систем мотивації у розрізі галузей економіки;

– створення відповідних галузевих моделей упровадження систем мотивації;

– розроблення керівних матеріалів для впровадження галузевих моделей мотивації;

– розроблення відповідних програмних засобів для оптимізації процесу впровадження систем мотивації.

Наявність сучасної методичної та інструментальної бази для впровадження систем мотивації значною мірою вплине на ефективність упровадження та експлуатації таких систем, зменшить трудовитрати на її впровадження та дасть змогу уніфікувати відповідні процеси без утрати ідеологічних основ систем Key Performance Indicators.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Цимбалюк С. Оплата праці працівників бюджетної сфери: проблеми та перспективи поліпшення. Україна: аспекти праці. 2012. № 3. С. 10–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2012_3_4.

2. Славогородська О.Ю. Мотивація персоналу на підприємстві до підвищення компетентності як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Проблеми науки. 2010. № 1. С. 94.

3. Губа Л. 10 шагов для успешного внедрения системы мотивации по KPI. HR Magazine. 2012. № 3. URL: http://www.hrm.ua/article/shagov_dlja_uspeshnogo_vnedrenija_sistemi_motivacii_po_KPI.

4. Клочков А.К. KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. URL: http://www.ft-group.ru/upload/Kniga_KPI_Klochkov.pdf

REFERENCES:

1. Tsymbaliuk S. (2012) Oplata pratsi pratsivnykiv biudzhetnoi sfery: problemy ta perspektyvy polipshennia [Salaries of public sector employees: problems and prospects improve] [Elektronnyi resurs] / S. Tsymbaliuk // Ukraina: aspekty pratsi. – 2012. – № 3. – pp. 10-15. – Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uap_2012_3_4 (in Ukrainian) (accessed 30 March 2018)

2. Slavohorodska O. (2010) Motyvatsiia personalu na pidpryiemstvi do pidvyshchennia kompetentnosti yak instrument zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv [Motivation of the personnel at the enterprise to increase the competence as a tool for the competitiveness of enterprises] / O. Yu. Slavohorodska // Problemy nauky. – 2010. – № 1. – pp. 94 (in Ukrainian)

3. Huba L. (2012) 10 shahov dlia uspeshnoho vnedrenyia systemы motyvatsyy po KPI [10 Steps for Successful Implementation of the KPI Motivation System] [Elektronnyi resurs]/ L. Huba // zhurnal HRMagazine. – 2012. -№ 3. Available at: http://www.hrm.ua/article/shagov_dlja_uspeshnogo_vnedrenija_sistemi_motivacii_po_KPI (in Russian) (accessed 30 March 2018)

4. Klochkov A. K. (2010) KPI y motyvatsyia personala. Polnыi sbornyk praktycheskykh ynstrumentov [KPI and staff motivation. A complete collection of practical tools] / A. K. Klochkov [Эlektronnыi resurs]. – Available at: http://www.ft-group.ru/upload/Kniga_KPI_Klochkov.pdf (in Russian) (accessed 30 March 2018)

Bilyk O.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Personnel Management and Labour Economics
Kyiv National Economic University named after V. Hetman
Poloshko A.V.
Student
Kyiv National Economic University named after V. Hetman

FORMATION OF AN EFFECTIVE CORPORATE MOTIVATION SYSTEM AT THE ENTERPRISE

There is growing importance of the staff motivation, which is the direct cause of his behaviour. The motivation of staff is the main means of ensuring the optimum use of available resources, mobilizing the available human resources. Problems of the motivation of personnel of enterprises of any forms of ownership have always been and remain relevant since the well-developed systems of motivation depend not only on the social and creative activity of the personnel but also on the final results of enterprises.

To date, the main component of the general system of motivation – the material incentives of employees at enterprises. In this context, it is necessary to pay attention to the system of motivation for the key performance indicators that the most successful companies in the world have long been known as Key Performance Indicators (KPIs) and which has only recently started to be used at Ukrainian enterprises. Therefore, the real experience of introducing a system of motivation based on key indicators in PJSC “Ukrposhta” can help modern entrepreneurs identify problematic issues whose knowledge allows for the more effective implementation of the KPI system at the enterprise.

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

INNOVATION AS A FACTOR WHICH INCREASES OVERALL COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE IN THE FIELD OF TOURISM

УДК 330.341.1:338.48(045)

Боковець В.В.
д.е.н., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університету
Денисевич Є.С.
студентка
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університету
Зайцева Д.Є.
студентка
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університету

У статті обґрунтовано поняття інновацій у туризмі та необхідність їх реалізації. Визначено головні проблеми щодо впровадження інновацій у господарську діяльність та як вони корелюють із наявним на підприємстві інноваційним потенціалом. Досліджено основні критерії успіху імплементації інноваційних рішень у туристичній галузі та роль статусу інноваційного менеджменту на корпоративному рівні. Розглянуто способи комерціалізації інноваційних проектів у ракурсі запровадження інноваційної програми у структуру підприємства. Надано характеристику новим напрямам упровадження інноваційних технологій у сфері туризму та наведено приклади застосування інноваційних проектів на практиці.
Ключові слова: *інновації в туризмі, інноваційна програма, комерціалізація інноваційних проектів, інформаційні технології.*

В статье обосновано понятие инноваций в туризме и необходимость их реализации. Определены главные проблемы по внедрению инноваций в хозяйственную деятельность и как они коррелируют с имеющимся на предприятии инновационным потенциалом. Исследованы основные критерии успеха имплементации инновационных решений в сфере туризма и роль статуса инновационного менеджмента на корпоративном уровне. Рассмотрены способы коммерциализации инновационных проектов в ракурсе внедрения инновационной программы в структуру предприятия. Охарактеризованы новые направления внедрения инновационных технологий в сфере туризма и приведены примеры применения инновационных проектов на практике.
Ключевые слова: *инновации в туризме, инновационная программа, коммерциализация инновационных проектов, информационные технологии.*

The article grounds the concept of innovations in tourism and the necessity of their implementation. Problems concerning the introduction of innovations in economic activity and how they correlate with the existing innovative potential of the enterprise were determined. Above that, investigation concerned the main criteria of successful application of innovative solutions in the tourism industry and the role of the status of innovative management at the corporate level. The ways, in which innovative projects can be commercialized through the introduction of an innovation program into the structure of the enterprise, are considered. Also, this article provides directions on how to introduce innovative technologies in the field of tourism and presents examples of the implementation of innovative projects in practice.
Key words: *innovations in tourism, innovative program, commercialization of innovation projects, information technologies.*

Постановка проблеми. У сучасному бізнес-середовищі індустрії ведуть між собою запеклу боротьбу за провідне місце на ринку, споживача та ресурси. Зазвичай у такій боротьбі перемагає той, хто імплементує інноваційний складник у господарську діяльність. Варто зазначити, що однією з провідних індустрій, частка якої займає одну третину у світовій економіці, є туристична. Більше того, туризм використовує 7% світового капіталу та є одним із найприбутковіших бізнесів, у секторі якого працевлаштовані 140 млн. осіб. Однак у туристичній сфері керівництво поки що не готове ризикувати та інвестувати в інноваційні розробки, більше половини всіх новацій спрямовано на підтримку або незначні вдосконалення наявних видів техніки та технологій. Такий підхід не є раціональним, адже успішні новатори в туризмі своїм досвідом доводять, що створення й упровадження нового – не просто бажане, а й украй необхідне в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності це повинно сприйматися як умова виживання. Цим зумовлена нагальність становлення на інноваційний вектор розвитку всієї індустрії туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом усе більше науковців досліджують проблеми інноваційної діяльності у сфері туризму, зокрема: О.І. Амоша, Ю.М. Бажал, В.М. Геєць, О.О. Лапко, Б.А. Маліцький, Л.І. Федулова. Вітчизняними та зарубіжними вченими розглядаються функції інновацій у туризмі, їх доцільність та принципи сталого розвитку. Теоретико-методологічні основи інноваційної діяльності підприємств представлені також у роботах: В.В. Бочарова, А.В. Гриньова, С.О. Гуткевича, П.Ф. Друкера, С.М. Ілляшенка, Н.В. Краснокутської, А.В. Мертенса, П.П. Микитюка, С.В. Онишко, М.Є. Рогози, А.В. Суріна, В.Я. Шевчука, Б.М. Щукіна та ін.

Постановка завдання. Метою статті є визначення поняття інновацій та окреслення основних аспектів інноваційного розвитку на підприємствах туристичної спрямованості для завоювання конкурентних позицій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успіх функціонування підприємства у сфері туризму багато в чому залежить від інноваційного менеджменту, адже практика показує, що найбільш прийнятним варіантом на сучасному етапі ведення конкурентної боротьби є використання саме інноваційних технологій. Окрім того, вкладення інвестицій в інновації дає значний економічний ефект у вигляді прибутку, з одного боку, та еко-

номії власного фонду – з іншого, а застосування інновацій у цілому дає великий стрибок для розвитку туристичної фірми. Особливістю розвитку інноваційної діяльності в туризмі є створення нового або зміна наявного продукту, вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, упровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [1, с. 224]. Практичне застосування інновацій у туристичній сфері дає змогу не тільки підвищувати рівень конкурентоспроможності підприємства, а й оцінювати доцільність упровадження нових видів послуг. Тим не менше страх змінити щось у звиклій роботі перешкоджає фірмам звертатися до новітніх механізмів. Наприклад, багато туроператорів пропонують своїм регіональним агентствам нову систему комунікацій – бронювання турів в Інтернеті, яка дає змогу отримати практично моментальне підтвердження туру, таким чином, зекономити час на обробці заявки та прискорити процес оформлення документів клієнта. Але до цього часу, незважаючи на досить широке застосування та зручність даної системи, багато агентств відмовляються працювати в такий спосіб. Виникає питання, чи присутній узагалі в турагенстві інноваційний потенціал, який ми розглядаємо як суму кадрових, виробничо-технологічних, науково-технічних, фінансових та структурних ресурсів, що забезпечують інноваційну діяльність та сумою цінностей, сформованих у результаті дієвості та зрілості інноваційної системи туристичного підприємства [2, с. 101]. Якщо відповідь позитивна, то туристичні фірми чітко усвідомлюють необхідність розроблення нових продуктів чи послуг і пов'язану із цим економічну вигоду, в іншому разі компанії неодмінно зазнають поразки в боротьбі з більш прогресивними конкурентами.

Незважаючи на те що інноваційна діяльність характеризується високим рівнем невизначеності, ризиком і складністю прогнозування кінцевих результатів, правильний підхід до створення і реалізації новацій може принести чималий дохід та користь. Інновації в туризмі – різнобічні організаційно-управлінські нововведення, що складаються із цілеспрямованих змін, застосовуваних на різних рівнях підприємницької діяльності [3, с. 39]. Сюди відносяться правове забезпечення туристичних проектів, здатність організації нових видів туристичної діяльності, створення кардинально нових турпродуктів і товарів для подорожей, інформаційно-рекламне забезпечення туристичного попиту, що включає в себе сучасні технології. Отже, виникає необхідність трактування поняття «інновація» як фундаментальної економічної категорії, яке, згідно з Оксфордським словником, – будь-який новий підхід до конструювання, виробництва або збуту товару, в результаті якого новатор або його компанія отримують перевагу перед конкурентами.

Для кожної індустрії це поняття буде варіюватися залежно від її спеціалізації та специфіки роботи. Якщо на виробництві наголос ставиться на вдосконаленні деталей, то до інновацій у туризмі відносять ті нововведення, які супроводжуються відновленням та розвитком духовних, фізичних сил туристів, принципово новими змінами туристичного продукту, підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних товарів і послуг [4, с. 66]. Уособленням таких інновацій може бути: скорочення терміну транспортування за рахунок упровадження нових швидкісних видів транспорту, поліпшення умов праці робітників туристичної індустрії, застосування прогресивних методів перетворення факторів виробництва в послуги тощо. На нашу думку, головною метою імплементації інновацій у сферу туризму є передусім отримання комерційного ефекту для забезпечення стійкого функціонування та розвитку всієї галузі.

Комерційна діяльність будь-якої фірми – це процес постійного, безперервного оновлення, заснованого на творчому осмисленні та освоєнні накопиченого досвіду. У діяльності фірм завжди присутній елемент нового: з певним ступенем новизни виконуються ті чи інші трудові операції, оновлюється стиль роботи менеджерів та способи комунікацій зі споживачем. Освоєння нового – це невід'ємна складова частина рутинної роботи фірми і будь-якої некомерційної організації. Оновлення в рутинному, повсякденному режимі слід відрізняти від інновацій, оскільки основу інноваційної діяльності в усіх секторах економіки становить реалізація досягнень науково-технічного прогресу.

Таким чином, можна сформулювати три критерії успіху інновацій у туризмі:

– нагальність співпраці вчених і керівництва туристичних компаній у процесі розроблення й упровадження інновацій;

– об'єктивний відбір інноваційних програм;

– ефективна кадрова політика (готовність до практичного використання інновацій).

Отже, необхідними є підвищення статусу інноваційного менеджменту та виведення його з функціонального на корпоративний рівень. В умовах посилення ролі нових технологій як фактору економічного зростання і розвитку інноваційна діяльність повинна стати спільною стратегічною метою, а не бути приватним функціональним завданням.

Виходячи із цього, для формування інноваційної стратегії і подальшої реалізації новаційних ідей у галузі туризму (автоматизація, розроблення програмного забезпечення, нових видів туризму, туристичних маршрутів, новизна послуг у сфері гостинності) необхідна система управління інноваціями, яка відповідала б вимогам галузі та ринку.

В основі кожного стратегічного плану мають бути як освоєння нових технологій, так і розбудова інфраструктури. Інноваційні програми можуть виступати інструментами виконання зазначених вимог у вигляді комплексних систем, що взаємопов'язані ресурсами, термінами та виконавцями заходів, які забезпечуватимуть ефективне вирішення важливих науково-технологічних завдань. Окрім того, стратегічний план має детермінувати тип інновації стосовно окремого виду послуг, який буде залежати від характеру взаємодії виробника та споживача даної послуги, а також її технологічної оснащеності.

Наприклад, у туристичній галузі виділяють такі інновації [5, с. 139–140]:

– товарні: розроблення невідомих раніше на ринку турів; освоєння нових сегментів туристичного ринку; впровадження інформаційних технологій щодо систем бронювання та резервування готелів, авіаквитків; розроблення новітніх систем транспортного забезпечення;

– управлінські: нові методики реалізації маркетингового циклу в туризмі; сучасні методи управління персоналом туристичної фірми або агенції; впровадження передових форм та способів контролю над діяльністю суб'єктів туристичного ринку.

Разом із тим кожна компанія має індивідуальний підхід до способу імплементації інноваційної програми у свою структуру. Однією з найуспішніших програм запуску інновацій є швейцарська Innotour, яка забезпечує початкову допомогу для ініціації нововведень на одноразовій основі, підтримки їх розвитку, навчання персоналу та заохочення наступних наукових досліджень. Ще одним етапом під час реалізації інноваційної програми є розрахунок туристичним підприємством можливих доходів та витрат за умови комерціалізації самого інноваційного проекту.

Після прийняття менеджментом туристичного підприємства рішення щодо способу комерціалізації інноваційного проекту відбувається розроблення механізмів просування туристичного продукту, способів зниження витрат та спрощення процесу комунікацій, розподілу, збуту. Туристичний продукт є комплексним, а враження, отримані клієнтом від усього продукту в цілому, залежать від якості кожного окремого складника. Якість сукупного туристичного продукту має відповідати вимогам клієнтів, а постачальники окремих послуг повинні співпрацювати один з одним для задоволення їхніх потреб. Кожен туроператор розуміє, що клієнт постійно бажає щось нове, незвичайне. Одна з останніх інновацій – «жива ціна», яка формується відповідно до змін на ринку. Це нововведення характеризується тим, що туристи можуть самостійно підібрати тур, мінімізуючи при цьому свої витрати часу та коштів. «Жива ціна» представлена у формі динамічного прайс-листа на сайті туроператора, а інформація даної системи не проходить через посередників, комерційні та авіавідділи, відразу потрапляючи до споживача, що й робить її актуальною [7]. Успіх цього нововведення сформував попит на подібний напрям інновацій у туристичній сфері та призвів до виникнення системи динамічного пакетування (ДП). Динамічне пакетування, своєю чергою, являє собою технологію формування та реалізації туристичного продукту шляхом прямого звернення до ресурсних систем авіакомпаній, готелів та агрегатів туристичних послуг. Частково ДП схоже на своєрідний симбіоз бізнес-системи та сайтів-платформ для бронювання та замовлення туру, оскільки має прямий доступ як до перших, так і до других, при цьому звертаючи увагу споживача на найбільш привабливі ціни та дати.

Взагалі використання нових інформаційних технологій відкрило безліч можливостей для компаній налагодити зв'язок із клієнтами. Зокрема, сьогодні існують інтегровані CRM-системи (Customer Relationship Management), що дають змогу одержувати максимальну інформацію про клієнта в момент спілкування з ним. Основна ідея

Таблиця 1

Доходи та витрати туристичного підприємства за комерціалізації інноваційних проектів [6, с. 49]

Способи комерціалізації	Доходи	Витрати
Самостійне використання інноваційного проекту	- дохід від продажу туристичного продукту; – виручка від здачі в оренду або лізингу обладнання, будівель; – дохід від надання інжинірингових послуг	- витрати на освоєння, впровадження та просування інновації; – витрати на технічну, інформаційну та операційну реалізацію проекту
Часткове надання права на використання розробленої інновації сторонньому суб'єкту	- виручка від продажу ліцензії та франчайзингу; – отримання роялті (коштів за використання патенту)	- витрати на підтримку та модернізацію продукту; – витрати на пошук нових ліцензіатів; – консультаційні витрати; – витрати на підтримку патентних прав
Повне надання права на інновацію	- дохід від продажу патентних прав	- витрати на пошук клієнта та продаж права власника; – консультаційні витрати

CRM-систем: індивідуальний підхід до кожного клієнта, надання йому повної та надійної інформації стосовно послуги, швидка обробка заявки та спрощений процес бронювання [8, с. 923].

Інформатизація в туристичному бізнесі насичує всі його складники. Широкий інформаційний спектр, потужність, масовість інформаційних повідомлень та віртуальний сектор подорожей у глобальних мережах перетворюють туризм більше на споживача інформаційних інновацій, аніж на продуцента. Неординарні ідеї, що просувають бізнес у сфері туризму, автоматизація і доступність довідкової інформації, розроблення нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення та програмні рішення – це тільки деякі приклади, що ілюструють інноваційну діяльність та напрями її подальшого розвитку.

Туристична галузь використовує всі блага ери інформатизації, а найкмітливіші з туристичних компаній ідуть далі та пропонують такі інноваційні продукти, як:

– віртуальна екскурсія в 3D – це фотореалістичний спосіб демонстрації об'ємного простору за допомогою 3D-зображення, що оточує глядача сферою у 360 градусів і дає змогу отримати більший обсяг візуальної інформації;

– мобільні додатки «доповненої реальності», що пов'язані з організацією колективних транспортних турів та екскурсійних маршрутів;

– використання смарт-технологій та QR-кодів у музеях тощо.

На нашу думку, одним із найпрогресивніших інноваційних рішень із гарантованою ефективністю можна вважати використання соціальних мереж для залучення клієнтів. Наприклад, деякі готелі вже запровадили акції, які надають можливість їх учасникам проживати абсолютно безкоштовно за умови, якщо вони поширюватимуть у своїх дописах у соціальних мережах Facebook або Instagram інформацію про даний готель, маючи при цьому на своєму профілі 2 тис. друзів або 10 тис. підписників. Тобто компанії, які йдуть «у ногу з часом» та розуміють важливість Інтернету не тільки з погляду створення традиційного сайту з переліком послуг, а й як ефективний спосіб заявити про себе через соціальні мережі, неодмінно займатимуть лідируючі позиції у своїй галузі. Таким чином, упровадження інновацій у туристичній галузі дає змогу не тільки підвищувати якість послуг, а й раціонально використовувати всі наявні можливості як для туристів, так і для власників туристичного бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, спрямованість підприємства на інноваційний вектор розвитку є першим кроком до підвищення ефективності ведення конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичних ринках. Саме розуміння неминучості посилення вимог до гнучкості та індивідуалізації наданих послуг буде ключовим у сфері обслуговування у майбутньому, і ті, хто будує такі системи сьогодні, захищені від інформаційно-технологічних змін на ринку завтра. З погляду стратегічної конкурентоздатності туристичним компаніям необхідно нарощувати темпи освоєння нових технологій у товарній та управлінській сферах, залучати додатковий капітал для розвитку IT-складника підприємства та розробляти власні інноваційні проекти для подальшої їх комерціалізації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуржій Н.М., Третинко А.В. Інноваційні технології в туристичній індустрії. Сталий розвиток економіки. 2013. № 3. С. 221–224.
2. Галасюк К.А. Аналіз існуючих методик оцінки інноваційного потенціалу підприємств сфери послуг. Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинсьокого. 2015. С. 98–102.
3. Ках А. Инновационные подходы к развитию туризма в Ираке. Наука и инновации. 2014. № 7. С. 38–41.
4. Давидова О. Особливості застосування у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2015. № 7. С. 65–69.
5. Булко О.С. Инновации в сфере услуг Республики Белорусь. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1. С. 137–142.
6. Расчет эффективности внедрения инноваций в туристическом бизнесе / Л.Т. Снитко, Г.С. Храбан, С.А. Харитонович. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2015. № 2. С. 45–51.
7. Романова М.М. Факторы, влияющие на развитие индустрии туризма. Концепт. 2014. URL: https://cyberleninka.ru/article/v/faktory-vliyayuschie-na-razvitie-industrii-turizma.
8. Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України. Молодий вчений. 2017. № 10. С. 922–926.

REFERENCES:

1. Hurzhii N. M., Tretynko A. V. (2013) Innovatsiini tekhnolohii v turystychnii industrii [Innovative technologies in the tourism industry]. Stalyi rozvytok ekonomiky, no. 3, pp. 221–224.
2. Halasiuk K. A. (2015) Analiz isnuiuchykh metodyk otsinky innovatsiinoho potentsialu pidpryiemstv sfery posluh [An analysis of existing methods for assessing the innovation potential of service enterprises]. Naukovyi visnyk imeni V.O. Sukhomlynsokoho, no. 1, pp. 98–102.
3. KAH Akil. (2014) Innovatsionnyie podhodyi k razvitiyu turizma v Irake [Innovative Approaches to the Development of Tourism in Iraq]. Nauka i innovatsii, no. 1, pp. 38–41.
4. Davydova O. (2015) Osoblyvosti zastosuvannia u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy [Features for applying innovation in the development of tourism indus-

try in Ukraine]. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka, no. 7, pp. 65–69.

5. Bulko O. S. (2018) Innovatsii v sfere uslug Respublika Belorus [Innovations in the service sector of the Republic of Belarus]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu, no 1, pp. 137–142.

6. Snitko L. T., Hraban G. S., Haritonovich S. A. (2015) Raschet effektivnosti vnedreniya innovatsiy v turisticheskom biznese [Calculating the effectiveness of innovation in tourism business]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava, no 2, pp. 45–51.

7. Romanova M. M. (2014) Faktoryi, vliyayuschie na razvitie industrii turizma [Factors influencing the development of the tourism industry], Nauchno-metodologicheskiy elektronnyiy zhurnal "Kontsept". Available at: https://cyberleninka.ru/article/v/faktory-vliyayuschie-na-razvitie-industrii-turizma.

8. Kravchenko A.V., Kostiuchyk S.V. (2017) Analiz innovatsiinoho rozvytku vitchyznianykh turystychnykh pidpryiemstv na rynku Ukrainy [Analysis of innovative development of domestic tourism enterprises in the Ukrainian market]. Molodyi vchenyi, no 10, pp. 922–926.

Bokovets V.V.
Doctor of Economic Sciences,
Professor at Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business
Vinnytsia Institute of Trade and Economics,
Kyiv National University of Trade and Economics
Denysevych Y.S.
Student
Vinnytsia Institute of Trade and Economics,
Kyiv National University of Trade and Economics
Zaitseva D.Y.
Student
Vinnytsia Institute of Trade and Economics,
Kyiv National University of Trade and Economics

INNOVATION AS A FACTOR WHICH INCREASES OVERALL COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE IN THE FIELD OF TOURISM

The success of the enterprise in the field of tourism largely depends on innovative management because practice shows that the most advantageous option at the current stage of the competition is the use of innovative technologies.

Nowadays, development of innovation in tourism involves: the creation of new products, adding changes to already extant ones, improvement in the systems of transportation, hotel, and other services, the introduction of advanced information and telecommunication technologies and modern forms of organizational and managerial activities. All these practices bear strong competitive advantage any firm can gain by their implementation. Nevertheless, fear of changes often produces almost unconquerable obstacles for innovation to flourish.

It should be mentioned that executing innovations, indeed, can be characterized by high degree of uncertainty, increased levels of risks and complexity in forecasting the end results. On the other hand, the right approach to their creation and performance can bring a lot of benefits and considerable revenue.

Commercial activity of the enterprise, especially in the field of tourism, can be described as a process of steady, continuous updating, based on creative thinking and mastering of the accumulated experience. In the context of strengthening the role of new technologies as a factor of economic growth and development, innovation activity should become a common strategic goal rather than a private functional task.

Therefore, an innovation management system that meets the requirements of the industry and the market has to produce an innovative strategy and further implementation of innovative ideas in the field of tourism. Following the adoption by the management of the enterprise in the tourism industry of the decision on how to execute their innovative strategy, they should pay attention to the development of mechanisms for promoting an invented product, ways to reduce costs connected to its manufacturing, distribution, and marketing.

Consequently, enterprises should focus on the innovative direction of development, which will become the first step towards increasing the competitiveness capabilities in both the domestic and foreign tourist markets.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

FEATURES OF SALES ACTIVITY MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

УДК 339.13

Воронько-Невіднича Т.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
Потапюк І.П.
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Полтавська державна аграрна академія
Петракій Н.О.
студент
Полтавська державна аграрна академія

У статті визначено особливості управління збутовою діяльністю аграрних підприємств. Досліджено сутність поняття «збутова діяльність». Розглянуто основні проблеми управління збутовою діяльністю господарюючих суб'єктів. Проаналізовано принципи збутової діяльності за ринкових умов. Визначено перспективні тенденції, що визначають розвиток збутової діяльності підприємств АПК.
Ключові слова: *збут, збутова діяльність, маркетинг, підприємство, управління.*

В статье определены особенности управления сбытовой деятельностью аграрных предприятий. Исследована сущность понятия «сбытовая деятельность». Рассмотрены основные проблемы управления сбытовой деятельностью хозяйствующих субъектов. Проанализированы принципы сбытовой деятельности в рыночных условиях. Определены перспективные тенденции, определяющие развитие сбытовой деятельности предприятий АПК.
Ключевые слова: *сбыт, сбытовая деятельность, маркетинг, предприятие, управление.*

The article outlines peculiarities of management of marketing activities of agrarian enterprises. The essence of the concept "sales activity" is investigated. The main problems of managing sales activities of economic entities are considered. Principles of marketing activity under market conditions are analysed. The perspective tendencies determining the development of sales activity of agricultural enterprises are determined.
Key words: *sale, sale activity, marketing, enterprise, management.*

Постановка проблеми. Сьогодні управління збутовою діяльністю є найбільш слабкою ланкою у системі функціонування підприємств аграрної сфери, що, своєю чергою, призводить до значних утрат продукції і, як наслідок, доходів суб'єктів господарювання. Фінансування збутової діяльності сучасних господарюючих суб'єктів є недостатнім, хоча світовий досвід переконує, що система збуту повинна розвиватися випереджаючими темпами порівняно з виробництвом продукції.

Сучасні умови вимагають від керівництва агроформувань приділяти значну увагу питанням реалізації сільськогосподарської продукції та підвищенню їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і зовнішніх ринках. При цьому конкурентоспроможність забезпечується не лише продукцією та послугами, а й системою їх збуту. Зокрема, Д. Сакс відзначає, що основна ідея ринкової економіки зводиться до того, що люди здійснюють особистий вибір – що купити, де працювати, як розмістити заощадження, а фірми під цей вибір підлаштовуються [23].

Ми поділяємо думку Й.С. Завадського про те, що збутовою діяльністю підприємства можна вважати процес просування товарів від місця виробництва до місця споживання і збутові операції (складування, зберігання, доробка, розфасування, комплектування партії товарів, транспортування тощо) [11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні засади управління збутовою діяльністю висвітлено в роботах В.Г. Андрійчука, Л.В. Балабанової, П.М. Березівського, Ю.І. Данька, Ф. Котлера, О.О. Краснорицького, Ю.О. Зайцева, М.Й. Маліка, М.А. Окландера, В.М. Онєгіної, О.В. Панухник, І.Л. Решетнікової, В.В. Россохи, О.В. Ульянченка, С.Ю. Хамініч, С.Є. Хрупович, І.Б. Яціва та багатьох інших. Проте динамічний розвиток аграрного сектору як галузі національної економіки зумовлює необхідність додаткового наукового пошуку у цій сфері.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз специфіки управління збутовою діяльністю в підприємствах аграрного сектору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Збут починається з моменту закінчення виробництва продукції та є сукупністю операцій, за допомогою яких товаровиробник має можливість комунікувати з покупцем. Своєю чергою, збут розглядають і як функції маркетингу та координації різноманітних аспектів комерційної діяльності; процеси обміну або передачі прав на продукцію; стадію відтворення; збалансування попиту й пропозиції; елемент стратегії підприємства тощо.

Аналіз численних публікацій щодо збутової діяльності підприємства дає змогу виокремити такі поняття, як «збут» та «реалізація»: під реалізацією розуміють продаж виготовлених товарів і послуг або їх перепродаж, які супроводжуються отриманням грошової виручки; збут товару, продукції на підприємстві розглядають як продаж і реалізацію виготовленої ним продукції для отримання доходу [5; 14; 20; 25; 27].

Розглянемо сутність поняття «збутова діяльність» різними науковцями (табл. 1).

Проаналізувавши праці вищеозначених фахівців, можемо сказати, що в науковій літературі існують різні погляди на поняття «збутова діяльність» і «збут». Одні автори вважають ці поняття синонімами, інші – відмінними категоріями. Так, В.В. Бур-

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «збутова діяльність» різними науковцями

Автори	Сутність
Л. Балабанова, А. Балабаниц [3]	все те, що забезпечує максимальну вигоду торговельної угоди для кожного з партнерів за першочергового врахування інтересів і вимог проміжного чи кінцевого споживача
Д. Баркан [4]	сфера діяльності підприємства, спрямована на реалізацію продукції на певних ринках
К. Браун [6]	сукупність дій, які здійснюються з тієї миті, як продукт у тій формі, в якій він використовуватиметься, поступає на комерційне підприємство або до комерційного виробника, до того моменту, як споживач купує його
В. Бурцев [7]	реалізація економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів
Л. Давидова, В. Фальцман [9]	перетворення виробничих товарів і послуг у гроші
Д. Дубівка [10]	збутова діяльність – це діяльність, яка не може існувати відособлено від інших складників підприємства: без виробництва продукції не існуватиме збуту, а без збуту виробництво не матиме каналів для реалізації
А. Ляпунов [16]	діяльність підприємства щодо доведення товарів від виробника до споживачів
А. Кальченко [12]	процес організації товарного обміну готової продукції для одержання підприємницького прибутку
Ф. Котлер, Г. Армстронг [13]	сукупність заходів, які проводяться після виходу продукції за межі території виробника
Т. Лук'янець [15]	процес просування готової продукції на ринок та організацію товарного обміну для одержання підприємницького прибутку
Н. Майбогіна [17]	комплекс відносин, які включають юридичні, комерційні та технологічні операції
В. Наумов [18]	система відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно та юридично незалежними суб'єктами ринку, що мають комерційні інтереси
С. Хрупович [25]	процес організаційно-економічних операцій, що містить маркетинговий аспект (дослідження й аналіз кон'юнктури ринку, визначення обсягів збуту, вибір та управління каналами розподілу) й логістичний аспект (транспортування, складування, управління запасами, обслуговування замовлень) і здійснюється для досягнення економічних результатів від реалізації продукції споживачам та створення позитивного іміджу підприємства на ринку
О. Ямкова [28]	комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання й обробка замовлень, комплектація і підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб та транспортування до місця продажу або призначення) й організація розрахунків за неї (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків із покупцями за відвантажену продукцію)

цев ототожнює ці поняття і визначає збутову діяльність як сукупність дій, що виконуються з того моменту, як продукт у тій формі, в якій його буде використано, надходить до комерційного підприємства чи кінцевого виробника, й до того моменту, коли споживач купує його [7, с. 51]. Такої ж позиції дотримується професор Л.В. Балабанова, яка вважає, що збут – це діяльність щодо планування, втілення в життя і контролю над фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від виробників до споживачів для задоволення запитів споживачів й отримання прибутку [2, с. 384]. Проте необхідно зауважити, що такий підхід передбачає виділення однакової сукупності дій як для підприємства-виробника, що реалізує свою продукцію, так і для підприємства, що займається збутом придбаної продукції.

Іншої точки зору дотримуються Д. Ланкастер і Д. Джоббер, які вважають, що збутова діяльність в умовах ринкової орієнтації є однією з функцій маркетингу [21, с. 22]. Зміст збутової діяльності підприємства визначається його концептуальною орієнтацією. Продаж – це лише частина всієї ринкової програми підприємства, а вся робота загалом повинна координуватися ідеєю маркетингу. Продаж продукції та управління збутом тісно пов'язані з аналізом потреб і запитів потенційних покупців. Таким чином, збут продукції вважається ширшим поняттям, аніж її продаж, оскільки продаж є одним із його елементів та результатом збуту.

Проблеми, пов'язані з реалізацією сільськогосподарської продукції, спричинені недосконалістю наявного ціноутворення, слабо розвиненою інфраструктурою ринку, руйнуванням зв'язків між виробниками і споживачами, недоліком необхідної інформації про стан ринку, недостатнім рівнем державної підтримки вітчизняних товаровиробників. Вітчизняні товаровиробники є вільними підприємцями, відповідно до законодавства, однак на державному рівні не створено для них необхідної інфраструктури і вільної конкуренції у системі руху продукції. У результаті, з одного боку, підприємці аграрного сектору самостійно вибирають та розширюють коло своїх покупців, удаються до послуг посередників, самостійно вивозять продукцію в інші регіони, тобто мають можливість здійснювати торгівлю на належному рівні. З іншого боку, надмірна диверсифікація каналів збуту призвела

до того, що сільськогосподарська сировина і продукція не знаходять збуту на своїх географічних ринках, товаровиробники вимушені продати її на невигідних для себе умовах. Отже, питання збуту та вдосконалення форм реалізації сільськогосподарської продукції є сьогодні актуальними.

На практиці доведено, що комплексне поєднання елементів збутового, товарного, цінового та комунікаційного складників комплексу маркетингу аграрного підприємства забезпечує отримання синергічного ефекту від здійснення підприємницької діяльності. Доведення продукції до безпосереднього споживача за допомогою системи товароруху та правильної організації каналів розподілу дає змогу уникнути надлишкових затрат та отримати додаткові фінансові надходження. Підприємницька діяльність у ринкових умовах повинна забезпечуватися ефективним реагуванням на швидкий розвиток і зміни, що вносить ймовірні ризики, яких часто не враховують під час прийняття управлінських рішень, особливо тих, що стосуються управління збутом. Сьогодні управління збутовою діяльністю підприємства повинно бути націлене на максимально зручне, ефективне, швидке й якісне задоволення потреб споживачів за умови збереження високої результативності ведення господарської діяльності та її фінансових результатів.

Система управління збутовою діяльністю повинна відповідати головним напрямам господарської діяльності підприємства, забезпечувати такий зміст виробничої, збутової, складської, транспортної та іншої діяльності, за якої вчасно реалізовується продукція споживачеві.

Своєю чергою, об'єктом управління збутовою діяльністю підприємства виступають збут і сама діяльність, що пов'язана із просуванням продукції на ринок і до споживача. Суб'єктом є одиниця, що здійснює управління, це можуть бути керівники підприємства, відділ збуту, посередницька компанія тощо.

Враховуючи базові функції, поетапність управління збутовою діяльністю має вигляд (рис. 1).

Важливість значення принципів управління полягає у тому, що з їх допомогою керуюча система встановлює правила дій і поведінки, обов'язкові для всіх підпорядкованих їй суб'єктів, узгоджує, об'єднує, координує та регулює їхню діяльність, впливає на процес прийняття й реалізації управлінських рішень, забезпечує вибір адекватних ситуації методів управління тощо. Їх формування відбувається під впливом системи пріоритетів та цінностей, що сформувалася у середовищі господарювання.

Науковці [8; 19; 22; 26] визначили принципи збутової діяльності за ринкових умов, серед них можна відзначити такі:

– координація всіх збутових процесів починаючи від операцій товаровиробника і закінчуючи сервісом споживача;

– інтеграція функцій управління збутом готової продукції та послуг – від цілевстановлення до контролю;

– адаптація комерційного, фізичного розподілу, розподілу за каналами до часто змінюваних вимог ринку, споживачів;

– системність як управління збутом у його цілісності та взаємозалежності всіх елементів збутової діяльності;

– комплексність, тобто вирішення всієї сукупності проблем, пов'язаних із задоволенням платоспроможного попиту покупців;

– оптимальність як у співвідношенні частини системи, так і в режимі її функціонування;

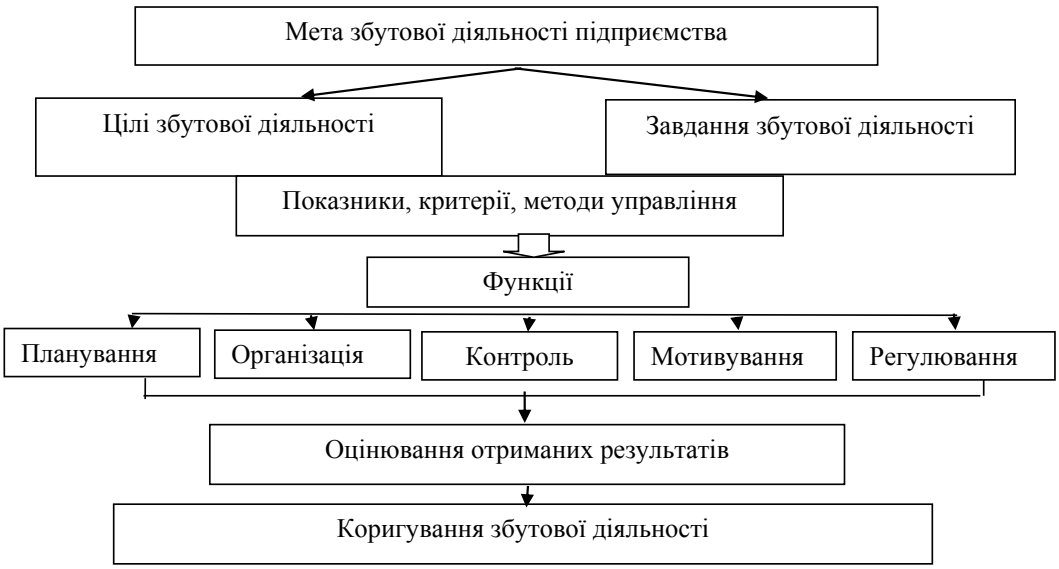


Рис. 1. Етапи управління збутовою діяльністю аграрного підприємства

– раціональність організаційної структури підприємства і в організації управління у цілому.

Ми підтримуємо думку Ю.М. Атаманчука щодо [1, с. 6] найбільш імовірних тенденцій, які визначають розвиток збутової діяльності сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі:

– укрупнення аграрного бізнесу;

– виробництво товарів з унікальними характеристиками;

– розвиток інфраструктури руху товару, складського та транспортного господарства;

– розширення форм інтеграції сільськогосподарських товаровиробників з іншими учасниками системи розподілу продукції;

– використання електронної торгівлі та форм збуту продукції шляхом укладання контрактів (виробничих форвардних, ф'ючерсних).

Висновки з проведеного дослідження. Необхідно акцентувати увагу на тому, що управління збутовою діяльністю аграрного підприємства за сучасних умов можливо розглядати як процес планування, організації, мотивації й контролю збутової діяльності, який потрібен для формування та досягнення мети збуту. А створення системи управління збутом аграрного підприємства повинно сприяти ефективному управлінню збутовою діяльністю за рахунок орієнтації діяльності суб'єкта господарювання на ринковий попит, оптимального поєднання функцій збуту, забезпечення, менеджменту та їхньої спрямованості на повніше забезпечення потреб споживача й отримання прибутку.

Поступове збільшення обсягів реалізації вітчизняних виробників зумовлює необхідність формування новітніх дієвих технологій у системах управління збутовою діяльністю, тому за сучасних умов пріоритетним завданням аграрних підприємств є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Атаманчук Ю.М. Політика збутової діяльності підприємств агропродовольчої сфери. Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. 2015. № 1 (26). С. 3–10.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник. Донецьк, 2002. 562 с.
3. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. Маркетинговый аудит системы сбыта: монография. Донецк: ДонГУЭТ, 2003. 189 с.
4. Баркан Д.И. Управление сбытом: учеб. пособ. СПб., 2004. 341 с.
5. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок; пер. с англ. М.: Олімп-Бізнес, 2001. 640 с.
6. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта. М., 2003. 382 с.
7. Бурцев В.В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования. Менеджмент в России и за рубежом. 2007. № 6. С. 145–151.
8. Волкова Т. Збутова політика: розкіш чи незамінний інструмент? Круглий стіл. 2005. № 4(28). URL: http: //www.kstil.com.ua.
9. Давыдова Л., Фальцман. Экономика и управление предприятием: учеб. пособ. М., 2003. 398 с.
10. Дубівка Д.В. Поняття «збут» в системі управління підприємством. Економіка та держава. 2013. № 2. С. 93–96.
11. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. Т. 1. К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. 543 с.
12. Кальченко А.Г. Основи логістики: навч. посіб. К.: Знання, КОО, 1999. 135 с.
13. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ.; 2-е евр. изд. М.; СПб.; К.: Вильямс, 2000. 944 с.
14. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник. Львів: Львівська політехніка, 2005. 684 с.
15. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч.-метод. посіб. К.: КНЕУ, 2002. 272 с.
16. Ляпунов А.Д. Формирование и оптимизация системы сбыта на основе системного анализа. URL: http://economics.open-mechanics.com/articles/195.pdf.
17. Майбогіна Н.В. Організація і методика аналізу збутової діяльності промислового підприємства: автореф. дис. … канд. ек. наук: спец. 08.00.09; Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана. К., 2007. 17 с.
18. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта. СПб.: СПбГУЭФ, 1999. 51 с.
19. Ніценко В.С. Збутова політика аграрних підприємств: сучасний стан та перспективи розвитку. Вісник Сумського нац. аграр. ун-ту. 2015. Вип. 4 (63). С. 103–107.
20. Окландер М.А. Логістика. К.: ЦУЛ, 2008. 346 с.
21. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрями розвитку: монографія / П.А. Орлов, Г.О. Холодний, М.А. Борисенко та ін. Харків: ХНЕУ, 2008. 232 с.
22. Россоха В.В. Управління господарською діяльністю аграрних підприємств та її збутова політика. Економіка АПК. 2016. С. 71–79. URL: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11564/Rossokha_Upravlinnia_hospodarskoiu_diialnistiu.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
23. Сакс Дж. Рыночная экономика и Россия; пер. с англ. М.: Экономика, 1994. 331 с.
24. Хрупович С., Борисова Т. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві. Галицький економічний вісник. 2006. № 3. С. 34–38.
25. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств: дис. … канд. екон. наук: 08.06.01. Львів, 2005. 202 с.
26. Шарапа О.М. Соціальна відповідальність бізнесу як форма соціального маркетингу. Інтелект. Особистість. Економіка: Всеукр. наук.-теорет. дист. конф. (Донецьк, 30 січня 2009 р.). Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. С. 239–246.
27. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства. Галицький економічний вісник. 2012. № 4(37). С. 88–95.

28. Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. Економіка і управління. 2012. № 2. С. 52–59.

REFERENCES:

1. Atamanchuk Ju. M. Politika zbutovoi' dijal'nosti pidprijemstv agroprodovol'choi' sferi [The marketing policy of the agro-food industry enterprises] / Ju. M. Atamanchuk // Visnik Kii'vs'kogo institutu biznesu ta tehnologij. – 2015. – no 1 (26). – pp. 3-10.

2. Balabanova L. V. Marketing : [pidruchnik]. – Donec'k, 2002. – 562 s. (in Ukrainian)

3. Balabanova L. V. Marketingovyj audit sistemy sbyta : [monografija] / L. V. Balabanova, A. B. Balabanic'. – Doneck : DonGUJeT, 2003. – 189 s. (in Ukrainian)

4. Barkan D. I. Upravlenie sbytom : [ucheb. posob.] / D. I. Barkan. – SPb., 2004. – 341 s. (in Russian)

5. Baujersoks D. Logistika: integrirovannaja cep' postavok / D. Baujersoks, D. Kloss ; per. s angl. – M. : Olimp-Biznes, 2001. – 640 s. (in Russian)

6. Braun K. Prakticheskoe posobie po stimulirovaniju sbyta / K. Braun. – M., 2003. – 382 s. (in Russian)

7. Burcev V. V. Vnutrennij kontrol' sbytovoj dejatel'nosti predprijatij v sovremennyh uslovijah hozjajstvovanija [Internal control of sales activity of enterprises in modern economic conditions] / V. V. Burcev // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. – 2007. – no 6. – pp. 145-151.

8. Volkova T. Zbutova politika: rozkish chi nezaminnij instrument? [Sales policy: luxury or indispensable tool?] [Elektronnij resurs] / T. Volkova // Kruglij stil. – 2005. – no 4 (28). – Rezhim dostupu : http: //www.kstil.com.ua.

9. Davydova L. Jekonomika i upravlenie predprijatiem : [ucheb. posob.] / L. Davydova, Fal'cman. – M., 2003. – 398 s.

10. Dubivka D. V. Ponjattja "zbut" v sistemi upravlinnja pidpriємstvom [The concept of "sales" in the enterprise management system] / D. V. Dubivka // Ekonomika ta derzhava. – 2013. – no 2. – pp. 93-96.

11. Zavads'kij J. S. Menedzhment: Management. – T. 1. – K. : Ukraïns'ko-fins'kij institut menedzhmentu i biznesu, 1997. – 543 s. (in Ukrainian)

12. Kal'chenko A. G. Osnovi logistiki : [navch. posibn.] / A. G. Kal'chenko. – K. : Vid-vo "Znannja", KOO, 1999. – 135 s. (in Ukrainian)

13. Kotler F. Osnovy marketinga : [per. s angl. ; 2-e ev. izd.] / F. Kotler, G. Armstrong, D. Sonders, Vong V.– M. ; SPb. ;K. : Izdatel'skij dom "Vil'jams", 2000.– 944 s. (in Russian)

14. Krikavs'kij Є. V. Logistichne upravlinnja : [pidruchnik] / Є. V. Krikavs'kij. – L'viv : L'vivs'ka politehnika, 2005. – 684 s. (in Ukrainian)

15. Luk'janec' T. I. Marketingova politika komunikacij : [navch.-metod. posibn.] / T. I. Luk'janec'. – K. : Vid-vo KNEU, 2002. – 272 s.

16. Ljapunov A. D. Formirovanie i optimizacija sistemy sbyta na osnove sistemnogo analiza [Formation and optimization of the system on the basis of system analysis] [Elektronnij resurs] / A. D. Ljapunov – Rezhim dostupu : http://economics.open-mechanics.com/articles/195.pdf.

17. Majbogina N. V. (2007) Organizacija i metodika analizu zbutovoї dijal'nosti promislovogo pidpriємstva: avtoref. dis. na zdobuttja nauk stupenja kand. ek. nauk: spec. 08.00.09 / N. V. Majbogina. – Kiïv : Kiïvs'kij nacional'nij ekonomichnij universitet im. Vadima Get'mana, 2007. – 17 s.

18. Naumov V. N. Marketing sbyta / V. N. Naumov. – SPb. : SPbGUJeF, 1999. – 51 s. (in Russian)

19. Nicenko V. S. Zbutova politika agrarnih pidpriємstv : suchasnij stan ta perspektivi rozvitku [The sales policy of agrarian enterprises: the current state and prospects of development] / B. S. Nicenko // Visnik Sums'kogo nac. agrar. un-tu. – Sumi : SNAU, 2015. – no. 4 (63). – pp. 103-107.

20. Oklander M. A. Logistika / M. A. Oklander. – K. : CUL, 2008. – 346 s. (in Ukrainian)

21. Orlov P. A. Zbutova dijal'nist' promislovih pidpriємstv: teorija ta naprjami rozvitku : [monografija] // P. A. Orlov, G. O. Holodnij, M. A. Borisenko ta in. – Harkiv : HNEU, 2008. – 232 s.

22. Rossoha V. V. Upravlinnja gospodars'koju dijal'nistju agrarnih pidpriємstv ta ïï zbutova politika [Management of economic activity of agrarian enterprises and its marketing policy] [Elektronnij resurs] / V. V. Rossoha // Ekonomika APK. – 2016. – pp. 71-79. – Rezhim dostupu : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/11564/Rossokha_Upravlinnia_hospodarskoiu_diialnistiu.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

23. Saks Dzh. Rynochnaja jekonomika i Rossija / Dzh. Saks ; per. s angl. – M. : Jekonomika, 1994. – 331 s. (in Russian)

24. Hrupovich S. Teoretichni aspekti pobudovi sistemi upravlinnja zbutovoju dijal'nistju na promislovomu pidpriємstvi / S. Hrupovich, T. Borisova // Galic'kij ekonomichnij visnik. – 2006. – no 3. – pp. 34-38.

25. Hrupovich S. Є. (2005) Ekonomichne ocinjuvannja ta upravlinnja zbutovoju dijal'nistju pidpriємstv : dis. kand. ekon. nauk : 08.06.01 / S. Є. Hrupovich. – L'viv, 2005. – 202 s.

26. Sharapa O. M. Social'na vidpovidal'nist' biznesu jak forma social'nogo marketingu / O. M. Sharapa // Intelekt. Osobistist'. Ekonomika : Vseukr. nauk.-teoret. dist. konf. (Donec'k, 30 sich. 2009 r.). – Donec'k : DonNUET, 2009. – pp. 239-246.

27. Shpilik S. Upravlinnja zbutovoju dijal'nistju pidpriємstva [Management of sales activities of the enterprise] / S. Shpilik // Galic'kij ekonomichnij visnik. – 2012. – no 4 (37). – pp. 88-95.

28. Jamkova O. M. Zmist formuvannja zbutovoї politiki virobnichih pidpriємstv [Contents of formation of marketing policy of industrial enterprises] / O. M. Jamkova // Ekonomika i upravlinnja. – 2012. – no 2. – pp. 52-59.

Voronko-Nevidnycha T.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management,
Poltava State Agrarian Academy
Potapyuk I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Management,
Poltava State Agrarian Academy
Petrakiy N.
Graduate Student,
Poltava State Agrarian Academy

FEATURES OF SALES ACTIVITY MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

It is investigated that for today, the sales activity management is the weakest side of the functioning system of agricultural enterprises. That, in turn, leads to significant production losses and, as a consequence, to losses of business entities incomes. Sales activity financing of modern business entities is insufficient, although global experience convinces that the sales system should develop ahead of schedule in comparison with the manufacture of products.

Characteristics of the sales activity management of agricultural enterprises are defined in the article. The essence of the concept “sales activity” is explored. The main problems of sales activity management of economic entities are considered.

For today, it is difficult for agricultural enterprises to operate under free market conditions. This situation is caused by a high level of instability due to the economic mechanism imperfection, the lack of market infrastructure development, the lack of necessary information about market conditions and the insufficiency of practical experience of activity in a competitive environment. The motive force of solving most of these problems may be the marketing activity organization. In a fierce, competitive environment, especially including foreign commodity producers, in a situation where prices for agricultural products are low, and taking into account the possibility of extreme weather conditions, commodity producers are forced to implement marketing elements into practical activities. It contributes to effective business management, proper organization planning, effective control, etc.

The foundations of sales activity in the market economy conditions are defined, among them: coordination of all sales processes, beginning with commodity producer operations and finishing with the consumer service; integration of functions of finished products and services sales management: from target-setting to control; adaptation of commercial, physical distribution, distribution by channels to frequently changing market and consumers requirements; systemacity as sales management in its entirety and interdependence of all sales activity elements; complexity, in other words, the solution of the whole totality of problems connected with the satisfaction of effective customer demand; optimality both of relation to the system parts, and of its functioning mode; the rationality of the enterprise organizational structure and the organization of management in tote.

АНАЛІЗ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ Й ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ПРАЦІВНИКІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ANALYSIS OF PROFESSIONAL MOBILITY AND QUALITY OF WORKING LIFE OF EMPLOYEES OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

УДК 378.02

Доронін С.А.
аспірант кафедри менеджменту і бізнесу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті обґрунтовано доцільність забезпечення надійності функціонування виробничої організації в умовах посилення ризиків бізнес-середовища за рахунок розвитку професійної мобільності й якості трудового життя її менеджерів. Представлено перелік відповідних характеристик і способів їх кількісного вимірювання для створення емпіричної бази дослідження особистісного потенціалу працівників системи управління підприємством. Сформульовано і виконано перевірку гіпотези щодо оригінальності резервів розвитку особистісного потенціалу менеджерів різних колективів. На конкретному прикладі визначено критичні точки його розвитку і запропоновано способи їх ліквідації для забезпечення конструктивних змін у потенціалі управлінських колективів.

Ключові слова: *професійна мобільність, якість трудового життя, працівники системи управління, особистісний потенціал працівника, критичні точки розвитку.*

В статье обоснована целесообразность обеспечения надежности функционирования производственной организации в условиях усиления рисков бизнес-среды за счет развития профессиональной мобильности и качества трудовой жизни ее менеджеров. Представлен перечень соответствующих характеристик и способов их количественного измерения для создания эмпирической базы исследования личностного потенциала работников системы управления предприятием. Сформулирована и выполнена проверка гипотезы относительно оригинальности резервов развития личностного потенциала менеджеров разных коллективов. На конкретном примере определены критические точки его развития и предложены способы их ликвидации для обеспечения конструктивных изменений в потенциале управленческих коллективов.

Ключевые слова: *профессиональная мобильность, качество трудовой жизни, работники системы управления, личностный потенциал работника, критические точки развития.*

The article outlines the rationale for ensuring the reliability of the functioning of a production organization in the face of increasing business environment risks through the development of professional mobility and the quality of the work life of its managers. A list of corresponding characteristics and methods for their quantitative measurement is presented to create an empirical basis for researching the personal potential of workers in the enterprise management system. The hypothesis regarding the originality of reserves for the development of the personal potential of managers of different collectives is formulated and tested. On a concrete example, critical points of its development are defined and methods of their elimination are proposed to ensure constructive changes in the potential of management teams.

Key words: *professional mobility, quality of working life, employees of management system, personal potential of employee, critical points of development.*

Постановка проблеми. Сучасний стан українського суспільства вимагає підвищення уваги до наповнення його економічної підсистеми професійними кадрами, здатними ефективно працювати в умовах підвищеного ризику. Для вирішення цієї проблеми необхідно відійти від сприйняття людини на робочому місці як механізованого елементу складної раціональної системи до сприйняття її як особистості, що володіє унікальним сприйняттям світу і реагує на нього нестандартними вчинками. Така еволюція особливо актуальна для персоналу, зайнятого в системі управління підприємствами. Саме особистісний потенціал його професіоналізму здатний створити потужну силу протистояння нестандартним ситуаціям, формування і збереження здатності колективу підприємства адаптуватися до непередбачуваних змін, що останнім часом наповнюють бізнес-середовище. Ефективне використання особистісного потенціалу управлінського персоналу неможливе без комплексного оцінювання його фактичного стану і резервів розвитку, тому набуває актуальності методичне забезпечення такого оцінювання і його емпірична апробація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика професійної мобільності менеджерів, особистісного потенціалу, факторів і умов розвиту вже стала об'єктом уваги сучасних вчених. Серед відомих дослідників цього феномену варто відзначити М. Макарову, І. Іванову, Е. Кузнєцова, О. Кірдіну, М. Захарову [1–5] та ін. У роботах авторитетних учених визначаються зміст і сутність нових понять, наводяться аргументи щодо необхідності розвитку досліджень особистісного потенціалу менеджера з використанням міждисциплінарного підходу, надаються пропозиції щодо переліку діагностичних характеристик особистісного потенціалу. Незважаючи на значну кількість опублікованих праць та їх наукову цінність, залишається дискусійним та потребує подальших наукових досліджень та розвитку методичне забезпечення формулювання нових гіпотез і емпіричної перевірки їх на прикладі конкретних колективів.

Постановка завдання. Метою дослідження є перевірка можливостей визначення унікальних резервів розвитку професійної мобільності й якості трудового життя працівників системи управ-

ління підприємством з урахуванням їх особистісного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринкове середовище функціонування підприємств вимагає своєчасної діагностики резервів розвитку особистісного потенціалу його менеджерів і практичного їх використання. Огляд відповідної літератури [6–13] створив підстави визначення змісту гіпотези дослідження, формування переліку характеристик особистісного потенціалу, професійної мобільності й якості трудового життя управлінців для експериментальної перевірки нової гіпотези через анкетування.

Зміст гіпотези: кожний колектив підрозділів системи управління підприємством володіє унікальними резервами розвитку особистісного потенціалу, професійної мобільності й якості трудового життя своїх працівників.

Для перевірки на основі анкетування гіпотези було створено проект системи даних із виділенням у ній трьох підсистем. У першій підсистемі зосереджено характеристики особистісного потенціалу працівника, до яких внесено оцінки підприємливості респондентів, їх толерантності (прихильності організації), довіри до колег і керівників підрозділу, в якому вони працюють. Друга підсистема даних об'єднала оцінки соціально-психологічного клімату колективу, а також оцінки мотивів трудової активності управлінського персоналу, способів активізації його трудової поведінки. У третій підсистемі представлені оцінки працівниками системи управління підприємством професійної мобільності й якості трудового життя.

Перевірка конструктивності гіпотези здійснена на прикладі двох колективів реального публічного акціонерного товариства (ПАТ). Респондентами були члени правління товариства і менеджери експериментального заводу (машинобудівна галузь), що входить до його складу. У першому колективі обстеженням охоплено 59 респондентів, у другому – 82.

Всі анкети передбачали використання п'ятиінтервальної шкали оцінювання характеристик, де 5 балів визначали її найвищий рівень розвитку. При цьому респондентам пропонувалося виконувати оцінку фактичного, бажаного стану характеристики і можливостей досягнення бажаного стану.

У табл. 1-8 надано конкретні оцінки (середньо-арифметичні значення) двома колективами характеристик кожної групи даних і результати їх аналізу. (Примітка: в чисельнику табличних оцінок представлені оцінки членів правління ПАТ, у знаменнику – їх оцінки працівниками системи управління заводу.) У табл. 1 представлено оцінки підприємливості менеджерів.

Дані табл. 1 засвідчують високий рівень підприємливості і членів правління товариства, і менеджерів експериментального заводу. Тобто обидва колективи мають важливий потенційний резерв унікального реагування на унікальні кризові ситуації.

Важливою характеристикою особистісного потенціалу працівників системи управління є їх толерантність (прихильність). Ця риса менеджерів значною мірою гарантує якісне виконання ними обов'язків в умовах ризику. Оцінки трьох рівнів

Таблиця 1

Результати діагностики підприємливості менеджерів

Характеристики підприємливості	ф	б	М
Я не боюся відповідальності	4,47	4,78	4,58
	4,62	4,56	4,49
Я спокійно аналізую будь-які ситуації	4,11	4,68	4,47
	4,41	4,82	4,41
Я вмію переконувати людей	4,06	4,62	4,36
	4,28	4,69	4,44

Умовні позначення у цій таблиці і всіх наступних: ф – оцінка фактичного стану, б – оцінка бажаного стану, м – оцінка можливостей досягнення бажаного стану характеристики.

Таблиця 2

Результати діагностики толерантності управлінського персоналу

Характеристики толерантності	ф	б	м
Вимушена: Я не завжди задоволений роботою в організації,але боюся безробіття	3,61	3,08	2,97
	4,15	4,46	4,33
Нормативна: Навіть моє тимчасове безробіття сильнопогіршить матеріальний стан сім'ї	4,25	2,97	2,89
	4,51	4,41	4,13
Емоційна: Я пишаюся тим, що працюю у цій організації	4,39	4,95	4,19
	4,59	4,85	4,74

толерантності (вимушеної, нормативної й емоційної), подані в табл. 2, свідчать, що члени правління ПАТ фактично орієнтовані на нормативну і трохи більше – на емоційну прихильність. Менеджерів заводу турбує вимушений і нормативний рівні прихильності. Таку різницю можна пояснити тим, що правління знаходиться на території міста Харкова. у місті легше знайти варіанти робочих місць на ринку праці. Завод знаходиться на території селища, де роботу знайти набагато складніше.

Важливою характеристикою особистісного потенціалу працівника системи управління є рівень довіри, яку він відчуває відносно перспектив реалізації своїх здібностей (табл. 3).

Аналіз оцінок, поданих у табл. 3, свідчить про необхідність упровадження і правлінням ПАТ, і керівниками заводу заходів із посилення довіри. Члени правління, на жаль, не вважають, що в колективі всі виконують якісно свої обов'язки й обіцянки. На заводі дві останні характеристики довіри отримали оцінки вищі за 4 бали. Це свідчить про більш конструктивні відносини керівництва заводу з підлеглими, ніж правління ПАТ.

У другій групі характеристик особистісного потенціалу професійної мобільності менеджерів діагностувалися: соціально-психологічний клімат колективу, система мотивів трудової активності управлінського персоналу, способи активізації його трудової поведінки.

Порівняння даних табл. 4 показує, що члени правління ПАТ відчувають себе частиною колективу. Водночас їх непокоїть невисокий рівень визнання особистісного внеску в роботу й обмеженість контактів із вищим керівництвом. По заводу всі характеристики соціально-психологічного клімату позитивні. Керівництву лише доцільно звернути увагу на фактичну оцінку особистого внеску (4 бали). При цьому колектив бажає підняти оцінку до 4,7 балів і бачить можливості таких заходів (їх оцінка – 4,4 бали). Ймовірність позитивного ефекту таких заходів висока.

У табл. 5 представлено оцінки восьми варіантів мотивації трудової поведінки працівників. Звертає на себе увагу, по-перше, невисока оцінка неформальних стосунків між членами правління, по-друге – відсутність бажання розвивати професійні горизонтальні зв'язки між підрозділами. Така ситуація негативно впливає на згуртованість колективу, розвиток конструктивних ділових комунікацій між відділами організаційної структури управління.

За оцінками способів мотивації професійної мобільності працівників заводу (табл. 5) можна зробити висновок про низький рівень делегування вищим керівництвом повноважень підлеглим. Члени цього колективу невисоко оцінили неформальні стосунки в колективі. Практично вони не розуміють таку мотивацію трудової поведінки, як горизонтальна кар'єра. Однак практика свідчить, що саме вона забезпечує надійність і глибину професійних знань. Можна зробити висновок, що в обох колективах доцільно для вирішення цієї проблеми організувати спеціальні тренінги. Відчувається різниця в сприйнятті колективами таких мотиваторів трудової поведінки, як зарплата і контроль трудового процесу. Персонал заводу більше, ніж працівників системи управління ПАТ, турбують ці умови роботи.

Далі (табл. 7 і 8) представлено оцінки третьої групи характеристик особистісного потенціалу

Таблиця 3

Результати діагностики довіри управлінського персоналу

Характеристики довіри	ф	б	м
Я повністю довіряю колегам і керівництву	3,83	4,59	3,72
	3,92	4,72	4,44
Я вважаю, що в колективі всі виконують якісно свої обов'язки й обіцянки	3,94	4,86	4,06
	4,38	4,77	4,44
Я вважаю, що керівництво опікується проблемами підлеглих	3,72	4,81	4,14
	4,10	4,82	4,54

Таблиця 4

Результати діагностики соціально-психологічного клімату в колективі управлінського персоналу

Діагностичні характеристики соціально-психологічного клімату в колективі	ф	б	м
Я відчуваю себе частиною колективу	4,17	4,73	4,36
	4,69	4,92	4,82
Я отримую визнання за особистий внесок у роботу колективу	3,83	4,84	4,06
	4,05	4,69	4,38
Керівництво відкрите для контактів зі мною	3,86	4,84	4,14
	4,33	4,77	4,62

Таблиця 5

Результати діагностики способів мотивації трудової поведінки управлінського персоналу

Мотиватори професійної активності	ф	б	м
Можливість постійного поповнення знань	4,64	4,92	4,31
	4,21	4,44	4,44
Практичне використання знань	4,36	4,81	4,03
	4,62	4,74	4,74
Самоменеджмент, самоорганізація	4,25	4,62	4,03
	3,77	3,92	3,92
Неформальні стосунки в колективі	3,42	4,43	3,69
	3,77	4,05	3,87
Горизонтальна кар'єра	3,03	3,03	2,56
	3,67	3,74	3,67
Моральний клімат у колективі	4,00	4,54	3,78
	4,13	4,64	4,72
Зарплата	4,64	4,92	4,31
	3,95	4,54	4,46
Контроль трудового процесу	4,36	4,81	4,03
	3,69	3,87	3,72

Таблиця 7

Діагностика професійної мобільності управлінського персоналу

Характеристики професійної мобільності персоналу	ф	б	м
Моя діяльність пов'язана з творчістю	3,67	3,95	3,61
	3,33	3,51	3,41
Мені приходиться ризикувати по роботі	3,72	3,08	2,92
	3,95	3,64	3,69
У мене є ідеї вирішення складних ситуацій по роботі	4,47	4,35	3,67
	4,44	4,72	4,49
Я часто звертаюся до літератури (Інтернету) для вирішенняпроблем по роботі	4,31	4,14	4,14
	3,59	4,00	3,92
Я звертаюся за порадами до колег у разі складних ситуацій	4,25	3,97	3,64
	4,74	4,69	4,62
Я звертаюся за порадами до керівника у разі складнихситуацій	4,19	4,32	3,94
	4,72	4,90	4,72
Я згодний на збільшення обов'язків по роботі	4,28	411	3,89
	4,54	4,59	4,49
Я вчу нових працівників азам роботи	4,28	4,46	4,25
	4,62	4,72	4,56
Я пропоную варіант вирішення проблем керівнику	4,42	4,32	3,92
	4,31	4,38	4,28

управлінського персоналу колективів: професійної мобільності й якості трудового життя.

Інформація, подана в табл. 7, свідчить, що обидва колективи потребують більш детального аналізу резервів розвитку професійної мобільності. По-перше, і в системі правління ПАТ, і на заводі не створено умови прийняття творчих рішень. Ця ситуація може бути зумовлена змістом посадових інструкцій, які жорстко вимагають дотримання переліку і змісту представлених у них компетенцій. Керівництво чітко стандартизує посадові інструкції й уважає, що їх умови за змістом і якістю достатні для того, щоб персонал виконував своєчасно та ефективно свої професійні функції. Однак і перший, і другий колективи показали відповідями на запитання анкети, що в їх роботі часто з'являються важкі ситуації. Саме вони вимагають творчості і виходу за межі інструкцій, надання права персоналу долати важкі кризові ситуації, використовуючи досвід, а інколи й інтуїцію.

Якість трудового життя є важливим критерієм і резервом активізації трудової поведінки інформаційно перевантаженого персоналу, зайнятого в сфері «людина – людина». Ця характеристика робочого місця поки що мало використовується, офіційно не має методичного забезпечення. Для практичного використання оцінок якості трудового життя працівників необхідно узгодити їх перелік і зміст із особливістю функціональних обов'язків, режимом роботи, віковою структурою колективу та

Таблиця 8

Діагностика якості трудового життя управлінського персоналу

Характеристики якості трудового життя	ф	б	м
Соціальне забезпечення	3,56	4,78	3,72
	3,54	4,62	4,49
Діяльність профспілки	3,89	4,86	4,11
	3,54	4,31	4,23
Сучасна оргтехніка	3,81	4,84	4,17
	3,08	4,13	4,03
Можливість саморозвитку, самореалізації	3,69	4,51	3,89
	3,97	4,49	4,28
Збагачення змісту праці	2,92	3,59	3,14
	3,21	3,59	3,49
Солідарність колективу	3,92	4,73	3,89
	4,28	4,77	4,62
Взаємна повага гідності	3,81	4,73	4,08
	4,41	4,74	4,51
Заохочення освіти персоналу	3,81	4,84	4,03
	3,85	4,44	4,31
Об'єктивність атестації кадрів	3,36	4,43	3,69
	3,90	4,28	4,31
Відповідність оплати праці кваліфікації	3,14	4,68	3,78
	3,38	4,69	4,54
Справедливість премій і доплат	3,25	4,65	4,00
	3,33	4,64	4,49

іншими нестандартними умовами виконання професійних функцій на робочих місцях.

Аналіз табл. 8 показує, що і перший, і другий колективи не вважають якісним соціальне забезпечення і діяльність профспілок. Низький рівень розвитку має оргтехніка, якою користуються працівники. Керівництву слід звернути увагу на той факт, що персонал уважає необхідною наявність механізму заохочення розвитку його освіченості. Члени обох колективів уважають, що не відповідають критеріям справедливості оплата праці, рівень премій і доплат. Тривожить той факт, що і перший, і другий колективи не бажають збагачення змісту праці. Слід звернути увагу на створення умов для саморозвитку і самореалізації членів правління ПАТ.

Висновки з проведеного дослідження. Надійність функціонування виробничої організації в умовах посилення ризиків бізнес-середовища можна забезпечити за рахунок активізації професійної мобільності й удосконалення якості трудового життя її менеджерів. Результативність таких заходів забезпечується діагностикою і практичним використанням резервів розвитку особистісного потенціалу працівників системи управління підприємством. Практична цінність проведеного дослідження полягає у тому, що представлений у статті перелік відповідних характеристик такого потенціалу і способів їх кількісного вимірювання створює методичну базу емпіричного дослідження колективів інших виробничих організацій. Для підтримки високого рівня особистісного потенціалу працівників системи управління необхідно, по-перше, створити в організації відповідну робочу групу; по- друге, розробити концепцію перманентного розвитку особистісного потенціалу працівників системи управління; по-третє, створити нормативно-методичне й інформаційне забезпечення її практичної реалізації; по-четверте, організувати спеціальні освітньо-виховні заходи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Макарова М.Н. «Конец труда»: миф и реальность постиндустриализма. Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 1. С. 45–52.
2. Іванова І.В. Професіоналізація менеджменту: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 695 с.
3. Кузнєцов Е.А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні: автореф. дис. … д-ра екон. наук. Львів: Львівська комерційна академія, 2015. 48 с.
4. Кірдіна О.Г. Нові технології забезпечення професіоналізму менеджерів в умовах інноваційної економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2012. № 38. С. 267–270.
5. Захарова М.А., Карпачева И.А., Мезинов В.Н. Формирование профессиональной мобильности будущего специалиста сферы образования в условиях педагогической практики. Вестник Томского государственного педагогического университета. 2011. № 13. С. 218–225.

6. Личность профессионала в современном мире. Труды Института психологии РАН / Отв. ред. Л.Г. Дикая, А.Л. Журавлев. М.: Институт психологи РАН, 2014. 942 с.

7. Зеер Э.Ф., Морозова С.А., Сыманюк Э.Э. Профессиональная мобильность – интегральное качество субъекта инновационной деятельности. Педагогическое образование в России. 2011. № 5. С. 90–97.

8. Мустафин А.Ф., Савицкий С.К. Методика формирования профессиональной мобильности как инструмент обеспечения качества подготовки высококвалифицированных кадров. Знание. Понимание. Умение. 2010. № 4. С. 196–198.

9. Батюк Б.Б., Диндин М.Л. Формування особистості менеджера в управлінському середовищі. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Ґжицького. 2011. Т. 13. № 3. С. 28–31.

10. Зонова О.В. Систематизация эволюционных подходов к понятию «качество трудовой жизни»: хронологическая и логическая взаимосвязь. Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». 2011. № 2. С. 158–164.

11. Зарыпова А.А. Качество трудовой жизни. Челябинский гуманитарий. 2012. № 1. С. 26–29.

12. Сушенцева Л.Л. Формування професійної мобільності майбутніх кваліфікованих робітників у професійно-технічних навчальних закладах: теорія і практика: монографія; за ред. Н.Г. Ничкало; Інститут професійно-технічної освіти НАПН України. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2011. 439 с.

13. Дороніна М.С., Литовченко І.В., Михайленко Д.Г., Полубєдова А.О. Розвиток професійної компетентності управлінського персоналу : монографія. Харків: ІНЖЕК, 2014. 368 с.

REFERENCES:

1. Makarova M. N. (2007). “Konets truda”: mif i real'nost' postindustrializma [“The End of work”: Myth and reality of postindustrialism]. Economic sociology, vol. 8, no. 1, pp. 45–52.

2. Ivanova I. V. (2006). Profesionalizatsiia menedzhmentu [Professionalisation of management]. Kyiv: KNTEU. (in Ukrainian)

3. Kuznietsov E. A. (2015). Metodolohiia profesionalizatsii upravlinskoi diialnosti v Ukraini [Methodology of professionalisation of management activity in Ukraine] (D. Sc. Thesis). Lviv: Lviv Academy of Commerce.

4. Kirdina O. H. (2012). Novi tekhnolohii zabezpechennia profesionalizmu menedzheriv v umovakh innovatsiinoi ekonomiky [New technology ensuring the professionalism of managers in terms of innovation economy]. Bulletin of Economics of Transport and Industry, no. 38, pp. 267–270.

5. Zakharova M. A., Karpacheva I. A., Mezinov V. N. (2011). Formirovanie professional'noy mobil'nosti budushchego spetsialista sfery obrazovaniya v usloviyakh pedagogicheskoy praktiki [Formation of professional mobility of the future specialist in the sphere of education in the conditions of pedagogical practice]. Bulletin of Tomsk State Pedagogical University, no. 13, pp. 218–225.

6. Dikaya L. G., Zhuravlev A. L. (ed) (2014). Lichnost' professionala v sovremennom mire. Trudy Instituta psikhologii RAN [The personality of a professional in the modern world. Works of the Institute of Psychology of RAS]. Moscow: Institute of Psychology of RAS. (in Russia)

7. Zeer E. F., Morozova S. A., Symanyuk E. E. (2011). Professional'naya mobil'nost' – integral'noe kachestvo sub'ekta innovatsionnoy deyatel'nosti [Professional mobility – integral quality of the subject of innovation activity] Pedagogical Education in Russia, no. 5, pp. 90–97.

8. Mustafin A. F., Savitskiy S. K. (2010). Metodika formirovaniya professional'noy mobil'nosti kak instrument obespecheniya kachestva podgotovki vysokokvalifitsirovannykh kadrov [Method of formation of professional mobility as an instrument of quality assurance of training of highly qualified personnel]. Knowledge. Understanding. Ability, no. 4, pp. 196–198.

9. Batiuk B. B., Dyndyn M. L. (2011). Formuvannia osobystosti menedzhera v upravlinskomu seredovyshchi [The formation of the personality of the manager in the management environment]. Research Bulletin of the University of veterinary medicine and biotechnology name after Gzhytskyi, vol. 13, no. 3, pp. 28–31.

10. Zonova O. V. (2011). Sistematizatsiya evolyutsionnykh podkhodov k ponyatiyu “kachestvo trudovoy zhizni”: khronologicheskaya i logicheskaya vzaimosvyaz' [Systematization of evolutionary approaches to the concept of “quality of working life”: chronological and logical relationship]. Bulletin of Voronezh State University. Ser.: Economics and Management, no. 2, pp. 158–164.

11. Zarypova A. A. Kachestvo trudovoy zhizni (2012). [Quality of working life]. Chelyabinsk humanitarian, no. 1, pp. 26–29.

12. Sushentseva L. L. (2011). Formuvannia profesiinoi mobilnosti maibutnikh kvalifikovanykh robitnykiv u profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladakh: teoriia i praktyka [The formation of the professional mobility of future skilled workers in vocational educational institutions: theory and practice]. Kryvyi Rih: Publishing House. (in Ukrainian)

13. Doronina M. S., Lytovchenko I. V., Mykhailenko D. H., Polubiedova A. O. (2014). Rozvytok profesiinoi kompetentnosti upravlinskoho personal [The development of the professional competence of managerial staff]. Kharkiv: PH “INZhEK”. (in Ukrainian)

Doronin S.A.
Postgraduate Student
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ANALYSIS OF PROFESSIONAL MOBILITY AND QUALITY OF WORKING LIFE OF EMPLOYEES OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

Ukrainian society needs to increase its focus on filling its economic subsystem with professional managers able to work efficiently in a context of rising risk. The model of such a manager has not yet been created. To solve this problem, existing variants of human models need to be supplemented by a socially responsible conscious orientation of a person to form the aggregate workforce of the creative team, in which it operates. Critical analysis of the system of "person – individual – personality" shows that in the information-rich space, the consideration of a working person in the form of a personality will solve the problem of filling industrial organizations with professional managers. Their personal potential is capable of creating a powerful force of resistance to non-standard situations, adaptation to unforeseen changes in the business environment. The purpose of this study is to analyse the possibilities of identifying unique reserves for the development of professional mobility and the quality of working life of employees of the enterprise management system, taking into account their personal potential.

For the formulation of the hypothesis of the study, the result of the review of relevant publications of representatives of various scientific disciplines of the humanitarian cycle was used. Its final version has the form: each collective of units of the enterprise management system has unique reserves for the development of the personal potential of professional mobility and the quality of working life of its employees. To test the hypothesis, a system of information from three subsystems based on the questionnaire was used to estimate the characteristics of the development of the personal potential of members of two teams.

In the first subsystem, the characteristics of the individual personal potential of the employee are concentrated, which includes estimates of his enterprise, tolerance (commitment of the organization), trust in colleagues and heads of the unit in which he works. The second subsystem of information data combined the assessment of the socio-psychological climate of the team, as well as assessing the motives of the work activity of management personnel, ways to intensify his work behaviour. The third subsystem presents assessments by employees of the enterprise management system for professional mobility and quality of working life.

The test of the constructive nature of the hypothesis is carried out on the example of two groups of a real public joint-stock company (PJSC). The respondents were board members of the company and managers of the experimental plant (machine-building industry), which is a part of its structure.

The results of the survey of the collectives showed the need for special measures to increase the positive influence of the personal potential of the members of the team on the development of their professional mobility and quality of working life.

Both teams to maintain a high level of personal potential are recommended, firstly, to create an appropriate working group in the organization for this, and secondly – to develop a concept for the permanent development of the personal potential of employees of the management system; thirdly, to create normative and methodological and informational support for its practical implementation, fourthly – to organize special educational activities.

ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ENERGY MANAGEMENT AS A BASIS FOR THE PROVISION OF ENERGY EFFICIENCY OF THE PRODUCTION ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

УДК 005:658.26

Запащук Л.В.
старший викладач кафедри економіки підприємства та менеджменту
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Статтю присвячено актуальним питанням реалізації дієвих механізмів управління енергетичною діяльністю підприємства, що дало б змогу сформувати умови для раціонального застосування енергетичних ресурсів. Досліджено сутність, роль, значення енергоменеджменту, його функції та завдання, які мають бути вирішені для забезпечення енергоефективності виробничої діяльності. Розглянуто особливості та переваги впровадження енергоменеджменту порівняно з традиційним процесом управління енерговикористанням. Визначено мету та завдання енергоаудиту як основної функції енергоменеджменту в сучасних умовах.

Ключові слова: *енергоменеджмент, енергоефективність, енергоаудит, виробнича діяльність, системний підхід, підприємство.*

Статья посвящена актуальным вопросам реализации действенных механизмов управления энергетической деятельностью предприятия, что позволило бы сформировать условия для рационального применения энергетических ресурсов. Исследованы сущность, роль, значение энергоменеджмента, его функции и задачи, которые должны быть решены для обеспечения энергоэффективности производственной деятельности. Рассмотрены особенности и преимущества внедрения энергоменеджмента по сравнению с традиционным процессом управления энергопотреблением. Определены цель и задачи энергоаудита как основной функции энергоменеджмента в современных условиях.

Ключевые слова: *энергоменеджмент, энергоэффективность, энергоаудит, производственная деятельность, системный подход, предприятие.*

The article is devoted to topical issues of implementing effective mechanisms for managing the enterprise's energy activity, which would allow creating conditions for the rational use of energy resources. The nature, role, importance of energy management, its functions and tasks that must be solved to ensure the efficiency of their production activities are explored. The features and benefits of the implementation of energy management compared to the traditional process of energy management are described. The purpose and objectives of the energy audit as a core function of energy management in modern conditions are defined.

Key words: *energy management, energy efficiency, energy audit, production activity, system approach, enterprise.*

Постановка проблеми. Серед актуальних проблем, що стоять перед промисловими підприємствами України, варто виділити забезпечення енергозбереження та енергоефективності виробництва. Нераціональне енергоспоживання, техніко-технологічна відсталість підприємств, а також постійне зростання цін на всі види традиційної енергії спричиняють високу енергомісткість продукції та низьку її конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Водночас це негативно відображається на виробничо-господарських та фінансових показниках діяльності підприємств.

Наведені проблемні питання, а також багатоаспектність впливу процесів споживання паливно-енергетичних ресурсів вітчизняними суб'єктами господарювання і широке коло зацікавлених в їхній діяльності сторін зумовлюють актуалізацію впровадження на вітчизняних промислових підприємствах системи енергоменеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні дослідження у сфері енергозбереження і, зокрема, в енергетичному менеджменті здійснювали таки науковці, як: Ю.В. Дзядикевич, М.В. Буряк, Р.І. Розум [1], А.В. Праховник, Є.М. Іншеков, Є.А. Штогрин [2], Д.В. Зеркалов [3], С.П. Денисюк, О.В. Бориченко [4], В.А. Жовтянський, М.М. Кулик, Б.С. Стогній [5], В.В. Джеджула, Т.В. Сердюк та ін.

Незважаючи на велику кількість науково-методичних розробок у цій сфері, залишаються актуальними питання щодо визначення важливості, сутності і елементів системи енергоменеджменту промислових підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних аспектів упровадження системи енергетичного менеджменту як дієвого інструментарію у сфері забезпечення енергоефективності виробничої діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Завдання переходу української економіки на шлях інноваційного та енергоефективного розвитку вимагає створення на всіх рівнях управління умов і механізмів для підвищення енергетичної ефективності та енергозбереження [5].

Забезпечення енергоефективності виробничої діяльності промислового підприємства є завданням першорядної важливості, зумовленої вимогами модернізації економіки, прискоренням науково-технічного прогресу, вимогами соціально-економічного розвитку, необхідністю поліпшення стану навколишнього середовища.

Сьогодні в країнах ЄС енергоефективність досягається переважно не за рахунок упровадження нових енергозберігаючих технологій, а за рахунок змін у методах і способах управління. При цьому енергоефективність розглядається як вико-

ристання паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) із використанням такого обладнання і технологій, які за наявного рівня розвитку техніки та дотримання вимог до охорони навколишнього середовища забезпечують максимальну конкурентоспроможність і стійкість розвитку компанії [6, с. 12].

Забезпечення та підвищення енергоефективності досягається за рахунок реалізації системи законодавчих, правових, організаційних, технічних, економічних, наукових та інформаційних заходів, які спрямовані на ефективне використання енергетичних ресурсів і поліпшення стану навколишнього середовища, що являють собою механізм енергозбереження. При цьому процес раціонального енергоспоживання доцільно розглядати в межах функціонування системи енергетичного менеджменту підприємства.

Енергетичний менеджмент – нова галузь знань і досвіду людини, бурхливе формування якої спостерігається сьогодні. Народившись у розвинутих країнах Західної Європи, США та Японії в 70-х роках XX ст. як шлях до подолання енергетичної кризи та побудови енергоефективної економіки, ця нова самостійна система знань дуже активно розвивається практично в усіх країнах світу. Вона є синтезом гуманітарних та технічних знань і досвіду, тобто енергетичний менеджмент формується на перехресті менеджменту та технологій [7, с. 22].

Розвиток та формулювання енергетичного менеджменту в Україні триває більш ніж півтора десятиліття, однак сьогодні ще немає остаточного загальноприйнятого розуміння енергетичного менеджменту як науки, як виду діяльності, а також як однієї з конкретних функцій менеджменту.

Останні дослідження і публікації, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми, дають різні тлумачення поняття «енергетичний менеджмент», Наведемо деякі з них. Енергетичний менеджмент є методологічною наукою з практичним інструментом для таких потреб [2]:

1) здійснення процесу управління використанням енергії, а саме – цілеобґрунтування, планування, організації дій, координування, обліку та контролю для оптимального (найбільш раціонального) використання всіх видів і форм енергії у разі доцільного забезпечення потреб організації і мінімального негативного впливу на навколишнє середовище, за умов як найкращого використання ресурсного потенціалу об'єкта енерговикористання;

2) керівництва персоналом, який займається управлінням енерговикористанням для досягнення високої енергоефективності, ґрунтуючись на матеріальних і фінансових ресурсах організації.

Енергетичний менеджмент – це управлінська і технічна діяльність персоналу об'єкту господарювання, що спрямована на раціональне використання енергії з урахуванням соціальних, технічних, економічних і екологічних аспектів. Основною метою енергоменеджменту є забезпечення ефективних шляхів реалізації енергозберігаючої стратегії суб'єкту господарювання [1, с. 8].

Під енергоменеджментом розуміють системний підхід до досягнення цілей поліпшення енергетичної діяльності на основі енергетичної політики, процесів і процедур; це постійно діюча система організації, управління та керівництва енергоспоживанням підприємства [6, с. 5].

Однак необхідно відзначити, що наведені визначення не відображають економічного аспекту енергоменеджменту. В умовах ринкової економіки основною метою енергетичного менеджменту має бути отримання прибутку за рахунок раціонального та ефективного використання ПЕР на вироблення одиниці продукції, надання послуг або виконання робіт, і тому енергетичний менеджмент – вид діяльності, змістом якої є цілеспрямований вплив на працівників організації для координування їхніх дій для досягнення однієї з поставлених перед організацією цілей – збільшення прибутку шляхом підвищення ефективності використання ПЕР за одночасного зниження собівартості випущеної продукції. При цьому мета енергетичного менеджменту – підвищення ефективності використання організацією ПЕР за збільшення прибутку організації. Іншими словами, енергетичний менеджмент як вид діяльності націлений на підвищення ефективності використання організацією залучених із зовнішнього середовища ПЕР, тобто на зниження витрат різних видів палива й енергії на виготовлення одиниці продукції, а отже, на досягнення завдяки цьому в кінцевому розумінні однієї з основних цілей, що стоять перед організацією в ринкових умовах господарювання – збільшення прибутку [8, с. 149].

Таким чином, зміст поняття «енергетичний менеджмент» полягає у такому:

– включає в себе системний підхід до досягнення цілей для поліпшення енергетичної діяльності на основі енергетичної політики, процесів і процедур;

– має постійно діючу систему організації, управління та керівництва енергоспоживанням підприємства;

– поєднує в собі як управлінські, так і технічні аспекти;

– являє собою систему управління, яка спрямована на забезпечення раціонального використання споживачами ПЕР;

– передбачає вирішення оптимізаційного завдання управління енергопроцесами, метою якого є зниження собівартості продукції та збільшення прибутку.

Якщо розглядати менеджмент як систему, то енергетичний менеджмент є однією із складників

цієї системи, компонентами якої є також: виробничий менеджмент, інноваційний менеджмент, фінансовий менеджмент, маркетинговий менеджмент, стратегічний менеджмент та ін.

Енергетичний менеджмент складник менеджменту підприємства можна інтерпретувати [1]:

– як управлінські дії, спрямовані на забезпечення ефективного функціонування енергетичної системи підприємства та досягнення його цілей;

– як управління здійснюваними на підприємствах процесами розподілу та використання енергоресурсів, що забезпечують виробництво запланованих обсягів продукції (послуг);

– як прийняття управлінських рішень та контроль їх реалізації, що забезпечують ефективне використання енергетичних ресурсів.

Основними функціями енергетичного менеджменту, як і в менеджменті у цілому виступають:

– планування енерговикористання – процес пізнання об’єктивних причинно-наслідкових зв’язків між енергетичним та іншими чинниками виробництва шляхом їх моделювання на певний період;

– організація енерговикористання – процес поділу, групування та координації робіт, видів діяльності та ресурсів для досягнення поставлених цілей енерговикористання;

– мотивація енерговикористання – сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до енергоощадної діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають їй спрямованості, орієнтованої на досягнення цілей організації стосовно ефективного енерговикористання;

– енергетичний контроль (енергоаудит) – контрольна діяльність на підприємстві для забезпечення якісного аналізу та енергетичної оцінки функціонування енергосистеми.

Управлінською діяльністю у сфері ефективного енерговикористання повинні займатися спеціально підготовлені для цього фахівці – енергетичні менеджери.

Енергетичний менеджер – фахівець, який професійно займається управлінською діяльністю у сфері енерговикористання виробничо-господарської організації, а енергетичні менеджери – категорія працівників, завданням яких є планування, організування, мотивування і контролювання, а також прогнозування і координування (регулювання) дій інших членів організації для досягнення поставлених перед організацією цілей шляхом підвищення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів [8, с. 151].

С.П. Денисюк [6, с. 5] уважає, що «енергоменеджер – це самостійний вид професійної діяльності, спрямований на досягнення в ході будь-якої господарської діяльності підприємства (організації), що діє в ринкових умовах, зниження витрат шляхом підвищення енергетичної ефективності; це спеціаліст з управління енергетичними потоками, що повинен ураховувати екологічні, економічні та соціальні аспекти під час прийняття рішень щодо раціонального використання природних ресурсів для сприяння ефективному розвитку енергетичного сектора підприємства».

Фахівець з енергетичного менеджменту – це високопрофесійний спеціаліст, який повинен володіти інженерними знаннями, методами аналізу та ефективного управління виробничими процесами, передачі і перетворення енергії, мати навички проведення енергетичного аудиту, виявляти і ліквідувати причини втрат енергії, забезпечувати підвищення енергетичної ефективності у суспільному виробництві, управляти проектами енерговикористання [4, с. 14].

Таким чином, для здійснення своєї діяльності в галузі енергозбереження фахівець-енергоменеджер повинен володіти різнобічними знаннями, зокрема і в галузі енергетики, інженерних наук і технології, економіки, екології, менеджменту, тобто бути універсальним компетентним спеціалістом.

Нині для вітчизняних підприємств дуже актуальним і важливим є створення професійної служби енергоменеджменту для забезпечення досягнення запланованих ефектів енергозбереження.

Для того щоб сформулювати завдання управління, необхідно визначити його компоненти: об'єкт управління; його мету і критерії; керуючі впливи; обмеження на процес управління; некеровані впливи на об'єкт; засоби управління. Ці складники процесу управління представлені на рис. 1.

Об'єктом управління є промислове підприємство у цілому, окремі його підрозділи, паливо- й енергоспоживаючі агрегати, а також персонал підприємства, діяльність якого пов'язана з питаннями ефективності використання ПЕР, експлуатацією, ремонтом і технічним обслуговуванням устаткування.

Метою управління є мінімізація питомого споживання ПЕР у розрахунку на одиницю продукції (послуг):

$$\frac{E}{P} \rightarrow \min, \qquad (1)$$

де P – обсяг виробництва (послуг) за звітний період у натуральних показниках;

E – споживання ПЕР за звітний період у т. у. п.

Формулу (1) зручно використовувати як оперативний критерій енергоефективності на відносно коротких проміжках часу (доба, зміна, тиждень, місяць). Недоліком цього критерію є те, що він не враховує витрати на реалізацію енергозберігаючих заходів, тому поряд із критерієм (1) для оцінки ефективності процесу управління енергоспоживанням підприємства на тривалих проміжках часу, протягом якого вкладаються

Рис. 1. Структурна схема системи енергоменеджменту як завдання управління [1, с. 15]

певні фінансові ресурси доцільно використовувати сумарні витрати, які містять у собі як капітальні витрати на енергозберігаючі заходи, так і експлуатаційні витрати, пов'язані з оплатою за енергоносії:

$$З \to \min \qquad (2)$$

Керуючі впливи містять у собі впливи безпосередньо на устаткування і впливи на технічний персонал. Керуючі впливи на устаткування – це: оптимізація режимів експлуатації; технічне обслу-

говування; ремонтне обслуговування; модернізація чи повна заміна устаткування.

На технічний персонал можна впливати шляхом матеріального і морального стимулювання, а також шляхом підвищення його кваліфікації.

Будь-який процес управління, зокрема розглянутий у цій роботі процес управління споживанням ПЕР на промисловому підприємстві, пов'язаний із певними обмеженнями. У загальному випадку необхідно брати до уваги обмеження планово-виробничого, фінансового, екологічного, технічного і нормативно-правового характеру.

Основним обмеженням планово-виробничого характеру є реальний рівень завантаження підприємства, що визначається наявністю замовлень і збуту продукції. Фінансові обмеження, як правило, не дають змоги повною мірою реалізувати наявний на підприємстві потенціал енергозбереження, тому конкретні розрахунки необхідно виконувати виходячи з визначеної обмеженої суми фінансування енергозберігаючих заходів. Екологічні вимоги накладають усе більш жорсткі обмеження на обсяги та хімічний і фізичний склад продуктів згоряння палива, забруднення води і тверді відходи, що є неминучими супутниками практично будь-якого промислового виробництва. Як правило, екологічні обмеження є додатковим спонукальним мотивом щодо ефективного використання ПЕР. Технічні обмеження можуть бути пов’язані, зокрема, з виконанням вимог безпеки і надійності.

Некеровані впливи на об'єкт варто розглядати як причину зниження ефективності використання ПЕР у розглянутому об'єкті управління. Ці некеровані впливи не можуть бути цілком виключені, але мають бути скомпенсовані відповідними керуючими впливами. Власне кажучи, необхідність упровадження СЕМ і зумовлена наявністю некерованих впливів. Усі некеровані впливи можна розділити на три групи: зовнішні, внутрішні, моральне старіння устаткування. Прикладами зовнішніх впливів є зміна температури навколишнього повітря, якості палива і сировини, що надходять. Прикладами внутрішніх впливів є порушення теплоізоляції, газощільності, зовнішнє і внутрішнє забруднення поверхонь нагрівання, тощо.

Моральне старіння устаткування пов'язане з появою нових зразків техніки і з погіршенням відносних техніко-економічних показників раніше встановленого устаткування.

Засоби управління включають адміністративно-організаційні, технічні та програмно-методичні. Адміністративно-організаційні засоби – це організаційні схеми, накази, посадові інструкції, положення про матеріальне стимулювання працівників і підрозділів, а також заходи щодо підвищення кваліфікації. До технічних належать такі: вимірювання обчислювальної техніки, передачі інформації, автоматизація енергетичних і технологічних процесів. Слід зазначити, що за рівнем розвитку технічні засоби істотно випереджають програмно-методичні й адміністративно-організаційні засоби.

Широке застосування енергоменеджменту сприяє більш ефективному використанню наявних ПЕР, зростанню конкуренції та зменшенню викидів та інших впливів на навколишнє середовище.

У роботі [6, с. 29] досліджено принципові розбіжності між традиційним управлінням енерговикористанням і енергетичним менеджментом, які визначають переваги та особливості останнього (табл. 1).

Розглянемо деякі особливості впровадження системи енергетичного менеджменту в діяльність вітчизняних промислових підприємств.

Підприємство повинно мати сформульовані та задокументовані цілі, завдання і плани дій на певні періоди. Цілі та завдання повинні бути контрольовані і, як правило, мати кількісне відображення відносно базового періоду. Також однією з функцій ефективного енергоменеджменту є контроль над використанням енергоресурсів, який включає й енергетичний аудит, що передбачає визначення ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів та розроблення рекомендацій щодо її поліпшення.

Метою енергетичного аудиту є сприяння суб'єктам господарської діяльності у визначенні своєї політики з енергозбереження, ефективності використання ПЕР, потенціалу енергозбереження, надання допомоги в розробленні науково обґрунтованих норм та нормативів питомих витрат, енергобалансів, розробленні заходів з енергозбереження, їх фінансовій оцінці та оцінці впливу на екологію.

Завданнями енергетичного аудиту є [3, с. 103]:

– аналіз енергоспоживання для кожного виду енергії та надання рекомендацій щодо використання тих чи інших тарифів на споживання ПЕР;

– аналіз витрат коштів на ПЕР у собівартості продукції;

– аналіз енергоспоживання в окремих технологічних процесах, підрозділах та

за типами обладнання;

– оцінка ефективності використання ПЕР, аналіз їх фактичних витрат і порівняння з діючими нормами та нормативами, підготовка пропозицій щодо їх зменшення;

– аналіз утрат ПЕР на об'єкті енергоаудиту;

– перевірка функціонування (впровадження) системи енергетичного менеджменту на об'єкті;

– формування переліку шляхів та засобів економії витрат ПЕР на об'єкті;

– розроблення заходів з енергозбереження з їх техніко-економічним обґрунтуванням.

Організовувати енергетичний аудит необхідно згідно з міжнародними стандартами ISO або євро-

Таблиця 1

Результати порівняння традиційного управління енерговикористанням та енергетичного менеджменту [6, с. 29]

Традиційне управління енерговикористанням	Енергетичний менеджмент
Обов'язкова діяльність, зумовлена вимогами законодавства (державного енергетичного контролю).	Ініціативна і добровільна у своїй основі діяльність, зумовлена рішеннями керівництва підприємства і здебільшого є доповненням до вимог законодавства.
Відсутність на підприємстві чітко сформульованих, взаємозалежних і документованих енергозберігаючої політики, цілей і завдань.	В основі енергоменеджменту лежать чітко сформульовані, взаємозалежні і документовані політика, цілі та завдання.
Перевага зовнішніх нормативів щодо енергоспоживання.	Перевага внутрішніх, самостійно встановлених підприємством нормативів щодо енергоспоживання.
Планування економії енергоресурсів по окремих підрозділах, як правило, економічно неефективно для підприємства.	Менеджмент безпосередньо взаємопов'язаний із можливістю отримання значних прямих і, головним чином, непрямих економічних ефектів (наприклад, під час інвестицій у виробництво).
Переважно здійснюється відповідальними фахівцями. Керівництво підприємства та персонал у цілому, як правило, не беруть активної участі.	Важливий результат можливо отримати тільки за умови активного свідомої участі керівництва підприємства та персоналу в цілому.
Здійснюється строго в рамках посадових обов'язків та інструкцій.	Значною мірою визначається ініціативою й особистою зацікавленістю енергоменеджера та персоналу в результатах діяльності.
Організація діяльності практично не змінюється і не вдосконалюється в часі.	Діяльність систематично коригується, доповнюється і вдосконалюється з року в рік.
Пріоритет для окремих високозатратних заходів і дій.	Пріоритет для численних безвитратних і малозатратних заходів і дій.
Практична доступність планів і результатів діяльності для більшості зовнішніх зацікавлених осіб і сторін.	Постійна активна демонстрація планів і результатів діяльності всім зацікавленим особам і сторонам.
Нехтування негативними результатами діяльності. Боязнь і замовчування негативних результатів.	Цінність негативних результатів. Відкрита демонстрація окремих негативних результатів діяльності нарівні з позитивними результатами.
Відсутність будь-якої зовнішньої незалежної оцінки (енергоаудиту) організації діяльності та досягнутих результатів.	Енергоаудит (оцінка організації діяльності та досягнутих результатів третьою стороною) є невід'ємною складовою частиною будь-якої системи енергетичного менеджменту.
Відносна легкість імітації та фальсифікації ефективної діяльності у сфері формального енергетичного управління.	Практична недоцільність імітації та фальсифікації ефективної діяльності у сфері енергетичного менеджменту.

пейськими стандартами EMAS, тому що тільки такий енергетичний аудит визначає ефективність роботи підприємства і результатів роботи зовнішнього енергоаудитора і може бути основою для отримання міжнародного сертифіката з енергетичної ефективності.

Стандарт ISO 50001 як один з інструментів енергоменеджменту допомагає створити основу для інтеграції енергоефективності у практику управління підприємством, більш ефективно використовувати наявні енергоактиви. Завдяки стандарту досягається прозорість у сфері управління енергетичними ресурсами, можна оцінювати пріоритетність упровадження нових енергозберігаючих технологій. Концептуальні засади стандарту ISO 50001 полягають у тому, що повинна впроваджуватися не програма заходів, а система менеджменту з механізмами проведення моніторингу, планування, аналізу, контролю та корегуючих дій.

Стандарт ISO 50001 призначений для [6, с. 27]: допомоги організаціям в більш ефективному використанні наявних енергоємних активів; забезпечення прозорості та спрощення інформування про раціональне використання енергетичних ресурсів; сприяння впровадженню найкращої практики управління енергетикою і стимулювання раціонального використання енергії; допомоги під час оцінки об'єктів і пріоритетності впровадження нових енергозберігаючих технологій; створення умов для підвищення енергоефективності в ланцюзі постачань; удосконалення енергетичного менеджменту в проектах зі скорочення викидів парникових газів; інтеграції з іншими системами управління організації, такими як якість (ISO 9001), екологічні системи (ISO 14001) та системи менеджменту охорони праці (OHSAS 18001).

Стандарт ISO 50001 створює основи для: інтеграції питань енергоефективності в загальну концепцію менеджменту організації і з іншими системами менеджменту; забезпечення більш ефективного використання енергетичних ресурсів; поліпшення документування та звітності, вимірю-

вання, порівняльного аналізу; зменшення негативного впливу на навколишнє середовище; впровадження передової практики енергоменеджменту та принципів поведінки; оцінки і призначення пріоритетів під час упровадження нових енергоефективних технологій; стимулювання енергоефективності протягом усього ланцюга поставок.

Виконання вимог стандартів ISO 50001 має цілу низку як прямих, так і непрямих вигод організаційного, фінансового та репутаційного характеру. Крім того, факт відповідності міжнародному стандарту відіграє не останню роль і в конкурентній боротьбі.

Завдяки впровадженню системи енергетичного менеджменту в усіх сферах діяльності відповідно до ISO 50001 можливо досягти таких ефектів:

– економічного – підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок зниження собівартості продукції;

– корпоративного – зміцнення корпоративної культури підприємства за рахунок залучення працівників усіх рівнів до процесу енергозбереження, єднання колективу для досягнення спільної мети;

– іміджевого – створення іміджу успішної, прогресивної та перспективнійкомпанії.

Висновки з проведеного дослідження. Забезпечення та підвищення ефективності виробничої діяльності промислових підприємств досягається не тільки за рахунок впровадження нових енергозберігаючих технологій, а й за рахунок змін у методах і способах управління. Система енергоменеджменту дає змогу оптимізувати витрати на енергетичні ресурси і постійно поліпшувати свою енергоефективність у цілому.

Основна ідея вирішення управлінської проблеми підвищення рівня енергоефективності полягає у послідовному застосуванні системного підходу до енергоменеджменту. Головною метою енергоменеджменту є скорочення витрат підприємства на виробництво продукції за рахунок зниження витрат на паливно-енергетичні та інші ресурси. Основними функціями енергоменеджменту є планування, організація, кадрове забезпечення, здійснення контролю, тобто енергетичний менеджмент включає функції управління, організації, розподілу обов'язків та відповідальність, процедури і ресурси, у тому числі фінансові, кадрові, матеріальні та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Енергетичний менеджмент / Ю.В. Дзядикевич, М.В. Буряк, Р.І. Розум. Тернопіль: Економічна думка, 2010. 295 с.

2. Введення в енергетичний менеджмент: підручник / А.В. Праховник, Є.М. Іншеков, Є.А. Штогрин. К.: НТУУ «КПІ», 2010. 272 с.

3. Зеркалов Д.В. Енергозбереження в Україні: монографія. К.: Основа, 2012. 582 с.

4. Денисюк С.П., Бориченко О.В. Теоретичні основи побудови систем енергетичного менеджменту в Україні. Енергетика: економіка, технології, екологія. 2015. № 1. С. 7–17.

5. Стратегія енергозбереження в Україні: Аналітично-довідкові матеріали у 2-х томах: Загальні засади енергозбереження / За ред. В.А. Жовтянського, М.М. Кулика, Б.С. Стогнія. К.: Академперіодика, 2006. Т. 1. 510 с.

6. Денисюк С.П. ISO 50001: цілі стандарту та перспективи його впровадження в Україні. URL: http://www.reee.org.ua/download/trainings/%D0%A2%D0%9C_3_ISO_50001.pdf

7. Праховник А.В., Іншеков Є.М. Визначенні термінів і одиниць виміру та аналіз енергетичної ситуації. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2006. Вип. 5(89). С. 22–30.

8. Зінь М.М., Підгайний Ю.Б. Роль і місце енергетичного менеджменту в системі конкретних функцій менеджменту підприємством. Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. 2013. № 1(78). С. 148–152.

REFERENCES:

1. Dziadykevych Yu. V., Buriak V. M., Rozum R. I. (2010) Enerhetychnyi menedzhment [Energy management]. Ternopil: Ekonomichna dumka. (in Ukrainian)

2. Prakhovnyk A. V, Inshekov Ye. M., Shtohryn Ye. A. (2010) Vvedennia v enerhetychnyi menedzhment [Introduction to energy management]. Kyiv: NTUU "KPI". (in Ukrainian)

3. Zerkalov D.V. (2012) Enerhozberezhennia v Ukraini. [Energy saving in Ukraine] Kyiv: Osnova. (in Ukrainian)

4. Denysiuk S. P., Borychenko O. V. (2015) Teoretychni osnovy pobudovy system enerhetychnoho menedzhmentu v Ukraini [Theoretical Basis for Building Energy Management Systems in Ukraine] Enerhetyka: ekonomika, tekhnolohii, ekolohiia, no. 1. pp. 7–17.

5. Zhovtianskyi V. A., Kulyk M. M., Stohnii B. S. (2006) Stratehiia enerhozberezhennia v Ukraini: Analitychno-dovidkovi materialy u 2-kh tomakh: Zahalni zasady enerhozberezhennia [Energy Saving Strategy in Ukraine: Analytical and Reference Materials in 2 volumes: General principles of energy saving]. Kyiv: Akademperiodyka. (in Ukrainian)

6. Denysiuk S. P. (2015) ISO 50001: tsili standartu ta perspektyvy yoho vprovadzhennia v Ukraini [ISO 50001: objectives of the standard and prospects for its implementation in Ukraine] Available at: http://www.reee.org.ua/download/trainings/%D0%A2%D0%9C_3_ISO_50001.pdf (accessed 28 March 2018).

7. Prakhovnyk A.V., Inshekov Ye. M. (2006) Vyznachenni terminiv i odynyts vymiru ta analiz enerhetychnoi sytuatsii [Definition of terms and units of measurement and analysis of the energy situation]. Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriia Ekonomika, vol. 5, no. 89, pp. 22–30.

8. Zin M. M., Pidhainyi Yu. B. (2013) Rol i mistse enerhetychnoho menedzhmentu v systemi konkretnykh funktsii menedzhmentu pidpryiemstvom [The role and place of energy management in the system of specific functions of enterprise management]. Visnyk KrNU imeni Mykhaila Ostrohradskoho, no. 1 (78). pp. 148–152.

Zapashchuk L.V.
Senior Instructor at Department of Economics of Enterprise and Management
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ENERGY MANAGEMENT AS A BASIS FOR THE PROVISION OF ENERGY EFFICIENCY OF THE PRODUCTION ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

The article is devoted to topical issues of effective controlling mechanisms' implementation of the enterprise's energy activities, which would create conditions for the rational use of energy resources. Defined the role and value of energy management. Researched different interpretations of the concept of "energy management" are researched, which has allowed formulating its content:

– it includes a systematic approach to achieving the objectives for improving energy-related activities on the basis of energy policy, processes, and procedures

– has a permanent system of organization, management, and management of energy consumption of the enterprise;

– combines both managerial and technical aspects;

– is a management system aimed at ensuring the rational use of fuel and energy by consumers;

– provides solving the optimization problem of management of energy processes, whose purpose is to reduce the cost of production and to increase profits.

It is noted that the energy management system is a part of the overall enterprise management system and that the main functions of energy management are planning, organization, staffing, and controlling, that is, energy management includes functions of management, organization, division of responsibilities, procedures and resources, in including financial, personnel, material, etc.

The main components of the energy management system are investigated, namely: object of management; the purpose and criteria of management; managing influences; limitation on the management process; unmanaged effects on the object; management tools.

Features and advantages of introducing energy management in comparison with the traditional process of energy management are considered. The purpose and tasks of energy audit as the main functions of energy management in modern conditions are determined.

It is proved that ISO 50001 as one of the tools of energy management helps to create the basis for integrating energy efficiency into the practice of enterprise management, to use existing energy resources more efficiently, because due to the implementation of the energy management system in all areas of activity according to ISO 50001, the following effects can be achieved:

– economic – to increase the competitiveness of the enterprise at the expense of product's price reduction;

– corporate – strengthening the corporate culture of the enterprise by attracting employees of all levels to the process of energy saving, uniting the team to achieve a common goal;

– image – the creation of a successful, progressive, and perspective image of the company.

It is concluded that the most important condition for ensuring energy efficiency of production activities is to create a system of energy management. An enterprise that built and established a high-quality energy management system receives a unique opportunity to improve the production cycle, to timely carry out the most effective energy-saving measures, and to continuously reap the benefits of these measures in the form of financial profit.

ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СУЧАСНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ

OPTIMIZATION OF PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM IN A MODERN BUSINESS STRUCTURE

УДК 338

Квіта Г.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університет технологій та дизайну
Шіковець К.О.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університет технологій та дизайну

У статті розглянуто поширені системи управління персоналом, проведено аналіз їх функціональних можливостей і призначення. Встановлено, що оптимізувати систему управління персоналом у сучасній бізнес-структурі можливо шляхом упровадження автоматизованих систем управління (АСУ). Зокрема, найбільш поширеною вітчизняною АСУ персонал є «БОСС-Кадровик», яка розроблена і успішно просувається компанією «АйТі». Також програмний комплекс «АІТ:\ Управління персоналом» створений за модульним принципом і складається з таких модулів: заробітна плата; кадровий облік; табельний облік; персоніфікований пенсійний облік; конфігурація системи; облік колективних та бригадних робіт. Окрім того, компанія «АСК» запропонувала систему управління персоналом "TRIM-Персонал».

Ключові слова: *автоматизовані системи, управління персоналом, програмний комплекс, АІТ: \ Управління персоналом, БОСС-Кадровик, TRIM-Персонал.*

В статье рассмотрены современные системы управления персоналом, проведен анализ их функциональных возможностей и назначение. Выяснено, что оптимизировать систему управления персоналом в современной бизнес-структуре можно путем внедрения автоматизированных систем управления (АСУ). Кроме этого, наиболее распространенной АСУ персонал является «БОСС-Кадровик», которая разработана и успешно внедряется компанией «АйТи». Также программный комплекс «АИТ: \Управление персоналом» создан по модульному принципу и состоит из таких модулей: заработная плата, кадровый учет, табельный учет, персонифицированный пенсионный учет, конфигурация системы, учет коллективных и бригадных работ. Кроме этого, компания «АСК» предложила систему управления персоналом "TRIM-Персонал».

Ключевые слова: *автоматизированные системы, управление персоналом, программный комплекс, АИТ: \ Управление персоналом, БОСС-Кадровик, TRIM-Персонал.*

The article deals with the common systems of personnel management, an analysis of their functional capabilities and purpose. It is established that optimization of the personnel management system in the modern business structure is possible through the introduction of automated control systems (ACS). In particular, the most widespread domestic personal automation system is "BOSS-Kadrovik", which is developed and successfully promoted by "AiTi" company. Also, the software complex "AIT: Personnel Management" is created on a modular basis and consists of the following modules: wages; personnel accounting; timekeeping; personalized retirement account; system configuration; registration of collective and brigade works. In addition, the ASC will offer an HR management system for TRIM-Personnel.

Key words: *automated systems, personnel management, software complex, AIT: Personnel Management, BOSS-Kadrovik, TRIM-Personnel.*

Постановка проблеми. Українські підприємства активно інвестують у програмні продукти, які дають змогу здійснювати управління персоналом і скорочувати витрати за цією статтею. Також посилюється попит на спеціалізовані дані про персонал, які допомагають ефективніше спланувати майбутні потреби підприємств у досвідчених кадрах та спрогнозувати ефективність роботи підприємства шляхом рекрутинга – призначення і збереження в штаті талановитих і висококваліфікованих співробітників. Причому в сучасних умовах процес набору та управління персоналом здійснюється шляхом застосування прикладних програмних продуктів. Саме тому сегмент програмних додатків управління персоналом інтенсивно розвивається на світовому ринку бізнес-додатків.

За даними аналітиків IDC, у 2016 р. світовий ринок HRM-систем наблизився до позначки 11 млрд. дол. США. Протягом останніх п'яти років середньорічний темп зростання цього ринку становить 8,1%. За прогнозами, у 2017 р. світовий ринок HRM-систем досягне 13,5 млрд. дол. США [7]. У цілому темпи зростання ринку HRM будуть вищими, ніж зростання світового ринку систем ERP.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні системи управління персоналом характеризуються різнокомпонентним якісним складом програмних продуктів. Ці системи розглянуті в наукових працях вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких: М. Армстронг, А.Г. Богач, І. Говядкін, В.М. Лисак, Т.Ю. Морозова, В.О. Новак, Н.Б. Сафонова, І.Г. Фадєєва, Д.В. Чистов, Е.Л. Шуремов та ін. [1; 2]. Важливим завданням сьогодні є аналіз наявних програмних продуктів з управління персоналом та розгляд можливих шляхів їх удосконалення.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз автоматизованих систем, призначених для розв'язання функціональних задач управління персоналом сучасних бізнес-структур, та особливостей їх використання на українських підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині на українському ринку спостерігаються доступні закордонні пропозиції з розроблення та

постачання автоматизованих систем управління персоналом. Найбільш відомими західноєвропейськими продуктами є: SAP Human Resources Management System, Oracle Human Resources Analyzer, Scala HR, RB Payroll [4; 7; 8]. До їх переваг належить широта функціональності.

На українському ринку автоматизованих HRM-систем попит визначається пропозиціями локальних рішень російських постачальників («Галактика», «Парус”, “1С”, «БОСС-Кадровик», «Бест-Про») [4; 7]. Більшість користувачів віддає перевагу універсальним аналітичним програмам управління через їх достатньо легку адаптацію до особливостей управлінських функцій у сучасних бізнес-структурах.

Наявні автоматизовані системи управління персоналом за їх функціональною спрямованістю можна розділити на такі основні групи [3]:

- багатофункціональні експертні системи, що дають змогу проводити профорієнтацію, відбір та атестацію співробітників підприємства;
- експертні системи для групового аналізу персоналу, виявлення тенденцій розвитку підрозділів й організації у цілому;
- програми розрахунку зарплати;
- комплексні системи управління персоналом, що дають змогу формувати і вести штатний розклад, зберігати повну інформацію про співробітників, відображати рух кадрів усередині фірми, розраховувати заробітну плату.

За допомогою експертних систем зіставляються особистісні, професійні та психофізіологічні якості претендента на заняття вакансії з аналогічними параметрами найкращих фахівців підприємства. Такі програми дають змогу достатньо ефективно відбирати перспективних фахівців. Подібні системи досить дорогі, вони використовуються на великих підприємствах за наявності великої кількості вакансій. Ці системи не дають змоги автоматизувати повсякденні рутинні операції персоналу кадрових служб [6].

Найбільш поширеною на вітчизняному ринку є автоматизована система управління персоналом «БОСС-Кадровик», яка розроблена й успішно просувається компанією «АйТі» (рис. 1). Система «БОСС-Кадровик» експлуатується на підприємствах енергетики, нафтогазової галузі, металургії, торгівлі, харчової промисловості, у банківській сфері, транспортних компаніях, державних бюджетних організаціях, на підприємствах фармацевтичної промисловості та видавничо-рекламного профілю, у представництвах іноземних фірм.

Програмний комплекс «АІТ: \ Управління персоналом» створений на базі вивчення деяких західних систем (зокрема, модулів HR-системи SyteLine (SYMIX) і модуля «Персонал» в Oracle Aplications (Oracle)), а також низці російських розробок (групи компаній «БІГ», «РОЕЛ-Консалтинг», «Психологія і Бізнес»). Програмний комплекс «АІТ: \ Управління персоналом» створений за модульним принципом і складається з таких модулів: заробітна плата; кадровий облік; табельний облік; персоніфікований пенсійний облік; конфігурація системи; облік колективних та бригадних робіт (рис. 2).

Для вирішення інших специфічних завдань кадрового менеджменту, наприклад атестації та оцінки персоналу, можуть використовуватися додаткові модулі або інші спеціалізовані продукти.

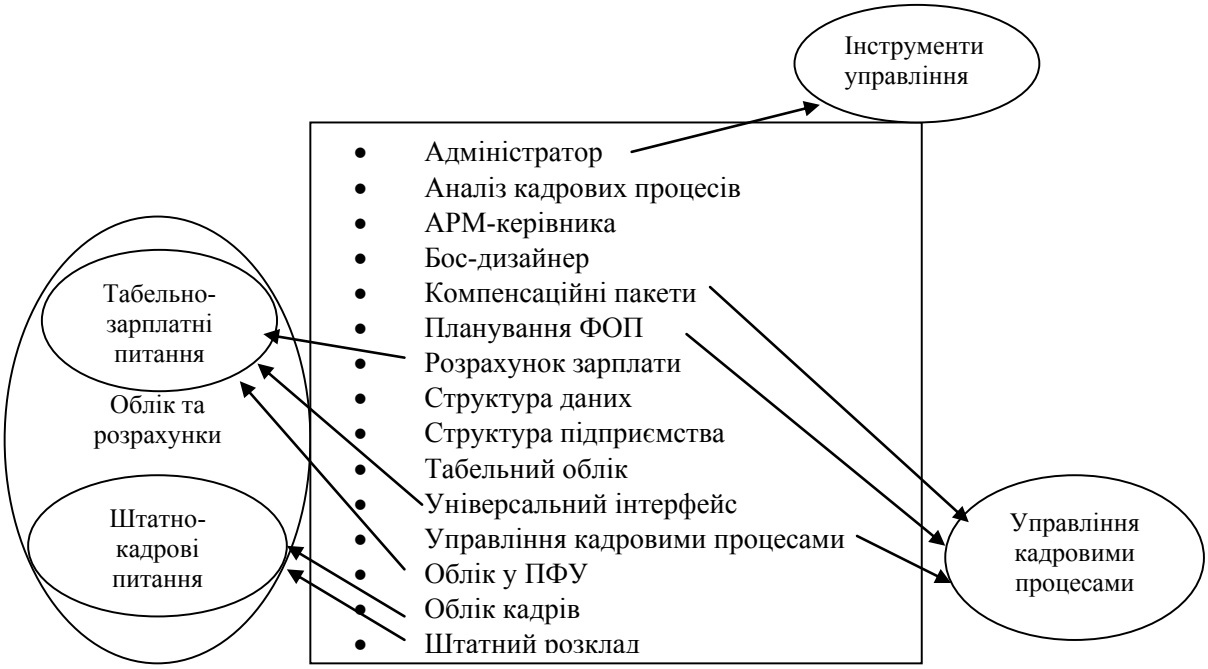


Рис. 1. Модульна побудова складників програми «БОСС-Кадровик»

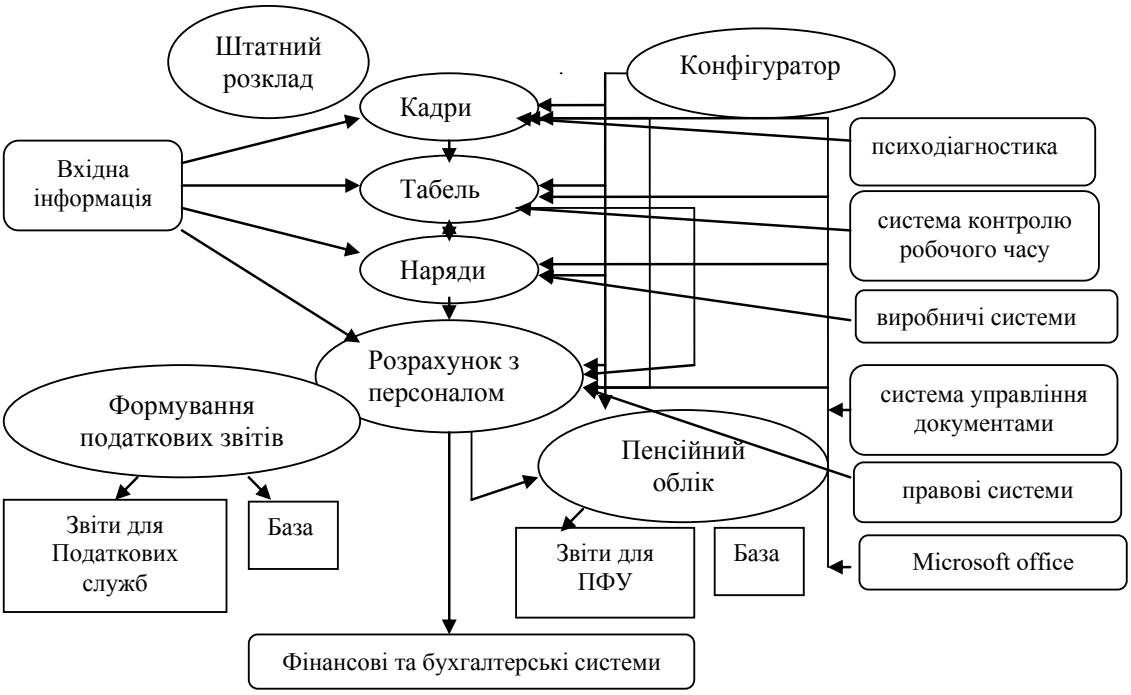


Рис. 2. Модульна побудова складників програми «АІТ: \ Управління персоналом»

«АІТ: \ Управління персоналом» функціонує на єдиній клієнт-серверній базі даних як автономно, так і в комплексі з різними фінансовими системами і системами управління підприємством (наприклад, Platinum SQL, «Парус»). Існують дві версії комплексу: MSDE (багатокористувальницька клієнт-серверна версія до п'яти робочих місць рекомендована для організацій із чисельністю до 500 співробітників) і версія MS SQL, призначена як для малих підприємств, так і для великих корпорацій із розгалуженою структурою управління, розвиненою системою матеріального стимулювання, великою чисельністю персоналу, можливо, роз'єднаного територіально.

Компанія «АСК» пропонує систему управління персоналом "TRIM-Персонал». Основною одиницею програми є персональна облікова картка працівника. У програмі "TRIM-Персонал», окрім виведення основного списку працівників, передбачена можливість створення списків за такими характерними ознаками, як контракти і документи, що поряд з особистою інформацією про працівника є основою для формування персональної облікової картки. За час свого існування контракт у системі "TRIM-Персонал» проходить чотири стадії: оформлення, підписання, відкриття, завершення. У системі "TRIM-Персонал» під час оформлення облікової картки нового працівника надається також можливість створювати більш одного контракту. Довідники служать для створення і ведення списків типових документів, необхідних для формування облікових карток персоналу. Адміністратор веде кілька основних типів довідників [4; 5], наприклад «Довідник типів документів», який містить усі основні типи кваліфікаційних, медичних та інших документів, що формують облікову картку працівника, і т. д.

Програмний комплекс управління персоналом «Персонал» призначений для застосування на середніх і великих підприємствах. Комплекс розроблений для використання в рамках єдиної корпоративної інформаційної системи, побудованої в архітектурі «Клієнт-сервер» на базі технологій UNIX, Oracle і Microsoft. До основних функціональних можливостей цього програмного комплексу слід віднести [3; 4]:

- зберігання штатних розкладів та посадових інструкцій;
- ведення обліку вакансій;
- облік і зберігання особистих справ співробітників і претендентів на вакансії (персональні дані, освіта, попередні місця роботи, навички та вміння, знання мов і т. п.);
- зберігання резюме кандидатів на вакансії;
- облік і зберігання результатів оцінки кандидатів;
- формування звітів щодо персоналу, у тому числі звітів за запитом користувача;
- зберігання структури оплати праці в організації для прийняття рішень щодо стимулювання співробітників (можливе визначення довільних додаткових виплат посадовим особам).

За допомогою HRM-систем здійснюється автоматизоване зберігання і обробка повної кадрової інформації, а також підбір і переміщення співробітників. Окрім того, автоматизований розрахунок

заробітної плати з урахуванням інформації про позиції штатного розкладу, відпустки, лікарняні, відрядження, пільги і стягнення дає можливість працівникам бухгалтерії точно й оперативно нараховувати зарплату, формувати бухгалтерські звіти.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз програмних продуктів, орієнтованих на управління персоналом, свідчить, що вони спрямовані на автоматизацію облікових, виробничих, маркетингових та управлінських процесів. Постійний попит споживачів на пропозиції ПО у сферах відстеження кандидатів на вакансії, планування та збереження робочого часу співробітників, а також управління компенсаціями для співробітників буде сприяти появі як нових постачальників пакетів програм управління персоналом, так і нових розробників однофункціональних додатків.

Загальні функціональні можливості додатків HRM-систем розширюватимуться за рахунок: додавання можливостей групової роботи та більш досконалої роботи з контентом та аналітикою, автоматичною синхронізацією умов контракту співробітників із фактичними результатами їх роботи, поширення Інтернету для найму персоналу та ін.

За оцінками аналітиків, у нових додатках будуть реалізовані можливості управління витратами на персонал, а також адаптовані програми з управління навичками персоналу та управління наймом групи співробітників тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами; 10-е изд.; пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина. СПб.: Питер, 2010. 848 с.

2. Бажин И.И. Экономическая кибернетика: компакт-учебник. Харьков: Консум, 2014. 292 с.

3. Глинских А. Современные автоматизированные системы управления персоналом. Економіка і організація управління. 2016. № 3(23). URL: http://www.mnogosmenka.ru/drugoe/personal.htm.

4. Застосування комп'ютерних технологій в управлінні кадрами підприємства для організації роботи служби управління персоналом. URL: http://5fan.ru/wievjob.php?id=49235.

5. Крушельницька О.В. Управління персоналом. URL: http://library.if.ua/book/45/3055.html.

6. Пономаренко Л.А. Основи економічної кібернетики: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 432 с.

7. Середа С.М. Классификация HRM-систем и описание их стандартных функций. Обзор по HRM компании и ІНКОМ. 2009. № 1. С. 15.

8. Турчина В.М. Інформаційне та програмне забезпечення управління ефективністю праці. URL: https://kneu.edu.ua/…/Інформаційне%20та%20програмне.

REFERENCES:

1. Armstrong M (2010). Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami [The practice of human resource management]. Sankt Peterburg: Piter. (in Russian)

2. Bazhin I.I.(2014) Ekonomicheskaya kibernetika [Economic cybernetics]. Khar'kov: Konsum (in Russian)

3. Glinskikh A. (2016) Sovremennye avtomatizirovannye sistemy upravleniya [Modern automated control systems] Ekonomika i organizatsiya upravleniya [Economy and Organization of Management] (electronic journal), vol.23, no.3, pp.24-31. Available at: http://www.mnogosmenka.ru/drugoe/personal.htm (accessed 10 September 2017).

4. Zastosuvannia kompiuternykh tekhnolohii v upravlinni kadramy pidpryiemstva dlia orhanizatsii roboty sluzhby upravlinnia personalom – [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://5fan.ru/wievjob.php?id=49235

5. Krushelnytska O.V. Upravlinnia personalom [Elektronnyi resurs]:-Rezhym dostupu: – http://library.if.ua/book/45/3055.html].

6. Ponomarenko L.A. (2014) Osnovy ekonomichnoi kibernetyky [Fundamentals of Economic Cybernetics] Kyiv: Kyiv.nats.torh.-ekon.un-t (in Ukrainian)

7. Sereda S.M. (2009) Klassifikatsiya HRM-sistem i opisanie ikh standartnykh funktsiy [Classification of HRM-systems and description of their standard functions] Obzor po HRM kompanii i INKOM. no.1. pp.15.

8. Turchyna V. M. Informacijne ta proghramne zabezpechennja upravlinnja efektyvnistju praci / V.M. Turchyna – [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: https://kneu.edu.ua/…/Informacijne%20ta%20proghramne

Kvita G.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics and Marketing
Kyiv National University of Technology and Design
Shikovets K.O.
Candidate of Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics and Marketing
Kyiv National University of Technology and Design

OPTIMIZATION OF PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM IN A MODERN BUSINESS STRUCTURE

Ukrainian enterprises are actively investing in software products that allow them to manage their personnel and reduce costs for this article. There is also an increase in the demand for specialized staff data that helps to more effectively plan future needs of enterprises in an experienced staff and to predict the efficiency of the company through recruiting – the appointment and preservation in the state of talented and highly skilled employees. Moreover, in modern conditions, the process of recruitment and personnel management is carried out by application of applied software products. That is why the segment of software applications of human resources management is developing intensively on the world market of business applications.

The purpose of the article is to analyse automated systems designed to solve the functional tasks of personnel management of modern business structures and the peculiarities of their use at Ukrainian enterprises.

A number of different methods were used during the research on the automation of processes for recruitment, management, and assessment of personnel. The methods of analysis and synthesis for identifying problems of personnel management were used. For the automation of managerial processes, the method of programming was conducted. In the study and comparison of different software products, the comparison method was used.

In the result, it was found that in modern business structures, specialized automated systems serve as an auxiliary tool for personnel management. The most common national automated personnel management system is “BOSS-Kadrovik”, which is developed and successfully promoted by “AiTi” company. In particular, additional modules or other specialized products may be used to address other specific personnel management tasks, such as attestation and assessment of personnel. The software company of the ASC, namely, the personnel management system TRIM-Personnel, has gained great popularity among Ukrainian enterprises. The main unit of the program is the employee’s personal account card. Program complex of personnel management “Personnel”, intended for use in medium and large enterprises. The complex is designed to be used within the framework of a single corporate information system built in the client-server architecture based on UNIX, Oracle, and Microsoft technologies.

As a result of the research, the following scientific provisions were identified. As a result of the in-depth analysis of modern HR management software, it is found that the best programs are those built on the basis of modules, which makes it possible to improve the software product and customize it to suit the needs of the user. The use of automated HR systems increases the speed and quality of management processes in the enterprise.

An analysis of software-oriented products focused on human resources management shows that they are aimed at automating accounting, production, marketing and management processes. The constant demand of consumers on software offerings in the areas of tracking candidates for vacancies, planning, and maintaining employee time, as well as managing compensation for employees will contribute to the emergence of new vendors of packages of HR management programs and new developers of single-function applications. The general functionality of HRM application applications will be expanded by: adding group work opportunities and improved content and analytics work, automatically synchronizing employee contract terms with the actual results of their work, distributing the Internet for hiring staff, and more. According to analysts, the new applications will implement the capabilities of managing staff costs, as well as adapted programs for managing staff skills and hiring a team of employees.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

ENHANCING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE INSTITUTIONAL STRUCTURE OF CONFECTIONERY SECTOR

УДК 338.58:65.014

Шашина М.В.
к.е.н, доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Кньовець В.В.
студент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті проаналізовано вплив економічної кризи на підприємства кондитерської галузі. Запропоновано декілька варіантів подальшого розвитку підприємств малого та середнього бізнесу, базуючись на підвищенні ефективності державного функціонування інституціональної структури. Показано, що для управління інноваційною діяльністю українських підприємств потрібно змінити підходи керування до інституціональної структури. Необхідно розробляти науково-дослідні центри при підприємствах, що, своєю чергою, вплине на зайнятість населення, якість випускної продукції та її конкурентоспроможність. Розвиток бізнес-інкубаторів – один із головних чинників підтримки малого та середнього бізнесу.

Ключові слова: *інноваційна діяльність, малий та середній бізнес, кондитерський ринок, інституційно-правова структура, методи державного управління, бізнес-інкубатор.*

В статье проанализировано влияние экономического кризиса на предприятия кондитерской отрасли. Предложено несколько вариантов дальнейшего развития предприятий малого и среднего бизнеса, основываясь на повышении эффективности государственного функционирования институциональной структуры. Показано, что для управления инновационной деятельностью украинских предприятий нужно изменить подходы управления к институциональной структуре. Необходимо разрабатывать научно-исследовательские центры при предприятиях, что, в свою очередь, повлияет на занятость населения, качество выпускной продукции и ее конкурентоспособность. Развитие бизнес-инкубаторов – один из главных факторов поддержки малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: *инновационная деятельность, малый и средний бизнес, кондитерский рынок, институционально-правовая структура, методы государственного управления, бизнес-инкубатор.*

The impact of the economic crisis on the enterprises of the confectionery industry was analysed. Several options for the further development of small and medium enterprises are proposed based on the increase of efficiency of state functioning of institutional structure. It is shown that in order to manage the innovation activity of Ukrainian enterprises, it is necessary to change the management approaches in the institutional structure. It is necessary to develop research centres at enterprises, which in turn will affect the employment of the population, the quality of final products, and their competitiveness. The development of business incubators is one of the main factors supporting small and medium businesses.

Key words: *innovative activity, small and medium business, confectionery market, institutional and legal structure, methods of public administration, business incubator.*

Постановка проблеми. Нині розвинені країни демонструють високі показники виробництва та заробленого капіталу. Весь секрет у тому, що виробництво базується на застосуванні нових методів. Залучення інвестицій є одним із головних чинників подальшої роботи підприємств. Низький рівень більшості підприємств свідчить про недосконалість виробничих ліній, що, своєю чергою, впливає на низьку конкурентну спроможність і в кінцевому підсумку загрожує ліквідації першого. Сьогодні підприємства не функціонують по одинці, а йдуть у поєднанні з науково-дослідними центрами. Така практика спостерігається в розвинених країнах. Аналізуючи ринок солодощів, можна легко помітити, що він представлений кількома кондитерськими компаніями: Roshen, «АВК», Nestle, «Бісквіт-шоколад», «Лагода», «Житомирські ласощі». Звідси можна виділити, що кондитерська галузь представлена великими корпораціями, а розвиток малого та середнього підприємництва є дуже низьким. Висновок: великі корпорації можуть дозволити собі тримати власні дослідницькі центри, які працюють над запровадженням нових, оригінальних пропозицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження показали, що виникла проблема на підприємстві, яка полягає у залученні інвестиції та низькій зацікавленості інвесторами. Цим питанням займалися такі фахівці, як І.П. Васіна, В.Г. Горник, Т.О. Скрипко. У роботах цих авторів не описуються методики та немає напрацювань щодо інвестиційної та інноваційної діяльності.

Постановка завдання. Мета дослідження – через економічну кризу, яка склалася в країні, запропонувати напрями підвищення ефективності функціонування інституціональної структури підприємств кондитерської галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політика держави не спрямована на підтримку малого та середнього бізнесу та його оновлення. Зважаючи на стан економіки країни у цілому, курс валюти, низький економічний рівень населення постає питання, як підвищити ефективність функціонування підприємств. Підвищення ефективності можливе двома способами: залучення інвестицій та введення інновацій. Для цього необхідно щоб із боку держави відбувалася всебічна підтримка, яка буде сприяти розвитку цих двох способів.

По-перше, на інституційно-правовому рівні необхідно створити середовище, в якому підприємець буде зацікавлений у залученні інвестицій та впровадженні інновацій, а з іншого боку – не матиме спокуси обійти даний етап традиційним корумпованим методом.

«Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері інновацій, науки і промислового виробництва може здійснюватися шляхом надання фінансової підтримки для утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва у сфері інновацій, науки та промислового виробництва, у тому числі бізнес-інкубаторів, інноваційних бізнес-інкубаторів, науково-технологічних центрів, центрів трансферу технологій», – сказано у Законі України «Про розвиток і державну підтримку малого та середнього бізнесу» від 22.03.2012 [1].

Суттєвою допомогою малому бізнесу нині є застосування такої практики, як бізнес-інкубування. Потреба в бізнес-інкубуванні зумовлена соціально-економічною природою малого підприємництва: протягом трьох років роботи виживає лише 14–30% новостворених малих підприємств, тоді як у бізнес-інкубаторі ця чисельність значно зростає і становить 85–86%. Значення бізнес-інкубаторів для стимулювання підприємництва полягає у забезпеченні надання послуг за нижчими від ринкового рівня цінами [2, с. 61].

Ефективність діяльності бізнес-інкубаторів пов'язана як з організаційними, так і з економічними чинниками. Їхній розвиток не завжди потребує бюджетних вливань і може здійснюватися за рахунок спонсорства або самофінансування. Їхня здатність самоокуповуватися – лише 10–60%.

Українські бізнес-інкубатори здебільшого існують за рахунок фінансування міжнародних донорських організацій, приміщення їм надають служби працевлаштування населення при держадміністраціях міст і районів. Джерелами їх фінансування найчастіше є кошти міжнародних фондів та грантових програм і лише невеликою мірою – кошти місцевих адміністрацій та спонсорів. Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено Українську асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів.

Найбільш успішними бізнес-інкубаторами України можна вважати Eastlabs, iHUB, Happy Farm, GrowthUp, Wannabiz, Voomy IT-парк та Polyteco.

З основних проблем, які супроводжують функціонування бізнес-інкубаторів, можна виділити:

- недосконалість організаційно-правової і методичної бази;
- правову невизначеність статусу бізнес-інкубаторів;
- недостатню фінансову підтримку держави;
- невизначеність сфери дії бізнес-інкубаторів;
- відсутність системи підготовки компетентних кадрів для роботи в бізнес-інкубаторах та кадрового забезпечення інкубованих фірм [3].

Наведені бізнес-інкубатори переважно орієнтовані на IT-технології. Ці компанії надають повний спектр послуг – від навчання до пошуку інвесторів та будівель під офіси.

Серед бізнес-проектів, які беруть участь у відборі в бізнес-інкубатори, є проект «Кафе солодощів "Cioccolato" в Кривому Розі, є ще проект в Одесі на закупівлю обладнання для випічки кондитерських виробів, запропонований приватним підприємцем, він бере участь у бізнес-інкубаторі «Країна успішного бізнесу».

Крім сприятливих умов розвитку підприємства, необхідно також забезпечити це підприємство ресурсами, тобто кваліфікованими працівниками, обладнанням, інформацією.

Основу цінних кадрів становлять трудові ресурси країни, які мають знання в певних галузях і можуть їх застосувати для розв'язання конкретно поставлених завдань. Зрозуміло, що основна частка трудових ресурсів припадає саме на населення працездатного віку, за винятком інвалідів I і II груп та пенсіонерів, що отримують пенсію на пільгових умовах Проте пенсіонери і підлітки, які на даний момент зайняті у суспільному виробництві, також становлять запас (ресурс) робочої сили.

Однак нині Україна переходить на міжнародні стандарти оцінки трудових ресурсів. Згідно з концепцією робочої сили, якою користується Міжнародна організація праці (МОП), вихідним поняттям є *економічно активне населення*. Це населення обох статей віком 15–70 років, яке протягом певної періоду пропонує свою робочу силу для виробництва товарів та послуг. До економічно активних належать особи, *зайняті економічною діяльністю*, яка приносить прибуток *(зайняті)*, та *безробітні*.

В Україні на 2017 р. до економічно активного населення належало 17,83 млн. осіб, або 61,2% від усього населення держави, з них 16,23 млн. – особи працездатного віку.

До зайнятого населення належать особи, які *займалися економічною діяльністю:* працювали за наймом на умовах повного (неповного) робочого дня (тижня); роботодавці; особи, які самостійно забезпечували себе роботою або безкоштовно працювали у сімейному бізнесі; служителі релігійних культів; військові кадрової служби та ін.

Однак до зайнятого населення не належать учні та студенти працездатного віку, які навчаються з відривом від виробництва, військові строкової служби. Вони разом із пенсіонерами та людьми, що з тих чи інших причин не шукають роботу, належать до *економічно не активного населення*.

Рівень зайнятості визначається як відношення кількості зайнятого населення у віці 15–70 років до

всього населення означеного віку. Так, в Україні в 2017 р. рівень зайнятості становив 55%.

Співвідношення між попитом і пропозицією на трудові ресурси утворює *ринок праці*. Тепер на ньому попит набагато менший за пропозицію, внаслідок чого збільшується кількість безробітних людей [4].

Провівши порівняння зайнятості населення в переробній промисловості, можна сказати, що кількість людей, які працюють у цій галузі, знижується: у 2012 р. цей показник становив 2 321,6 тис. а в 2016 р. – 1 791,7 тис., що говорить про негативний розвиток промисловості у цілому.

Для прикладу проведемо порівняння рівня безробіття в Україні та країнах Європейського Союзу (рис. 1).

Розвиток бізнесу залежить від рівня монополії у цій сфері, а розглядаючи стан галузей у цілому, можна з упевненістю сказати, що монополія існує, й дуже суттєва, тому на рівні держави потрібно зменшити монополізацію.

Ні для кого не секрет, що під час переходу від пострадянської економіки до ринкової не обійшлося без рейдерських захоплень та зосередження основної частки ринку в юрисдикції одного підприємства.

Як видно з діаграми, лідируючі показники має корпорація Roshen – близько 41% усього виробництва продукції в Україні, наступними є «АВК» та «Конті» – 14% та 12% відповідно. Тому держава має створити умови, які сприятимуть розосередженню ринку між різними виробниками, що, своєю чергою, надасть деякі можливості для малих підприємств.

Наступною умовою поліпшення умов для формування малого та середнього бізнесу є забезпечення розвитку науково-дослідної сфери. Це є одним із головних факторів появи інновацій у виробництві та плануванні. Ні для кого не є новиною, що в кожному місті є певна будівля, яка є закинутою й нікому не потрібною. Це один із варіантів, де можуть розміщуватися таки науково-дослідні центри.

Поряд із розвитком науково-дослідних центрів постає дуже важливе питання інтелектуальної власності. Воно дуже гостро обговорюється і привертає велику увагу. Сьогодні існує Український інститут інтелектуальної власності (Укрпатент). Це державне підприємство слідкує за правильністю оформлення патентів, перевіряє на оригінальність, і на цьому все. Проте захист інтелектуальної власності, на жаль, в Україні не проводиться, захист можливий тільки власними силами, що не є позитивним чинником. Необхідно реформувати законодавчу базу, тобто створення органів, які будуть розглядати порушення прав інтелектуальної власності, а також знаходити ці порушення. Також необхідно вірно розподілити права на інтелектуальну власність між розробником (автором) та науковим центром; проробити методи винаго-

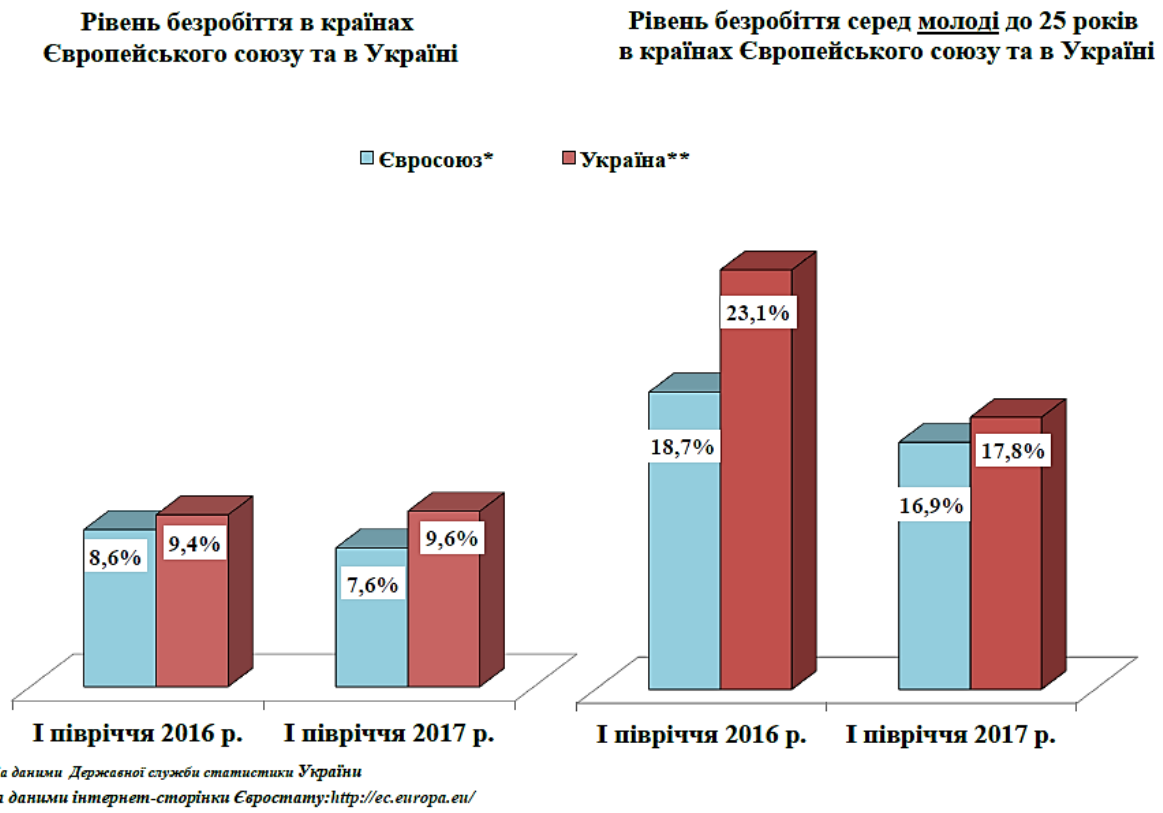


Рис. 1. Порівняння рівня безробіття в країнах ЄС та Україні

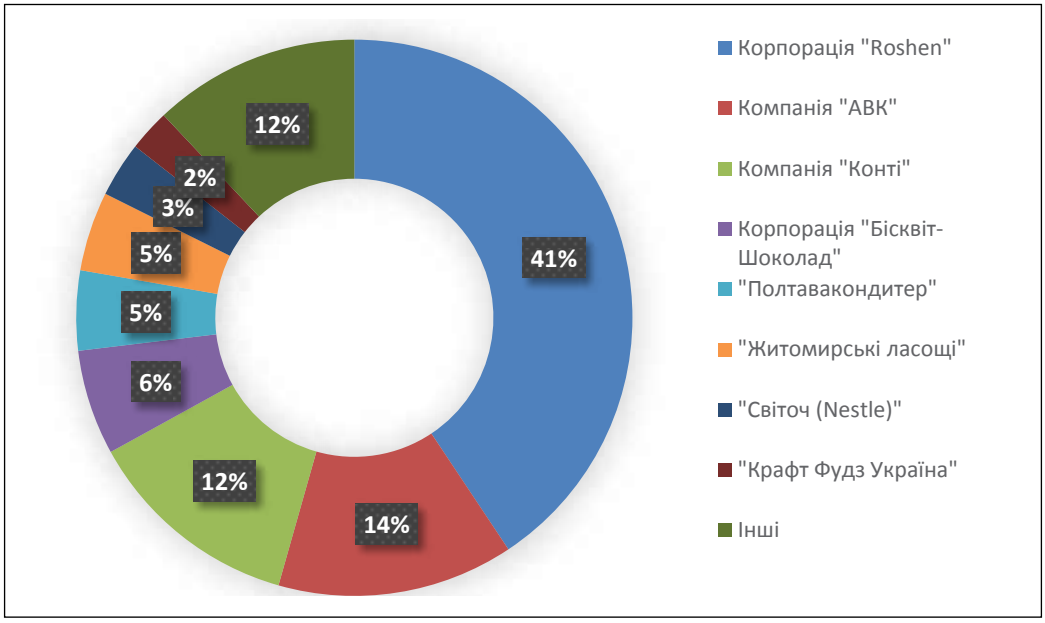


Рис. 2. Обсяг виробництва кондитерської продукції в Україні [5]

роди розробників та всіх людей, що беруть участь у розробленні рішень.

Наступною умовою для розвитку малого та середнього бізнесу є планування стратегії. До цього часу вся підтримка залишалася на національному рівні та не поширювалася в регіональному та місцевому аспектах. Потрібно переосмислити та реформувати цей напрям, розвивати органи керування на місцевому рівні, враховуючи економічний розвиток даного регіону [6].

Також важливим складником є стимулювання підприємств у вигляді поблажок у виплаті податків.

Не є секретом, що поняття «інвестиції» та «інновації» є нерозривними на своєму шляху. Для залучення інвестиційних коштів необхідно інвесторам запропонувати вигідний проект, який до того ж є інноваційним. Це підводить до того, що наступним етапом на шляху реформування повинно бути поєднання науково-дослідних центрів, ресурсів, кадрового потенціалу, з одного боку, та підприємств – з іншого. Завдяки цьому буде циклічна підтримка двох сторін: підприємствам будуть необхідні нові, оригінальні, інноваційні рішення, а науково-дослідним центрам необхідні конкретно поставлені завдання та ресурси, за рахунок яких буде досягнуте поставлене завдання.

Кожен підприємець бажає отримати якомога більше прибутку, при цьому здійснити мало затрат. Проте нині технології виробництва не є ефективними, а викуп технологій іноземних підприємств не дає великого доходу, до того ж самі технології є дуже дорогими, все упирається в інновації і виходить замкнуте коло.

До недавнього часу імпорт продукції був спрямований на Росію, проте із загостренням конфлікту на Донбасі цей напрям закрився. Тепер відбувається переорієнтація підприємств на європейські країни, і, чесно кажучи, цей процес затягнувся, оскільки не має там великого попиту. Єдиним підприємством, що додало за останні роки, є Roshen. Було відкрито нові лінії з виготовленню солодощів, і, як відомо, продукція компанії відома за кордоном і може конкурувати. До того ж є філії «Рошену» в багатьох країнах ЄС, що говорить про розвиток та можливість конкурувати з іноземними компаніями.

Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні не є ефективним через слабку підтримку держави, економічну кризу, девальвацію національної валюти та ін. Низькі зарплати населення не можуть вивести малі підприємства на вищий щабель розвитку, адже часом завищені ціни спонукають населення купувати більш дешевший і доступний продукт порівняно з якісним і дорогим.

Висновки з проведеного дослідження. Підтверджено, що інвестиційна та інноваційна діяльність безпосередньо належать до формування конкурентоспроможності підприємства. Застосування запропонованих напрямів вирішення проблеми є необхідним, оскільки нехтування призведе до подальшої кризи. Державі необхідно хоча б створити сприятливі умови для інвестиційно-інноваційної діяльності учасників малого та середнього бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва: Закон України від 22 березня 2012 № 4618-VI. Відомості Верховної Ради України. 2013. № 3. Ст. 23.

2. Багашова Н.В. Бізнес-інкубатори: світовий і вітчизняний досвід створення і функціонування. Нау-

ковий вісник Херсонського державного університету. 2015. № 11. С. 60–63.

3. Стартап-акселератор чи бізнес-інкубатор – що краще для стартапу? Частина II. URL: http://startupline.com.ua/startups.

4. Освітній портал академія. Трудові ресурси, зайнятість населення України. URL: http://zno.academia.in.ua/mod/book/tool/print.

5. Ляшко К. Анализ украинского рынка конфет. 2016. URL: http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html

6. Скипко Т.О. Підвищення ефективності економіки за допомогою вдосконалення інструментів державного регулювання інноваційної активності бізнесу. Ефективна економіка. 2014.

REFERENCES:

1. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (2013) Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpryiemnytstva v Ukraini vid 22 bereznia 2012 № 4618-VI [About development and state support of small and medium enterprises in Ukraine from March 22, 2012 № 4618-VI], no.3

2. Bahashova N.V. (2015) Biznes-inkubatory: svitovyi i vitchyznianyi dosvid stvorennia i funktsionuvannia [Business incubators: world and domestic experience of creation and functioning], Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu (electronic journal), no. 11, pp. 60-63.

3. Startap-akselerator chy biznes inkubator – shcho krashche dlia startapu? Chastyna II. [Startup accelerator or business incubator – which is better for a startup? Part II]. Available at: http://startupline.com.ua/startups print (accessed 23 February 2018).

4. Osvitnii portal akademiia. Trudovi resursy, zainiatist naselennia Ukrainy. Available at: http://zno.academia.in.ua/mod/book/tool/print (accessed 23 February 2018).

5. Ljashko K. (2016) Analiz ukrainskogo rynka konfet [Analysis of the Ukrainian market of sweets.]. Available at: http://koloro.ua/blog/issledovaniya/Analiz-ukrainskogo-rynka-konfet.html (accessed 22 February 2018).

6. Skypko T.O. (2014) Pidvyshchennia efektyvnosti ekonomiky za dopomohoiu udoskonalennia instrumentiv derzhavnoho rehuliuvannia innovatsiinoi aktyvnosti biznesu [Increasing the efficiency of the economy by improving the tools of state regulation of business innovation activity] Elektronne naukove fakhove vydannia “Efektyvna ekonomika” (electronic journal). Available at: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=3105 (accessed 24 February 2018).

Shashina M.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”
Knovets V.V.
Student
Department of Economics and Entrepreneurship
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

ENHANCING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE INSTITUTIONAL STRUCTURE OF CONFECTIONERY SECTOR

The attraction of investments is one of the main factors of the further work of enterprises. The low level of most enterprises indicates that the production lines are inadequate, which in turn affects the low competitiveness and ultimately threatens their elimination.

Studies have shown that there was a problem in an enterprise that involves attracting investment and low investor interest.

The purpose of the study – due to the economic crisis that has developed in the country, to propose ways to increase the effectiveness of the institutional structure of the confectionery industry.

The state policy is not aimed at supporting and upgrading small and medium-sized businesses. Given the state of the country’s economy as a whole, the exchange rate, low economic level of the population raises the question how to improve the efficiency of enterprises. There are two ways to increase efficiency: attracting investment and introducing innovations. To do this, it is necessary for the state party to provide comprehensive support that will contribute to the development of these two methods.

Essential assistance to small businesses is now to apply such practices as business incubation. The need for business incubation is determined by the socio-economic nature of small business.

In addition to the favourable conditions for enterprise development, it is also necessary to provide this enterprise with resources, that is, by skilled workers, equipment, and information.

The basis of valuable personnel is the labour resources of the country, which have knowledge in certain industries and can apply them for solving concrete tasks.

Ensuring the development of the research area is one of the main factors in the emergence of innovation in production and planning.

Along with the development of research centres, there is a very important issue of intellectual property.

The next condition for the development of small and medium-sized businesses is the planning of the strategy. By this time, all support remained at the national level and did not apply to regional and local aspects.

In order to attract investment funds, it is necessary to offer investors an advantageous project that is innovative before that. This leads to the fact that the next step, not the path to reform, should be the combination of research centres, resources, human resources on the one hand and enterprises on the other. This circular will support two parties: businesses will need new, original, innovative solutions, and to replace this research centre specifically required tasks and resources, by which to achieve the task.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ НАДІЙНОСТІ ТА СТІЙКОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

FEATURES OF ASSESSMENT OF FINANCIAL RELIABILITY AND STABILITY OF INSURANCE COMPANIES OF UKRAINE

УДК 368

Косарєва І.П.
к.е.н., доцент кафедри фінансів та кредиту
Харківський інститут фінансів Київського національного торгово-економічного університету
Лисенко Д.Д.
студентка
Харківський інститут фінансів Київського національного торгово-економічного університету

У статті розглянуто особливості фінансової надійності і стійкості страхових компаній. У широкому значенні надійність та стійкість свідчать про спроможність об'єкта, системи виконувати свої функції, незважаючи на вплив ендогенних і екзогенних факторів. Головними завданнями розвитку страхування залишаються підвищення фінансового стану, рівня інвестиційної привабливості страхових компаній, платоспроможності, розвиток сучасної інфраструктури страхового ринку тощо. Особливу увагу необхідно приділити підвищенню фінансової надійності страхової компанії. Її достатній рівень є запорукою ефективного функціонування страховика та високого ступеня довіри серед клієнтів та населення у цілому.

Ключові слова: *страхові компанії, страховики, страховий ринок, фінансова надійність, фінансова стійкість, стабільна діяльність.*

В статье рассмотрены особенности финансовой надежности и устойчивости страховых компаний. В широком смысле надежность и устойчивость свидетельствуют о способности объекта, системы выполнять свои функции, несмотря на влияние эндогенных и экзогенных факторов. Главными задачами развития страхования остаются повышение финансового состояния, уровня инвестиционной привлекательности страховых компаний, платежеспособности, развитие современной инфраструктуры страхового рынка и т. д. Особое внимание необходимо уделить повышению финансовой надежности страховой компании. Ее достаточный уровень является залогом эффективного функционирования страховщика и высокой степени доверия среди клиентов и населения в целом.

Ключевые слова: *страховые компании, страховики, страховой рынок, финансовая надежность, финансовая устойчивость, стабильная деятельность.*

The article discusses the features of assessment of financial reliability and stability of insurance. In a broad sense, reliability and stability indicate the capacity of the facility systems to perform their functions in spite of the influence of endogenous and exogenous factors. The main tasks of insurance development are improving the financial status, level of investment attractiveness of insurance companies, solvency, development of modern infrastructure of the insurance market, etc. A special attention should be paid to improving the financial reliability of an insurance company. Its sufficient level is the key to the effective functioning of the insurer and high degree of trust among customers and of the population as a whole.

Key words: *insurance companies, insurers, insurance market, financial reliability, financial stability, stable activity.*

Постановка проблеми. Із розвитком страхового ринку посилюється значення визначення ступеня надійності та платоспроможності страхових компаній, оцінки їх фінансового стану та результатів. Однією з передумов формування в Україні повноцінних ринкових відносин є підвищення ролі страхових компаній як однієї з ключових ланок у системі господарювання, тому об'єктивною необхідністю є конкретизація понять «фінансова надійність» та «фінансова стійкість» страховика та розроблення методики їх оцінки, базою яких має бути обґрунтоване трактування економічних категорій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретико-методологічних засад оцінки фінансової надійності страхових компаній займалися такі провідні науковці, як: І.Ю. Кисельова, О.О. Сосновська, Н.П. Мазур, О.А. Бойко, Н.О. Шишпанова, Т.В. Шкарлєт, Н.М. Внукова, Л.А. Орланюк-Маліцька, В.Д. Бігдаш, О.В. Мурашко, Т.А. Федорова, І.П. Денисова, Д. Хемптон, Л.В. Ширинян та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження, аналіз та розроблення методичних рекомендацій щодо оцінки фінансової надійності та стійкості страхової організації в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Страховий ринок – це особлива сфера грошових відносин, де об'єктом купівлі-продажу виступає специфічна послуга – страховий захист, формується пропозиція і попит на неї. Створення ефективної системи захисту майнових прав та інтересів окремих громадян, підприємців і підприємств, підтримання соціальної стабільності у суспільстві й економічної безпеки держави неможливі без функціонування потужного ринку страхових послуг. Окрім того, страхування є важливим джерелом акумулювання коштів для подальшого інвестування в реструктуризацію економіки [2, с. 154]. Воно значною мірою звільняє бюджет держави від тягаря витрат на відшкодування збитків, що мають місце внаслідок природних катаклізмів, катастроф, нещасних випадків, захищає підприємців від різноманітних ризиків, забезпечує підтримку рівня соціальних стандартів громадян. У цілому страхова діяльність належить до найприбутковіших видів світового бізнесу. Аналіз стану страхового ринку України за останні роки (2015–2017) показав, що він залишається найбільш капіталізованим серед інших небанківських фінансових ринків.

Загальна кількість страхових компаній в Україні на 30.09.2017 становила 296, у тому числі страхових компаній life – 34, страхових компаній non-life – 262, (в аналогічному періоді 2016 р. – 323 компанії, у тому числі страхових компаній life – 43, страхових компаній non-life – 280; в аналогічному періоді 2015 р. – 368 компаній, у тому числі страхових компаній life – 50, страхових компаній non-life – 318). Більш детально динаміка страхового ринку представлена на рис. 1 [3]. Отже, існує досить стрімка динаміка скорочення чисельності страхових компаній в Україні. Стримуючим чинником діяльності українського страхового ринку є те, що він знаходиться в досить складній та суперечливій ситуації, оскільки одним із головних факторів впливу нього є фінансова криза. Загалом стан страхового ринку України за останні роки характеризується динамічним скороченням діяльності страхових компаній, погіршенням фінансового стану платоспроможності та надійності, що супроводжується зменшенням їх кількості, скороченням напрямів страхової діяльності та зменшенням обсягів страхових операцій.

Визначальними рисами поліпшення стану страхових компаній у період кризи є: активний пошук інформації про тенденції і прогнози, рішення і дії колег на страховому ринку за аналогічних ситуацій у минулому; прийняття рішень в умовах невизначеності; дефіцит часу, ресурсів та досвіду діяльності в подібній ситуації та найважливіше – підвищення стійкості страхових компаній. Тобто першочерговою необхідністю страховика під час кризи є не ресурси, а інформація. Водночас головними завданнями розвитку страхування залишаються підвищення фінансового стану, конкурентоспроможності, платоспроможності, рівня інвестиційної привабливості страхових компаній, розвиток сучасної інфраструктури страхового ринку тощо. Особливу увагу необхідно приділити підвищенню фінансової надійності страхової компанії, оскільки її достатній рівень є запорукою ефективного функціонування страховика та високого ступеня довіри серед клієнтів та населення у цілому.

У вітчизняній літературі відсутній єдиний підхід до визначення терміну «фінансова стійкість страхової компанії». Проблема дослідження сутності даного поняття пов'язана, по-перше, із визначенням повноти трактування категорії фінансової стійкості і, по-друге, з ототожненням фінансової стійкості страхової компанії з такими поняттями, як «фінансова надійність» і «фінансова безпека страхової компанії» [5, с. 150]. Поняття «фінансова стійкість» походить від англійського financial stability (фінансова стійкість або стабільність). Термін «стійкість» можна трактувати по-різному, наприклад як здатність будь-якої системи підтримувати певні властивості та характеристики на незмінному рівні. Тлумачний словник Даля визначає стійкість як спроможність суб'єкта або предмета вистояти супроти сили, встояти, не поступитися чомусь; Словник української мови – як «здатність довго зберігати і проявляти свої властивості, не піддаватися руйнуванню, псуванню». У широкому значенні стійкість свідчить про спроможність об'єкта, системи виконувати свої функції, незважаючи на вплив ендогенних і екзогенних факторів. Таким чином, поняття «стійкість» є близьким за значенням до понять стабільності, постійності, сталості, надійності. Така етимологічна спорідненість призводить до їх ототожнення, що ускладнює розмежування таких економічних термінів, як «фінансова стійкість», «фінансова стабільність», «фінансова надійність». Існує багато варіантів визначення поняття «фінансова стійкість страховика», і різні автори трактують його по-своєму. Декілька з них представлені в табл. 1.

У результаті проведеного аналізу можна виділити три основні науково-методичні підходи до систематизації таких понять, як «фінансова стійкість», «фінансова надійність» та «фінансова безпека» (рис. 2) [5, с. 151].

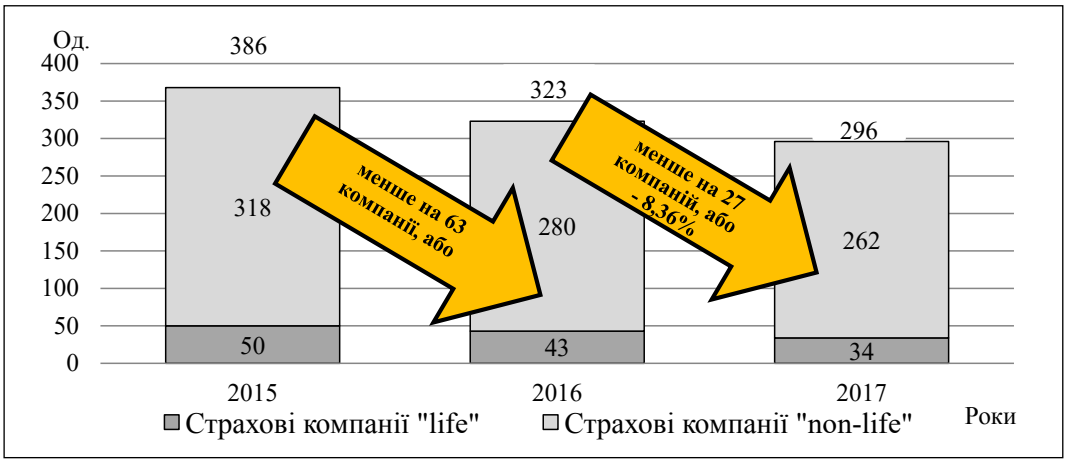


Рис. 1. Динаміка страхового ринку за аналогічний період 2015–2017 рр.

Таблиця 1

Узагальнення авторських підходів до визначення поняття «фінансова надійність»

№	Автор, джерело	Визначення	Ключові слова
1.	Тлумачний словник Даля	спроможність суб'єкта або предмета вистояти супроти сили, встояти, не поступитися чомусь	спроможність вистояти супроти сили
2.	Словник української мови	Здатність довго зберігати і проявляти свої властивості, не піддаватися руйнуванню, псуванню	не піддаватися руйнуванню, псуванню
3.	О.В. Козьменко, О.В. Кузьменко	здатність системи підтримувати основні характеристики на стабільному рівні в умовах коливань ринку, адекватно протистояти впливу зовнішніх факторів і забезпечувати довгострокову динамічну рівновагу	система, що підтримує основні характеристики на стабільному рівні
4.	Л.О. Орланюк-Малицька	«платоспроможність страхової компанії» або «платоспроможність страхової організації» в часі з дотриманням умови фінансової рівноваги між власними та залученими коштами	платоспроможність страхової компанії або платоспроможність страхової організації
6.	Л.В. Шірінян	здатність страхової компанії зберігати наявний рівень платоспроможності впродовж певного часу за можливих несприятливих зовнішніх та внутрішніх впливів на фінансові потоки	несприятливі зовнішні та внутрішні впливи
7.	А.Е. Жеребко	здатність страхової компанії зберігати наявний рівень платоспроможності впродовж тривалого часу і за суттєвих впливів, використовуючи для цього фінансовий, технологічний або управлінський потенціал	фінансовий, технологічний або управлінський потенціали
8.	О.О. Шевчук	здатність страхової компанії зберігати нормальний стан фінансових потоків під впливом незначних збурень зовнішнього середовища, постійне збалансування або перевищення доходів над витратами по страховому фонду в цілому	постійне збалансування страхового фонду
9.	А.А. Кудрявцев	забезпечення такої структури дохідності та ліквідності вкладень, яка мінімізує технічний ризик страхування	мінімізація технічного ризику
10.	В.В. Глущенко	такий стан фінансових ресурсів страхової компанії, який забезпечує платоспроможність і подальший розвиток організації в умовах ризику, пов'язаного зі страховим захистом суб'єктів ринку	страховий захист суб'єктів ринку
Таким чином, можна зробити висновок, що фінансова надійність страховика – це платоспроможність страхової компанії або платоспроможність страхової організації, яка здатна виконати свої зобов'язання за несприятливих зовнішніх та внутрішніх впливів, використовуючи для цього фінансовий, технологічний або управлінський потенціал та постійно збалансовувати свої страхові фонди і мінімізувати технічний ризик, щоб забезпечити страховий захист суб'єктів ринку.			

Отже, згідно з першим підходом, поняття фінансової стійкості та фінансової надійності ототожнюються та можуть рівноправно використовуватися (В.Д. Бігдаш, Д. Бланд, Н.М. Внукова, О.Д. Вовчак, Ю.М. Дьячкова, С.С. Осадець, О.В. Марушко).

Відповідно до другого підходу, фінансова надійність визначається вужче, ніж фінансова стійкість, та є його похідною (І.С. Іванюк та Н.В. Ткаченко). На думку зазначених науковців, необхідною умовою фінансової стійкості є не лише платоспроможність страхової компанії, а й її фінансова надійність. Тобто страхова компанія, що є фінансово надійною, не обов'язково буде фінансово стійкою, а фінансово стійка завжди буде фінансово надійною.

Третій підхід передбачає розширення поняття фінансової стійкості. На думку О.І. Барановського та А.М. Єрмошенко, фінансова безпека страхової компанії є більш глибоким поняттям і обов'язковою умовою для її стійкої діяльності [5, с. 151].

На нинішньому етапі розвитку страхового ринку України забезпечення фінансової стійкості страхових компаній є одним із пріоритетних завдань. Слід зауважити, що в ході посилення процесів економічної глобалізації успішне функціонування страхових компаній значною мірою залежить саме від рівня її фінансової стійкості.

Лише забезпечивши власну фінансову стійкість, страховик може генерувати чинники позитивних кількісних і якісних змін для нормального функціонування в теперішній час і зростання фінансового потенціалу в майбутньому. Забезпечення фінансової стійкості страховика є складним процесом, який пов'язаний із постійним контролем усіх сфер його діяльності та своєчасною реакцією його менеджменту на зміну внутрішнього та зовнішнього середовища. Основні та додаткові критерії забезпечення стабільної діяльності страховика представлені на рис. 3 [1].

На фінансову стійкість страховика впливає низка факторів, які можуть мати як внутрішнє (якими може управляти сама компанія), так і зовнішнє походження (спричиняються зовнішніми процесами, компанія не має змоги впливати на них, але повинна враховувати в процесі діяльності) (табл. 2).

До ознак фінансової надійності страхових компаній належать наявність фінансових ресурсів для розвитку як суб'єкта ринку (фінансова надійність) та платоспроможність.

Платоспроможність страховика – здатність страховика виконати свої зобов'язання. Зобов'язання страховика складаються із двох груп:

1) зовнішні зобов'язання, тобто зобов'язання перед страхувальниками, фінансовими установами, перестраховиками, бюджетом;

2) внутрішні зобов'язання – це зобов'язання перед засновниками, представництвами та філіями, співробітниками.

Чинники фінансової надійності страховика: розмір власних коштів збалансований страховий портфель; страхові тарифні ставки; величина страхових резервів, адекватна сумі взятих на себе зобов'язань; розміщення страхових резервів; перестрахування.

Основний складник зовнішніх зобов'язань – страхові зобов'язання, які забезпечуються за рахунок двох основних джерел – страхових резервів, які мають бути адекватними взятим зобов'язанням, і власних вільних коштів.

Досвід закордонних страховиків показує, що страховика можна вважати платоспроможним, коли власні кошти перевищують зовнішні зобов'язання. До власних коштів страховика

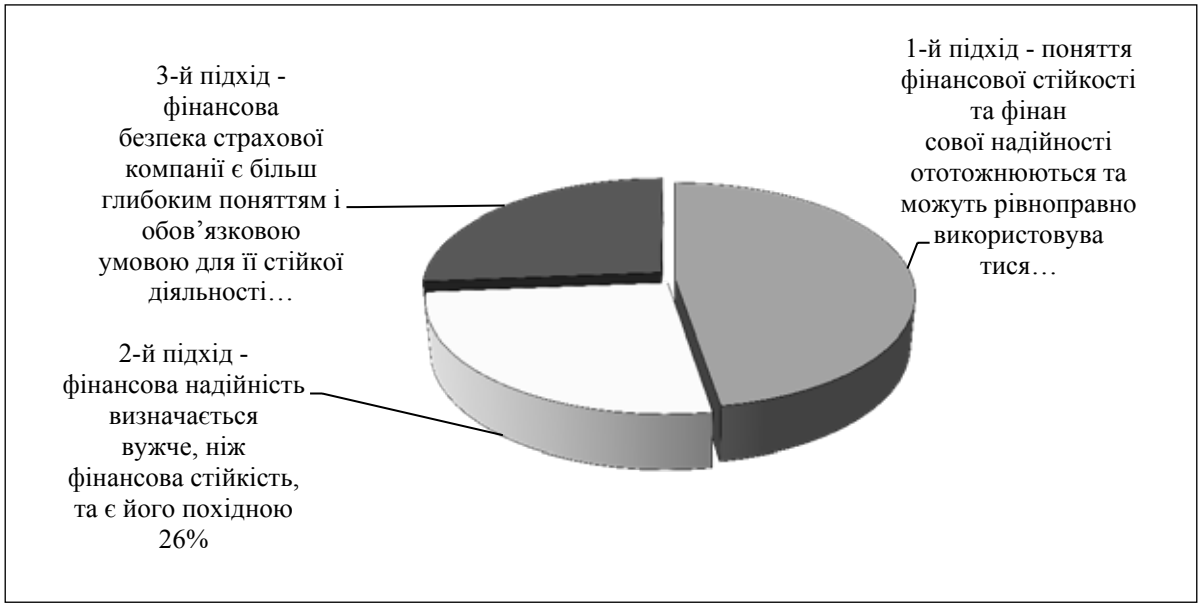


Рис. 2. Підходи науковців до трактування поняття «фінансова надійність»

Таблиця 2

Фактори впливу на фінансову стійкість страхової компаній

Фактори вплину на фінансову стійкість СК	
Зовнішні	**Внутрішні**
Порядок ліцензування	Загальна стратегія компанії та корпоративна культура
Порядок інвестування страхових резервів	Рівень і пріоритети фінансового менеджменту
Підходи до визначення маржі платоспроможності	Організаційна структура компанії
Регулювання перестрахувальних операцій	Структура збалансованості страхового портфеля
Антимонопольне регулювання	Тарифна політика
Податкове законодавство	Обсяг власного капіталу
Регулювання страхових тарифів	Обсяги клієнтської бази та її стійкість
Ризики природних катаклізмів	Склад та рівень страхових резервів
Соціально-політична ситуація в країні	Політика перестрахування
Інфляційні процеси	Стан регіональної мережі
Рівень конкуренції на страховому ринку	Кваліфікація персоналу
Рівень страхової культури	Строк роботи на ринку та ділова репутація

Рис. 3. Критерії забезпечення стабільної діяльності страховика

належать: статутний капітал, вільні резерви, які формуються за рахунок прибутку, резерви, які не пов'язані із зобов'язаннями, а також нерозподілений прибуток. Власні кошти страховика утворюють запас (маржу) платоспроможності. Значний вплив на фінансову надійність мають правильний розрахунок тарифних ставок та збалансованість страхового портфеля, які відображають реальну ціну ризику з урахуванням збитковості страхової суми на підставі сформованого страхового портфеля та статистичних даних про настання страхових подій за декілька років. Страховий портфель характеризується: характером прийнятих на страхування ризиків та очікуваною ймовірністю їх настання; розміром сукупної страхової суми; кількістю укладених договорів страхування; кількістю діючих страхових договорів; числом застрахованих об'єктів; строком дії договорів; розміром страхових сум.

Для забезпечення платоспроможності страхова компанія повинна прагнути до створення стабільного страхового портфеля шляхом укладання якомога більшої кількості договорів із найбільшою відповідальністю за кожним ризиком. Достатність страхових резервів ураховує вид страхування, термін дії договору, рівномірність розподілу ризику. Розміщення страхових резервів та тимчасово вільних коштів враховує характер розподілу ризику, термін страхування, обсяг акумульованих коштів, необхідність в інвестиційному доході. Перестрахування враховує вартість об'єкту страхування, незбалансованість страхового портфеля, коливання результатів діяльності страховика для передачі частки ризику партнеру та власного утримання зобов'язань. Розмір власного утримання має бути залежним від галузі страхування, характеру ризику, ймовірності та можливого максимального розміру збитку, ступеня схильності до ризику, розміру власних коштів, а також від періоду та території покриття ризику. Додержання страховиком перелічених чинників, які мають вплив на його фінансову надійність, є певною гарантією для страхувальників, які в обмін на сплачені гроші отримують від страховика запевнення щодо забезпечення страхового захисту. Додатковими чинниками, які гарантують фінансову стійкість страховиків і захищають інтереси страхувальників, виступають:

1) страхові пули, що об'єднують фінансові можливості щодо прийняття ризиків на страхування багатьох страховиків – членів пулу;

2) спеціальні гарантійні фонди – створюються вольовим рішенням органів державного управління для забезпечення безумовності страхових виплат постраждалим. Мета їх функціонування – підвищити надійність страхового ринку.

Сьогодні у вітчизняній науці і практиці не існує єдиного підходу до системи показників фінансової стійкості страхових компаній. У більшості методик пропонується оцінювати фінансову стійкість страхових організацій на основі системи показників фінансової стійкості будь-якого суб’єкта господарювання з адаптацією їх до галузевих особливостей даної сфери.

Поширеними є методичні підходи до оцінки фінансової надійності страхової організації, в основу яких покладено розрахунок одиничного показника фінансової надійності страхової компанії або сукупності показників. Для оцінки фінансової надійності страховика пропонуються такі показники:

1) поточна надійність;

2) надійність перестрахувальної діяльності;
3) поточна ліквідність;
4) рівень платоспроможності.

Аналіз наукових праць учених-страховиків та вчених-статистиків дає змогу провести групування методичних підходів до аналізу фінансової надійності страхової компанії: в основу першого методу покладено визначення інтегрального показника фінансової надійності страхової компанії; в основу методичних підходів другої групи покладено розрахунок одиничного показника фінансової надійності страхової компанії; методичні підходи третьої групи обґрунтовують теоретичні засади побудови методики оцінювання фінансової надійності страхової компанії [4, с. 140]. Сучасна група науковців пропонує методику оцінки фінансової надійності страхової компанії, яка полягає у визначенні узагальнюючого показника – коефіцієнта фінансової надійності страхової компанії. Коефіцієнт надійності (Кн) страховика характеризує сукупний рівень ліквідності, платоспроможності і рентабельності та розраховується за формулою 1.

$$Кн = \sqrt[3]{Кп \times Кл \times Кр},$$

де Кп – коефіцієнт платоспроможності;
Кл – коефіцієнт ліквідності;
Кр – коефіцієнт рентабельності.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проблема підвищення фінансової стійкості страховиків є актуальним питанням сьогодення. Розв'язання проблеми забезпечення фінансової стійкості страхової компанії є багатофакторним завданням, оскільки успішне функціонування страхових компаній значною мірою залежить саме від рівня їхньої фінансової стійкості. Лише забезпечивши власну фінансову стійкість, страховик зможе генерувати чинники позитивних кількісних і якісних змін для нормального функціонування в теперішній час і зростання фінансового потенціалу в майбутньому. Саме тому в центрі уваги мають постійно перебувати дослідження щодо аналізу страхової організації, джерел забезпечення фінансової надійності, чинників зовнішнього і внутрішнього впливу, оскільки одним із найважливіших завдань під час визначення якості роботи страховика є оцінка фінансової стійкості страховика, що є одним із головних індикаторів того, чи зможе страхова компанія в майбутньому виконати свої зобов'язання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Напрями удосконалення фінансової стійкості страхових компаній / Г.О. Величко, Н.М. Сташкевич, О.С. Сташкевич. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. С. 79–82.
2. Временко Л.В., Подзолкова Ю.В. Теоретичні аспекти формування страхового портфеля страховика. Економічна наука XXI століття: реалії та перспективи: у 2-х ч. Дніпропетровськ: Гельветика, 2013. С. 248.
3. Динаміка страхового ринку України. URL: https://forinsurer.com/ratings/.
4. Кисельова І.Ю. Оцінка фінансової надійності страховика. Вісник ОНУ імени І.І. Мечникова. № 15. С. 139–143.
5. Олійник В.М., Бондаренко Є.К. Поняття фінансової стійкості страхової компанії та елементів впливу на неї. Збірник наукових праць. 2014. № 39. С. 148–160.

REFERENCES:

1. Velichko G. A. (2017) Directions of improving the financial stability of insurance companies. Scientific a messenger of the International Humanities University, pp. 79–82. (in Ukrainian)
2. Vremenko L.V. (2013) Theoretical Aspects of Formation of the Insurance Portfolio of the Insurer. Economic Science of the XXI Century: Realities and Prospects. // Collection of scientific works on actual problems of economics: in 2 parts / Scientific organization "Perspective". – Dnipropetrovsk: Publishing House "Helvetika", pp. 248. (in Ukrainian)
3. Dynamics of the insurance market of Ukraine [Electronic resource] – Resource Access Mode: https://forinsurer.com/ratings/
4. Kisilova I. Yu. Estimation of the financial reliability of the insurer. Bulletin of the ONU named after II Mechnikov, 15, pp. 139–143. (in Ukrainian)
5. Oliynyk V. M. (2014) The concept of financial stability of an insurance company and the elements of influence on it. Collection of scientific works., № 39., pp. 148–160. (in Ukrainian)

Kosareva I.P.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance,
Kiev National Trade and Economic University
Lysenko D.D.
Graduate Student
Kharkiv Institute of Finance,
Kiev National Trade and Economic University

FEATURES OF ASSESSMENT OF FINANCIAL RELIABILITY AND STABILITY OF INSURANCE COMPANIES OF UKRAINE

With the development of the insurance market, the importance of determining the degree of reliability and solvency of insurance companies, assessing their financial status and results is increasing.

One of the prerequisites for the formation of full-fledged market relations in Ukraine is to increase the role of insurance companies as one of the key components in the management system. Insurance companies, mobilizing cash and turning them into capital; they are able not only to protect the social production but also to make the necessary investments in the country's economy and contribute to the development of the capital market itself.

The urgency of the theme of the course work is determined by the objective need to specify the concept of "financial insurer reliability" and to develop a methodology for its assessment, based on which the interpretation of economic categories should be justified. In economic literature, there is a common opinion that analytically this indicator is defined as the sum of a number of individual indicators taken with different weight factors, representing the degree of influence of a particular factor on the end result.

The concept of financial reliability – a comprehensive, absorbing the question of the adequacy of equity, the availability of insurance reserves, as well as solvency, liquidity, and profitability. The insurance company will be financially reliable if the insurer is able to fulfil its obligations to other economic entities in any adverse situation, both in the present and in the future. Thus, the financial resources of the insurer are the basis of the formation of financial reliability.

In our work, we considered the peculiarities of assessing the financial soundness and stability of Ukrainian insurance companies. We analysed the current state of the Ukrainian insurance market and identified trends in reducing the number of insurance companies. The dissenting views of scholars regarding the term "financial security" and the financial stability of the insurer were dispelled. The criteria of the provision and factors influencing the insurer's financial stability, as well as methodical approaches to the analysis of the financial reliability of the insurance company were considered.

ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

ASSESSMENT OF THE MANAGEMENT OF THE PROCESS FOR FORMING THE BENEFIT OF THE ECONOMIC ENTITY

УДК 338.24

Мартиненко В.П.
д.е.н., професор кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Кушик І.Л.
студентка
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті головну увагу приділено оцінці управління процесом формування прибутковості на підприємстві. Розглянуто фактори, які впливають на процес формування прибутковості, і визначено, що оцінку управління процесом формування прибутковості можна проводити за допомогою показників ефективності використання основних виробничих фондів, праці (трудових ресурсів), матеріальних ресурсів, оборотних фондів та показників рентабельності. Використання цієї методики оцінювання дасть змогу менеджерам досить оперативно виявити проблеми і недоліки в управлінні формуванням прибутку на підприємстві та своєчасно прийняти відповідні управлінські рішення щодо подальшої прибуткової діяльності суб'єкта господарювання.

Ключові слова: *оцінка, управління, процес формування прибутку, підприємство, рентабельність, показники, діяльність.*

В статье главное внимание уделено оценке управления процессом формирования доходности на предприятии. Рассмотрены факторы, влияющие на процесс формирования доходности, и определено, что оценку управления процессом формирования доходности можно проводить с помощью показателей эффективности использования основных производственных фондов, труда (трудовых ресурсов), материальных ресурсов, оборотных фондов и показателей рентабельности. Использование этой методики оценки позволит менеджерам достаточно оперативно выявить проблемы и недостатки в управлении формированием прибыли на предприятии и своевременно принять соответствующие управленческие решения относительно дальнейшей прибыльной деятельности предприятия.

Ключевые слова: *оценка, управление, процесс формирования прибыли, предприятие, рентабельность, показатели, деятельность.*

In the scientific article, the main attention is paid to the evaluation of the management of the process of profitability formation at the enterprise. The factors that influence the process of profitability formation are considered and it is determined that the evaluation of the management of the process of profitability formation can be carried out using indicators of the efficiency of the use of the main productive assets, labour (labour resources), material resources, circulating assets, and profitability indicators. The use of the evaluation methodology presented in the article will allow managers to quickly identify problems and disadvantages in managing the formation of profits at the enterprise and timely take appropriate management decisions regarding the further profitability of the entity.

Key words: *estimation, management, profit making process, enterprise, profitability, indicators, activity.*

Постановка проблеми. Функціонування суб'єктів господарювання в умовах розвитку ринкових відносин пов'язане з формуванням фінансових ресурсів. Ураховуючи різні аспекти фінансово-господарської діяльності підприємств, найважливішим є процес управління формуванням прибутку, який характеризує ефективність діяльності суб'єктів господарювання, визначає можливості фінансування науково-технічного і соціального розвитку в подальшому й є узагальнюючим показником діяльності підприємства.

Управління процесом формування прибутковості повинно бути спрямоване на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання.

Значна частина підприємств характеризується недосконалістю або навіть відсутністю чіткої системи управління процесом формування прибутку, що не дає змоги вирішувати проблеми виживання, забезпечення фінансової стабільності та підвищення рівня прибутковості в перспективі. Отже, на даному етапі розвитку економіки доцільним є вирішення питання щодо оцінювання ефективного управління процесом формування прибутку, використання результатів якого дасть змогу забезпечити достатній рівень матеріально-технічного забезпечення виробничого процесу, підвищити якість продукції за рахунок залучення капіталовкладень у технологічне оновлення виробництва та введення інновацій, розширити обсяги діяльності, а також сприятиме посиленню конкурентної позиції на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато питань, що пов'язані з оцінкою формування прибутку підприємств, знайшли відображення зарубіжній і вітчизняній літературі. Зокрема, ці проблеми висвітлено в роботах І. Балабанова, Л. Бадалова, Г. Азгальдова, Г. Савицької, І. Бланка, М. Білик, А. Мазаракі, А. Поддєрьогіна, С. Покропивного та ін. Проте, незважаючи на численні дослідження, проблеми, пов'язані з оцінкою управління процесом формування прибутковості на підприємствах у нестійкому ринковому середовищі, потребують подальшого опрацювання.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні показників для проведення оцінки

управління процесом формування прибутковості на підприємстві в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прибуток значно впливає на величину фінансових ресурсів держави, тому характеризує економічні та соціальні процеси, рівень фінансового забезпечення суспільного виробництва, темпи нагромадження. У ринкових умовах підприємство повинно прагнути до того обсягу прибутку, що давав би йому змогу не тільки міцно утримувати свої позиції на ринку, а й забезпечувати динамічний розвиток виробництва в умовах конкуренції, що в кінцевому підсумку потребує від керівництва підприємства мати довгострокову стратегію щодо управління прибутком.

Варто зазначити, що результат діяльності будь-якого суб'єкта господарювання залежить від ефективного управління процесом формування прибутку, яке передбачає аналіз фінансових результатів підприємства та планування обсягів прибутку в плановому періоді.

Оцінка управління процесом формування прибутковості підприємства показала, що воно залежить від низки факторів, які умовно можна розділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори не залежать від аспектів функціонування підприємства, а підприємство, зі свого боку, не може впливати на їх виникнення, проте докладає усіх зусиль для вчасного реагування на їх вплив та можливості нівелювання. До таких факторів можна віднести рівень економічного розвитку держави, рівень розвитку галузі, динаміку ВВП, рівень імпорту та експорту, правове забезпечення функціонування підприємств, рівень інфляції, наявну податкову систему в державі. Внутрішні фактори безпосередньо залежать від діяльності підприємства, до яких слід віднести діючий на підприємстві менеджмент, рівень кваліфікації працівників, маркетингову, цінову та асортиментну політику суб'єкта господарювання, обсяг випуску продукції, її якість.

Оцінка управління процесом формування прибутковості дає змогу визначити такі завдання, як [1]:

– забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання та ринковій кон'юнктурі;

– забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку та допустимим рівнем ризику;

– забезпечення високої якості прибутку;

– забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства;

– підтримка конкурентоспроможності в довгостроковому періоді;

– підтримка інвестиційної привабливості.

Дослідження управління процесом формування прибутковості на підприємстві передбачає визначення передусім джерел формування прибутку. Основними джерелами формування прибутку є:

– прибуток від операційної діяльності;

– прибуток від фінансової діяльності;

– прибуток від інвестиційної діяльності.

Оскільки операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, яка пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції, забезпечує основну частку доходу й є головною метою створення підприємства, на нашу думку, оцінка управління процесом формування прибутковості суб'єкта господарювання має бути спрямована саме на управління процесом формування прибутку від операційної діяльності.

Для оцінки ефективності управління процесом формування прибутку від операційної діяльності можна виділити такі групи показників, як:

– ефективність використання основних виробничих фондів;

– ефективність використання праці (трудових ресурсів);

– ефективність використання матеріальних ресурсів;

– ефективність використання оборотних фондів.

Основні виробничі фонди, що беруть участь у процесі виробництва, піддаються фізичному та моральному зносу і, як наслідок, знижуються їх експлуатаційні можливості. Стан і використання основних виробничих фондів є важливими умовами, факторами забезпечення нормальних умов процесу виробництва та підвищення його ефективності, тому на підприємствах велике значення мають проведення систематичної оцінки стану основних фондів й аналіз ефективності їх використання. Серед основних показників оцінки ефективності використання основних виробничих фондів можна виділити фондовіддачу, фондомісткість та рентабельність основних фондів [3].

Для підвищення ефективності функціонування будь-якого підприємства велике значення мають і трудові ресурси. У процесі дослідження трудових ресурсів необхідно оцінити продуктивності праці на підприємстві, трудомісткість продукції, забезпеченість підприємства трудовими ресурсами.

Ефективність використання матеріальних ресурсів оцінюється за допомогою показників матеріаломісткості та матеріаловіддачі.

Рівень організації матеріально-технічного постачання безпосередньо впливає на виробничу діяльність підприємства, тому під час аналізу випуску продукції дається оцінка постачання матеріалами та комплектуючими виробами, визначаються вплив матеріально-технічного постачання на обсяг реалізації продукції протягом аналізованого періоду та ритмічність роботи підприємства [4].

Аналіз забезпеченості та ефективності матеріальних ресурсів повинен бути спрямований на

Таблиця 1

Основні показники оцінки управління процесом формування прибутковості

Показник	Формула розрахунку	Характеристика
1	2	3
Показники ефективності використання основних виробничих фондів		
Фондовіддача	$F_в = \frac{Q}{Ф_{СР}}$, де Q – обсяг продукції; Фср – середньорічна вартість основних виробничих фондів.	Характеризує обсяг виробленої підприємством продукції у вартісних вимірниках одиницею основних виробничих фондів.
Фондомісткість	$F_м = \frac{Ф_{СР}}{Q}$, де Q – обсяг продукції; Фср – середньорічна вартість основних виробничих фондів.	Показує частку вартості основних фондів, що припадає на кожну гривню продукції, що випускається.
Рентабельність основних фондів	$Р = \frac{П}{\overline{ОЗ}} X100\%$, де П – річний прибуток підприємства; $\overline{ОЗ}$ – середньорічна вартість основних засобів.	Вказує на частку прибутку підприємства, отриманого за рік, від вартості основних засобів.
Показники ефективності використання праці (трудових ресурсів)		
Продуктивність праці	$П = \frac{ТП}{Ч}$, де ТП – обсяг товарної продукції, тис. грн.; Ч – чисельність промислово-виробничого персоналу, осіб.	Характеризує ефективність, витрат праці й визначається кількістю продукції, виробленої в одиницю робочого часу, або витратами праці на одиницю виробленої продукції (виконаних робіт).
Трудомісткість продукції	$Тр = \frac{Т}{Q}$, де Q – обсяг виробленої продукції; Т – затрати робочого часу.	Характеризує затрати часу на одиницю продукції (тобто зворотна величина виробітку).
Абсолютна та відносна забезпеченість підприємства робітниками	АЗр = ФЧр – ПЧр, де ФЧр – фактична чисельність робітників; ПЧр – планова чисельність робітників; ВЗр – ФЧр/ПЧр х % в. п., де % в. п – процент виконання плану випуску продукції.	Характеризує забезпеченість підприємства трудовими ресурсами
Показники ефективності використання матеріальних ресурсів		
Матеріаломісткість продукції	$М_м = \frac{М}{Q}$, де М – величина матеріальних витрат на загальний випуск товарної (валової, чистої) продукції; Q – обсяг виготовленої продукції.	Характеризує вартість витрат матеріальних ресурсів на одиницю виробленої продукції.
Матеріаловід-дача	$М_м = \frac{Q}{М}$, де М – величина матеріальних витрат на загальний випуск продукції; Q – обсяг виготовленої продукції.	Характеризує ефективність використаних предметів праці, тобто показує, скільки вироблено продукції з одиниці витрачених матеріальних ресурсів (сировини, матеріалів, палива, електроенергії та ін.).
Показники ефективності використання обігових фондів		
Коефіцієнт обіговості обігових коштів	$К_{ОБ} = \frac{Р}{ОК}$, де Р – вартість реалізованої продукції, грн.; ОК – середній залишок обігових коштів, грн.	Вимірює ефективність використання обігових активів підприємства (грошових коштів, запасів товарів, виробничих запасів, дебіторської заборгованості).
Коефіцієнт обіговості дебіторської заборгованості	$К_{о.д.з.} = \frac{ЧВ}{\overline{ДЗ}}$, де ЧВ – чиста виручка, $\overline{ДЗ}$ – середньорічна вартість дебіторської заборгованості.	Показує швидкість обертання дебіторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємством.

Закінчення таблиці 1

1	2	3
Коефіцієнт обіговості матеріальних запасів	$К_{о.м.з.} = \frac{С/в}{\overline{ВЗ}}$, де С/в – собівартість реалізованої продукції; $\overline{ВЗ}$ – середньорічна вартість виробничих запасів.	Показує число оборотів матеріальних запасів підприємства. Зниження цього показника свідчить про збільшення запасів, незавершеного виробництва або про зниження попиту на готову продукцію.
Тривалість обігу дебіторської заборгованості	$T_{о.д.з.} = \frac{365 \text{ днів}}{К_{о.д.з.}}$	Показує середній період погашення дебіторської заборгованості підприємства.
Показник відносного вивільнення обігових коштів	$ОК_{ВТ} = \frac{В_р}{Д} \times (Т_1 - Т_0)$, де ОКвт – сума вивільнених обігових коштів, грн.; Вр – обсяг реалізованої продукції за розрахунковий період, грн.; То і Т1 – тривалість обігу відповідно в попередньому та розрахунковому періодах, днів. Д – дні періоду.	Відносне вивільнення обігових коштів з обігу відображає стабільність або зростання обігових коштів за зростання обсягів реалізації продукції. При цьому темпи зростання обсягів реалізації продукції випереджають темпи зростання залишків обігових коштів.

Джерело: складено за даними [5]

Таблиця 2

Основні показники рентабельності

Показники	Формула розрахунку	Характеристика
Коефіцієнт рентабельності активів	$К_{р.а.} = \frac{ЧП}{\overline{А}}$, де ЧП – чистий прибуток; $\overline{А}$ – середня величина активів підприємства.	Характеризує рівень прибутковості, який створюється всіма активами підприємства, що перебувають у його розпорядженні.
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$К_{р.вк.} = \frac{ЧП}{\overline{ВК}}$, де ЧП – чистий прибуток підприємства; $\overline{ВК}$ – середня величина власного капіталу.	Характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного у підприємство, й є показником інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.
Коефіцієнт рентабельності діяльності	$К_{р.д.} = \frac{ЧП}{ЧВ}$, де ЧП – чистий прибуток; ЧВ – чиста виручка.	Характеризує ефективність господарської діяльності підприємства.
Коефіцієнт рентабельності продажів	$К_{р.п.} = \frac{П}{ВР}$, де П – прибуток від реалізації продукції; В – виручка від реалізації.	Показує, яка питома вага прибутку в загальній сумі виручки від реалізації.
Коефіцієнт рентабельності продукції	$К_{р.п.} = \frac{П}{С}$, де П – прибуток від реалізації продукції; С – собівартість реалізованої продукції.	Характеризує доходність від реалізації і показує, на скільки гривень потрібно реалізувати готової продукції, щоб отримати 1 грн. прибутку.

Джерело: складено за даними [8]

обґрунтування планів їх економії та дотримання норм їх витрати, на визначення внутрішньовиробничих резервів зниження матеріаломісткості виробництва, економії матеріальних витрат і збільшення за рахунок цього виконання реалізації продукції та виконання обсягів робіт. Під матеріальними ресурсами розуміються різні речові елементи виробництва, що використовуються як предмети праці у виробничому процесі та іншій діяльності.

Ефективність використання обігових коштів на підприємстві характеризується швидкістю їх обігу (обіговістю). Чим менше обігові кошти затримуються на окремих стадіях, тим швидше завершується їхній кругообіг. Показники, що характеризують швидкість обіговості обігових коштів, і є показниками ефективності їхнього використання.

У табл. 1 розглянуто ці групи показників і наведено формули розрахунку.

Таким чином, за збільшення значення вищезазначених показників ми можемо говорити про високий рівень управління процесом формування прибутковості.

Під час управління процесом формування прибутку підприємства велике значення мають також показниками рентабельності. Вони демонструють ефективність підприємницької діяльності, оскільки їх величина показує співвідношення між наявними та використаними фінансовими ресурсами [6]. Показники рентабельності використовуються під час вибору варіантів формування асортименту та структури продукції, у ціноутворенні, інвестиційній політиці. Вони показують величину прибутку, одержану на одиницю ресурсу, витрат, активу [7].

Рентабельність є показником, що комплексно характеризує ефективність діяльності підприємства. За його допомоги можна оцінити ефективність управління підприємством, оскільки отримання високого прибутку і достатнього рівня прибутковості багато в чому залежить від правильності і раціональності прийнятих управлінських рішень, тому рентабельність можна розглядати як один із критеріїв якості управління. За значенням рівня рентабельності можна оцінити довгострокове благополуччя підприємства, тобто здатність підприємства отримувати достатній прибуток та інвестиції.

Формули розрахунку та характеристику даних коефіцієнтів представлено в табл. 2.

Джерелом інформації для аналізу рентабельності підприємства є форми фінансової звітності, а саме: форма № 1 «Баланс підприємства»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати»; форма № 5 «Звіт про затрати на виробництво» [8].

Аналіз рівня рентабельності виробництва продукції допомагає виявити питання поліпшення структури виробництва на підприємстві, його спеціалізації, територіального розміщення, визначити ефективність виробництва тієї чи іншої продукції.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, управління процесом формування прибутковості має велике значення в діяльності суб'єкта господарювання, оскільки в сучасних умовах від ефективності даного процесу залежать результативність діяльності підприємства і фінансова незалежність. Використання представленої у цій статті системи визначених показників дасть змогу менеджерам досить оперативно виявити проблеми і недоліки в управлінні формуванням прибутку на підприємстві та своєчасно прийняти відповідні управлінські рішення стосовно подальшої прибуткової діяльності суб'єкта господарювання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування: монографія. К.: ПанТот, 2012. 280 с.
2. Економіка підприємства / Г.В. Черевко, Н.Ф. Горбонос, А.О. Павленчик. К.: Знання, 2010. 463 с.
3. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб.; 2-е вид., стер. К.: Знання, КОО, 2001. 378 с.
4. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І.А. Бержанір, Ю.В. Улянич, Н.І. Гвоздєй. Вісник ХНДАУ. 2015. № 1. С. 261–265.
5. Довбня С.Б., Пендик О.Г. Методичні особливості показників рентабельності та розробка їх класифікації. Молодий вчений. 2014. № 5. С. 94–97.
6. Зінченко О.А. Визначення показників рентабельності на основі величини якості прибутку. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2009. № 28. С. 150–155.
7. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз сільськогосподарських підприємств. К.: КНЕУ, 2004. 365 с.
8. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика; 2-е вид. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 398 с.

REFERENCES:

1. Bilyk M. D. (2012) Finansovi rezultaty diialnosti malykh pidpryiemstv: otsinka ta prohnozuvannia: monohrafiia [Financial results of small businesses: estimation and forecasting: monograph]. Kyiv: Ltd "PanTot"
2. Cherevko H. V., Horbonos N. F., Pavlenchyk A. O. (2010) Ekonomika pidpryiemstva [Business economics]. Kyiv: Znannia (in Ukrainian)
3. Korobov M. Ya. (2001) Finansovo-ekonomichnyi analiz diialnosti pidpryiemstv [Financial and economic analysis of enterprises]. Kyiv: Znannia
4. Berzhanir I.A., Berzhanir I.A., Ulianych Yu.V., Hvozdiei N.I. (2015) Rentabelnist yak osnovnyi pokaznyk otsinky diialnosti pidpryiemstva [Profitability as the main indicator of enterprise performance evaluation]. Proceedings of the Visnyk KhNDAU, pp 261–265.
5. Dovbnia S.B., Pendyk O.H. (2014) Metodychni osoblyvosti pokaznykiv rentabelnosti ta rozrobka yikh klasyfikatsii [Methodical features of indicators of profitability and development of their classification]. Proceedings of the Molodyi vchenyi, pp 94–97.
6. Zinchenko O.A. (2009) Vyznachennia pokaznykiv rentabelnosti na osnovi velychyny yakosti prybutku [Determination of profitability indicators based on the quality of profit]. Proceedings of the Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. № 28., pp 150–155.
7. Lakhtionova L.A. (2004) Finansovyi analiz silskohospodarskykh pidpryiemstv [Financial analysis of agricultural enterprises]. Kyiv: KNEU.
8. Bazylincka O.Ia. (2011) Finansovyi analiz: teoriia ta praktyka [Financial Analysis: Theory and Practice]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury.

Martynenko V.P.
Doctor of Economic Sciences,
Professor at Department of Economics and Business
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"
Kushyk I.L.
Graduate Student,
National Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

ASSESSMENT OF THE MANAGEMENT OF THE PROCESS FOR FORMING THE BENEFIT OF THE ECONOMIC ENTITY

In the article, the main attention is paid to the evaluation of the management of the process of profitability formation at the enterprise. The management of the profit generation process consists in analysing the company's profit in the pre-planning period and planning the volumes and optimal composition of the profit generation in the planned period.

The factors influencing the estimation of the management of the process of formation of profitability are considered. Management of the process of generating the profitability of an enterprise is dependent on a number of factors that can be conventionally divided into external and internal ones. External factors do not depend on aspects of the functioning of the enterprise, and the company, for its part, cannot influence their occurrence but makes every effort to respond in a timely manner to their influence and the possibilities of its levelling. These factors include the level of economic development of the state, the level of industrial development, GDP dynamics, the level of import and export, the legal framework for the functioning of enterprises, the level of inflation, the current tax system in the state. Internal factors directly depend on the activity of the enterprise, which should include the current management in the enterprise, the level of skills of employees, marketing, price and assortment policies of the subject of economic activity, the volume of production, its quality.

It is determined that the evaluation of the management of the process of profitability formation can be carried out using indicators of the efficiency of the use of basic productive assets, indicators of the efficiency of labour use (labour resources), indicators of the efficiency of the use of material resources, as well as indicators of the efficiency of the use of working capital. The analysis of the profitability indicators allows determining the efficiency of entrepreneurial activity because their value shows the correlation between available and used financial resources.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

FEATURES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE SPHERE OF TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY

УДК 331.108.26:338

Марченко О.А.
д.е.н., професор кафедри економіки, управління та адміністрування
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Самокіш А.О.
студентка
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Стребкова К.М.
студентка
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

У статті визначено особливості кадрового менеджменту зайнятості працівників сфери туризму та готельно-ресторанного господарства. Визначено структурні співвідношення керівних кадрів та рядових працівників, їх функціональні обов'язки й компетенції. Обґрунтовано категорії та показники оцінки їхньої діяльності. Розроблено стратегії вдосконалення кадрового менеджменту та його діяльності на рівні туристичних підприємств на перспективу.
Ключові слова: *туристичні підприємства, мотивація, персонал, кадровий менеджмент, структура, вдосконалення, компетенції, плани, стратегії, готельно-ресторанне господарство.*

В статье определены особенности кадрового менеджмента занятости работников сферы туризма и гостинично-ресторанного хозяйства. Определены структурные соотношения управляющих кадров и рядовых работников, их функциональные обязанности и компетенции. Обоснованы категории и показатели оценки их деятельности. Разработаны стратегии усовершенствования кадрового менеджмента и его деятельности на уровне туристических предприятий на перспективу.
Ключевые слова: *туристические предприятия, мотивация, персонал, кадровый менеджмент, структура, усовершенствование, компетенции, планы, стратегии, гостинично-ресторанное хозяйство.*

Peculiarities of the staffing management of the employment of employees of tourism and hotel and restaurant industry are defined in this article. The structural correlation of the leading staff and the ordinary employees, their functional duties and the competences are determined. Categories and the indicator of the mark of its activities are grounded. Strategies for the improvement of the staffing management and its activity at the level of tourism enterprises to perspective are developed.
Key words: *tourist enterprises, motivation, personnel, staffing management, structure, improvement, competences, plans, strategies, hotel and restaurant industry.*

Постановка проблеми. У сучасному менеджменті підприємств сфери туристичного та готельно-ресторанного господарства все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання їх ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації ґрунтується на отриманні максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дає змогу підвищити загальну результативність і прибутковість діяльності туристичних підприємств зокрема.

Особливістю управління персоналом у ринковій економіці є зростаюча роль особи працівника. Відповідно, змінюється співвідношення стимулів і потреб, на які може спиратися система стимулювання. Для мотивації співробітників підприємств сфери туризму та готельно-ресторанного господарства сьогодні використовують як фінансові, так і нефінансові методи або винагороди. Проте певного розуміння структури співвідношення окремих аспектів мотиваційної сфери співробітників сьогодні і найбільш ефективних методів управління ними ні теорія менеджменту, ні практика управління персоналом не дають.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у теорію дослідження соціально-економічних процесів, що відбуваються в туристичних підприємствах, зробили М. Войнаренко, О. Виноградова, З. Горбильова, П. Ґудзь, Є. Ільїна, В. Євдокименко, В. Квартальнов, А. Куценко, О. Любіцева, І. Маркіна, О. Сарапіна, Т. Ткаченко, С. Цьохла, І. Школа, Л. Шульгіна, І. Черниш та ін. Питання ефективності трудових ресурсів, керівного персоналу, мотивації праці висвітлено в роботах Л. Лібанової, О. Макарової, Л. Мармуль, Т. Олійник, І. Романюк, Л. Транченко. Проте вирішення проблем зайнятості, менеджменту, мотивації та продуктивності праці на рівні туристичних підприємств потребують подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування особливостей зайнятості, структури персоналу туристичних підприємств та готельно-ресторанного господарства, систем його мотивації та вдосконалення менеджменту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якість управлінської діяльності в галузі туризму та готельно-ресторанного господарства залежить, насамперед, від старанності добору і роботи менеджерів туристичної сфери. Організаційна робота належить до таких видів людської діяльності, що потребують специфічних якостей, які характеризують ту чи іншу особу професійно придатною або не придатною до роботи як керівника, менеджера, фахівця туристичного підприємства. Під фаховою придатністю розуміється ступінь відповідності того або іншого кандидата на заміщення керівної посади визначеній сумі вимог, установлених для даної посади.

Фаховий добір керівних кадрів являє собою сукупність заходів щодо встановлення придатності тієї або іншої особи до виконання визна-

чених управлінських обов'язків туристичних підприємств [5, с. 16]. Коли менеджер підприємств туристичного та готельно-ресторанного господарства планує, організовує, приймає рішення, контролює, тобто виконує свої управлінські функції, він виявляє себе як особистість, діяльність якої ґрунтується на законах економіки, фізіології, психології тощо. Успішна діяльність менеджера підприємства залежить від психологічної установки його особистості (мотивів вступу на посаду, темпераменту, спроможності, таланту організатора, гнучкості, розуміння людей тощо). Проблема спроможності людини до того або іншого виду фахової діяльності займає значне місце у спеціальних психологічних дослідженнях.

Психологічна спрямованість, схильність особистості до різноманітних видів трудової діяльності відіграють першорядну роль під час добору керівних кадрів. Наприклад, не кожний, навіть відмінний, керівник функціонального органу управління зможе забезпечити успішну роботу лінійного керівника. У господарській практиці досить часто цей принцип ігнорується. Буває, що успішно працюючого начальника функціонального підрозділу туристичного підприємства призначають начальником відділу, не вивчивши попередньо, чи володіє він необхідними якостями. Передусім повинні вивчатися ті риси характеру людини, ті якості, що безпосередньо впливають на результати її діяльності як керівника.

Встановлено, що діяльність менеджера підприємства сфери туризму та готельно-ресторанного господарства підпорядкована визначеним процедурним правилам, має певну технологію, що повинна одержати відповідну кадрову спроможність. Управління персоналом підприємства туристичного та готельно-ресторанного господарства – багатогранний, надзвичайно складний, специфічний процес [3, с. 127]. Головним елементом усієї системи управління є кадри, що одночасно можуть виступати як об'єктом, так і суб'єктом управління. Спроможність кадрів одночасно виступати об'єктом і суб'єктом управління являє собою головну специфічну особливість управління персоналом. Під управлінням кадрами розуміється процес планування, добору, підготовки, оцінки і безупинного відтворення кадрів, спрямований на раціональне їх використання, підвищення ефективності діяльності й туристичних послуг. Предметом управління кадрами виступає вивчення відносин робітників у процесі виробництва з погляду найбільш повного й ефективного використання їх потенціалу в умовах функціонування туристичного підприємства як конкретної організаційної системи. Основною ціллю управління кадрами є поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації й трудової мотивації працівників для розвитку їх спроможностей і ефективного рішення будь-яких завдань, зумовлених вимогами туристичного ринку [3, с. 265].

Основними елементами системи управління персоналом підприємств сфери туризму та готельно-ресторанного господарства виступають визначені підсистеми, що забезпечують основні напрями, етапи, принципи, види і форми кадрової роботи. Перед тим як розглянути ці елементи окремо, уточнимо використовуваний понятійний апарат. Персонал туристичного підприємства або готельно-ресторанного господарства складається з постійних і тимчасових робітників, що надають кваліфіковану і некваліфіковану працю. Поняття «кадри» включає штатний склад працівників туристичних підприємств, що розподіляються на дві великі групи: кадри управління і рядові працівники.

До рядових працівників належать працівники, безпосередньо зайняті створенням матеріальних цінностей або роботами з надання різноманітних послуг [1, с. 253]. Працівники умовно розподіляються на основних і допоміжних, співвідношення яких є важливим аналітичним показником ефективності діяльності туристичного підприємства, оскільки зі зростанням автоматизації і механізації бізнесових процесів роль останніх зростає. До кадрів управління належать робітники, що виконують або сприяють виконанню конкретних управлінських функцій. Кадри управління можна розподілити на три основні групи: керівники, що спрямовують, координують і стимулюють діяльність учасників підприємств; спеціалісти, що надають кваліфіковану допомогу керівникам під час аналізу і вирішення питань щодо розвитку туристичного підприємства; допоміжні робітники, що здійснюють технічне й інформаційне обслуговування апарату.

Процес управління кадрами означає, по-перше, визначення цілей і основних напрямів роботи з кадрами, постійне їх удосконалення; по-друге, визначення засобів, форм і методів здійснення поставлених цілей, організацію роботи з виконання прийнятих рішень, координацію і контроль виконання намічених заходів. Єдина система кадрової роботи складається з підсистем аналізу, планування і прогнозу кадрів. Кадрова політика являє собою не що інше, як цілісну кадрову стратегію, різноманітні форми кадрової роботи, стиль її проведення в організації і плани щодо використання потенціалу, закладеного в людях. З погляду вищого управлінського персоналу, кадрова політика є складовою частиною всієї управлінської і виробничої політики організації. Основна її ціль – створити відповідальний і високопродуктивний колектив однодумців у масштабах усього туристичного підприємства [4, с. 181].

Найважливішим засобом управління роботою з кадрами на підприємствах галузі туризму

та готельно-ресторанного господарства є планування. Кадрове планування повинно дати відповіді на такі питання: скільки працівників, якої кваліфікації, коли й де необхідно (планування потреби в кадрах); якою ціною можна залучити необхідний і скоротити зайвий персонал, з огляду на соціальні аспекти зайнятості (планування скорочення або збільшення кадрів); як краще використовувати працівників відповідно до їх спроможностей (планування використання кадрів); якими методами можна систематично і цілеспрямовано сприяти розвитку кадрів для виконання кваліфікованих видів діяльності (план кадрового розвитку); скільки коштуватимуть заплановані кадрові заходи (витрати щодо утримання персоналу).

Різниця між дрібними, середніми і великими туристичними підприємствами – лише в обсязі виробничого і кадрового планування. Кожне туристичне підприємство вибирає для себе його модель, що відповідає потребам [2, с. 69]. Теоретичною і правовою основою планування кадрової роботи є урядові рішення з питань соціально-економічної політики, а також результати господарської діяльності і наукових досліджень у сфері добору, підготовки й використання кадрів. Практичною основою планування роботи з кадрами є плани економічного і соціального розвитку туристичних підприємств. Безпосереднє планування кадрової роботи здійснюється на основі загальних для всієї системи планування і прогнозування принципів, найважливішими з яких є: єдність економіки і політики; науковий характер планування і прогнозування, їх безперервність; збалансованість між ресурсами і потребами; поєднання галузевого і територіального підходів до планування; комплексний і системний підхід до розроблення планів.

Варто пам'ятати, що кадрове планування тоді ефективне, коли воно інтегроване в загальний процес планування туристичного підприємства. Йдеться про його цілі; кадрові стратегії як основи майбутньої кадрової політики; створення можливостей посадового й фахового просування працівників; забезпечення розвитку кадрів для виконання нових робіт в умовах, що змінюються [5, с. 218]. Кадрові цілі розуміються як визначення конкретних цілей підприємства й кожного працівника, що випливають із кадрової стратегії; досягнення максимального зближення цілей туристичних підприємств й індивідуальних цілей працюючих. Кадрові завдання – це забезпечення у потрібний час, потрібному місці, потрібній кількості і з відповідною кваліфікацією таким персоналом, що необхідний для досягнення цілей туристичної організації.

Кадрові заходи передбачають розроблення планів для реалізації цілей туристичної організації й кожного робітника зокрема, визначення витрат на їх реалізацію. Жорстка конкуренція на туристичному ринку зумовлює пошук засобів підвищення внутрішньої ефективності туристичних підприємств. Здійснювати кроки у цьому напрямі за відсутності науково обґрунтованої теорії ефективного керування персоналом неможливо. Ефективне керування персоналом спрямоване на підвищення якісного й кількісного рівня виконання роботи керівником або спеціалістом, що в кінцевому підсумку забезпечує конкурентоспроможність туристичного підприємства на ринку [5, с. 127]. Конкурентоспроможність у цьому разі розуміється як сукупність умов, наданих персоналу, які позитивно відрізняються від аналогічних туристичних підприємств.

Важливу роль у мотивації персоналу відіграє середня заробітна плата. Розмір цього показника розглядається в динаміці. Порівнюються темпи росту середньої зарплати на туристичному підприємстві з темпами росту середньої заробітної плати в регіоні. Заробітна плата як один із чинників задоволеності працівників фірмою виділяється особливо як у зв'язку з її стимулюючою роллю, так й у зв'язку з інфляцією, наростання якої не може не позначитися на орієнтації працівників на ринку праці.

Оцінка якості працівників ведеться укрупнено виходячи із соціально-демографічної структури трудового колективу туристичного підприємства. Чисельність персоналу управління має бути аналітично обґрунтована виходячи із запроектованого складу й обсягу робіт або укрупнено визначена по нормативах чисельності і нормах керованості. При цьому варто враховувати той факт, що найбільшу продуктивність забезпечують працівники визначеної вікової групи, тому трудовий потенціал деякою мірою залежить від того, яка їх питома вага у загальній чисельності працюючих. На підставі цих розрахунків можна судити про те, наскільки привабливим підприємство є для працівників, що забезпечують високу продуктивність праці. З урахуванням цього визначення необхідної кількості працівників прямо позначається на ефективності управлінської праці [5, с. 365]. Воно складається з інвентаризації, раціоналізації і регламентації трудових процесів щодо здійснення управлінських функцій. Звідси випливає, що ефективність діяльності туристичних підприємств галузі туризму та готельно-ресторанного господарства відносно менеджменту персоналу досягається:

– правильним вибором співробітників (їх фаховою, духовною і фізичною придатністю);

– зберіганням зацікавленого в досягненні цілей підприємства штату співробітників (низькою плинністю кадрів);

– методами оплати, що влаштовують усіх, і стимулювання праці і значимих заходів щодо соціального захисту кожного члена трудового колективу; притягненням співробітників до управління.

У цьому разі до відома кожного співробітника повинно бути доведено весь обсяг завдань і відповідальність за їх виконання, а не тільки окремі їхні елементи. Після того необхідно розподілити розроблені завдання серед співробітників відповідно до їх компетенції і спроможностей. Завдання і компетенції повинні надаватися на тривалий час [1, с. 163]. Керівник повинен утручатися в повсякденну роботу тільки у виняткових випадках. Під час виконання інших завдань він може контролювати їх відповідно до спільно встановлених термінів, а також контролювати хід виконання і наявність прогресу в роботі. Такий стиль керівництва сприяє вихованню співробітників у дусі довіри і готовності брати на себе відповідальність за виконання завдання. Найбільш несприятливі моменти в процесі спільної діяльності – це ті ситуації, коли керівник не може контролювати свій настрій або виконує роботу, що може бути виконана іншими співробітниками. Співробітникам дозволяється допускати помилки, на яких вони в майбутньому будуть учитися. Це зумовлює успішність функціонування системи контролю, що збирає відповідну інформацію, переробляє її і надає в розпорядження відповідальним особам для здійснення висновків [5, с. 146]. Якщо це необхідно, керівник може і повинен давати поради. Крім того, всі співробітники повинні постійно одержувати інформацію про всі найважливіші бізнес-процеси на туристичному підприємстві та готельно-ресторанному бізнесі.

Висновки з проведеного дослідження. Визначені чинники служать достатньо потужним мотивуючим механізмом ефективної праці та професійного росту. Вони дають змогу кожному співробітнику визначити свої можливості і потреби в напрямі кадрового просування. Кар'єра працівників повинна розглядатися як найважливіший соціально-економічний результат управління персоналом. Планування кар'єри співробітників – найбільш значимий структурний елемент у його системі, тому що він містить у собі множину інших елементів. Це й добір кадрів, й їх профорієнтація та адаптація, й розміщення на робочих місцях, а також навчання персоналу, оцінка його трудової діяльності й на цій основі – підвищення або зниження в посаді, зміни в системі управління, структурі зайнятості загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Войнаренко М.П., Юр'єва-Юрій А.В. Механізм стимулювання праці в туристичній сфері України. Вісник ДІТБ. 2009. № 13. 280 с.

2. Мармуль Л.О., Сарапіна О.А. Організаційно-економічний механізм функціонування туристично-рекреаційних підприємств: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2006. 183 с.

3. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: монографія. Херсон: Айлант, 2014. 344 с.

4. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко, М.Г. Бойко та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: КНТЕУ, 2010. 596 с.

5. Трегулова І.П. Організаційно-функціональний механізм управління персоналом підприємства туристичного бізнесу. Вісник соціально-економічних досліджень. 2007. № 28. 264 с.

REFERENCES:

1. Vojnarenko, M.P. and Yur'ieva-Yurij, A.V. (2009), “Mechanism of stimulation of work in the tourist sphere of Ukraine”, Visnyk DITB, vol. 13,p. 280. (in Ukrainian)

2. Marmul', L.O. and Sarapina, O.A. (2006), Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm funktsionuvannia turystychno-rekreatsijnykh pidpryiemstv [Organizational-economic mechanism of functioning of tourist-recreational enterprises], NNTs IAE. (in Ukrainian)

3. Marchenko O.A. (2014), Transformatsiyi ta udoskonalennya rehional'noyi struktury turystychnoyi haluzi: monohrafiya / O.A. Marchenko. Kherson: Aylant, 344 s. (in Ukrainian)

4. Mazaraki, A.A. (2010), Stratehichnyj rozvytok turystychnoho biznesu [Strategic development of tourism], KNTEU. (in Ukrainian)

6. Trehulova, I.P. (2007), “Organizational and functional mechanism of personnel management the enterprises of tourist business”, Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen', vol. 28, p. 264. (in Ukrainian)

Marchenko O.A.
Doctor of Economic Sciences,
Professor at Department of Economics,
Management and Administration,
Bogdan Khmelnitsky Melitopol State Pedagogical University
Samokish A.O.
Student
Bogdan Khmelnitsky Melitopol State Pedagogical University
Strebkova K.M.
Student
Bogdan Khmelnitsky Melitopol State Pedagogical University

FEATURES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE SPHERE OF TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY

Peculiarities of the staffing management of the employment of employees of tourism and hotel and restaurant industry are defined in this article. The structural correlation of the leading staff and the ordinary employees, their functional duties and the competences are determined. Categories and the indicator of the mark of its activities are grounded. Strategies for the improvement of the staffing management and its activity at the level of tourism enterprises to perspective are developed.

The industry of tourism and hotel and restaurant industry is unique in that employees make the part of its product, that is, the personnel in this industry is the most important part of the final product, one of the main resources of the competitive advantages of the organization and, therefore, the quality of the service in the sphere of tourism and hotel and restaurant industry, which are depended on the skill and conscience of the employees and from the professional and the qualitative management. Thus, for the qualification work in the industry of tourism and hotel and restaurant industry, besides the technological training, knowledge in the branch of tourism business, hotel and restaurant industry, the psychological training, the preparation of the question of the interpersonal communication at the general level are required.

Personnel management in the branch of tourism and hotel and restaurant industry is the activity, which is wider than the usual solution of the staffing problems and it is noted in this article. It is focused on the definition of the future needs and the development of the potential of the employee, and also on the awareness of each employee of his duties, the creation of favourable work climate for the achievement of setting aims by the personnel.

The aim of personnel management in the industry of tourism is to motivate the employees for the quality service of the clients. And this is impossible without the proper coordination of the actions of the personnel, the motivation, and the formation of the corporate culture, which is increased the loyalty of the consumers to the tourism organization. The factor of the increasing the competitiveness of the tourism organization and also the effectiveness of the tourism product is the corporate culture, which is the complex multi-level system of the relationships between the organization and the consumer of its services.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF DIGITAL MARKETING INVESTIGATION

УДК 339.138

Пономаренко І.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Київський національний університету технологій та дизайну
Віннікова І.І.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто особливості функціонування цифрового маркетингу в сучасних умовах. Досліджено вплив інноваційних технологій на розвиток маркетингу. Наведено характеристику головних інструментів цифрового маркетингу та представлено програмне забезпечення, яке використовується для забезпечення комунікації з аудиторією. Розглянуто особливості розміщення контенту згідно зі стратегією цифрового маркетингу компанії. Розкрито основні етапи побудови воронки продажів у цифровому маркетингу.
Ключові слова: *цифровий маркетинг, Інтернет, цифрові канали, контент, воронка продажів.*

В статье рассмотрены особенности функционирования цифрового маркетинга в современных условиях. Исследовано влияние инновационных технологий на развитие маркетинга. Приведена характеристика основных инструментов цифрового маркетинга и представлено программное обеспечение, которое используется для обеспечения коммуникации с аудиторией. Рассмотрены особенности размещения контента в соответствии со стратегией цифрового маркетинга компании. Раскрыты основные этапы построения воронки продаж в цифровом маркетинге.
Ключевые слова: *цифровой маркетинг, Интернет, цифровые каналы, контент, воронка продаж.*

The article deals with the peculiarities of the functioning of digital marketing in modern conditions. The influence of innovative technologies on marketing development is investigated. The description of the main digital marketing tools and the software used to provide communication with the audience are presented. Features of content placement in accordance with the strategy of digital marketing of the company are considered. The basic stages of a sales pipeline construction in digital marketing are revealed.
Key words: *digital marketing, Internet, digital channels, content, sales pipeline.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах спостерігається інтенсифікація впровадження досягнень сучасної науки, що призводить до трансформації соціально-економічних взаємовідносин на глобальному та національному рівнях. Диференціація розвитку окремих країн та видів економічної діяльності характеризується рівнем запровадження інноваційних технологій. Усвідомлення національними органами державного управління необхідності запровадження передових технологій відображається у відповідних стратегіях розвитку, орієнтованих на стале економічне зростання та посилення конкурентних позицій окремої держави у глобальному економічному середовищі. В окреслених умовах перед органами державного управління постає потреба не лише у розробленні відповідних нормативно-правових актів, а й у забезпеченні фактичної реалізації намічених завдань. Важливим елементом інновацій виступають цифрові технології, які використовують електронне обладнання та дають змогу прискорювати і полегшувати різноманітні процеси. Представлені технології відіграють важливу роль у сфері маркетингу, оскільки дають змогу підвищити ефективність взаємовідносин між компаніями та клієнтами. Діджіталізація маркетингу є об'єктивним процесом сучасності та одним із ключових процесів для компанії, який дає змогу оптимізувати її діяльність та отримати конкурентні переваги порівняно з іншими суб'єктами на ринку. У даних умовах існує потреба у дослідженні теоретико-методологічних основ функціонування та розвитку цифрового маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань цифрового маркетингу присвячено праці таких учених, як К. Бербері, І. Додсон, Ф. Елліс-Чедвік, Б. Кіган, Д. Раян, Дж. Ровлі, А. Шарлсворт та ін. Проте існує необхідність у дослідженні особливостей функціонування цифрового маркетингу в сучасних умовах, оскільки цей напрям динамічно розвивається та трансформується під впливом запровадження новітніх технологій.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні сучасного цифрового ринку, виявленні інноваційних технологій, які впливають на розвиток маркетингу, та визначенні основних тенденцій його розвитку. Поряд із цим важливо приділити увагу вивченню питань інфраструктури цифрового маркетингу, комплексній характеристиці його інструментів, а також особливостям налагодження комунікацій з аудиторією у мережі Інтернет та користувачами інших технологічних пристроїв.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах для залучення та утримання клієнтів як споживачів певних товарів та послуг компаніями, крім традиційних маркетингових підходів, використовується цифровий маркетинг. Цей напрям передбачає застосування цифрових технологій із позиції маркетингу. Цифровий маркетинг для вирішення різноманітних бізнесових завдань налагоджує комунікації з клієнтами за допомогою широкого спектру цифрових каналів.

Слід зазначити, що потрібно розрізняти Інтернет-маркетинг та цифровий маркетинг. Інтернет-маркетинг є менш вузьким за своїми можливостями та охватом цільової аудиторії, оскільки функціонує лише в межах глобальної мережі та є однією з компонент цифрового маркетингу. Поряд із цим діджиталізація маркетингу дала змогу використати, крім мережі Інтернет та відповідних технічних засобів, більш широкий спектр цифрового обладнання і програмного забезпечення для налагодження комунікацій зі споживачами [1]. У табл. 1 наведено основні відмінності між цифровим маркетингом та Інтернет-маркетингом.

Інфраструктура цифрового маркетингу представлена широким спектром технологій, які передбачають комбінацію спеціалізованого програмного забезпечення та відповідного обладнання (рис. 1). Для доступу в мережі Інтернет використовуються персональні комп'ютери, ноутбуки, планшети та смартфони. Для забезпечення технології передачі даних між мережею Інтернет та зазначеними пристроями активною застосовуються мережі Wi-Fi та Mesh [4]. Ураховуючи сучасний рівень розвитку технологій, спостерігається взаємна інтеграції різноманітних технологій, що призвело до можливостей використання технології Інтернет та мобільного зв'язку у таких

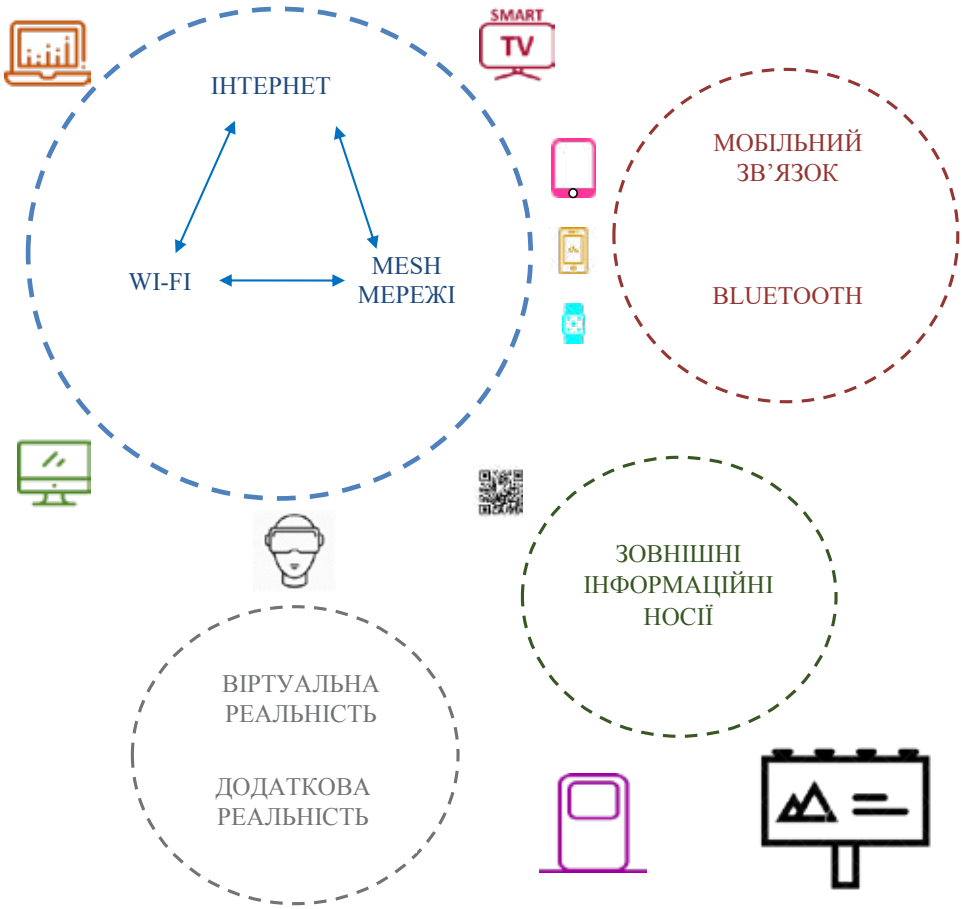


Рис. 1. Інфраструктура цифрового маркетингу [2]

Таблиця 1

Основні відмінності між цифровим маркетингом та Інтернет-маркетингом [2; 3]

Показник	Цифровий маркетинг	Інтернет-маркетинг
Середовище функціонування	Цифрова інфраструктура: мережа Інтернет та середовище цифрових пристроїв, що використовуються у маркетингу	Мережа Інтернет
Цільова аудиторія	Аудиторія мережі Інтернет та користувачі цифрових маркетингових офлайн-продуктів	Користувачі мережі Інтернет
Комунікаційні канали	Інтернет-канали та реклама і спеціалізовані додатки для цифрових пристроїв	Інтернет-канали: e-mail, онлайн-реклама, маркетинг у соціальних мережах та ін.

пристроях, як смартфони, планшети, смарт-годинники. Поряд із цим, можна спостерігати трансформацію телебачення, що призвело до появи Smart TV, яке передбачає прийом цифрових каналів та можливість перегляду різноманітного контенту в мережі Інтернет.

Технології віртуальної реальності використовуються провідними компаніями світу під час реалізації маркетингових стратегій. Зазначена технологія може використовуватися для: проведення рекламних кампаній (Coca-Cola); надання віртуальних іграшкових окулярів як бонусу до основного товару (Happy Googles від McDonald's); віртуальний тест-драйв автомобілів (Volvo); ознайомче відео про процес виробництва продукції (Patrón); віртуальний тур до курорту або готелю (Pullman) тощо [5]. Додаткова реальність за своєю суттю відрізняється від віртуальної, проте також активно використовується для налагодження комунікацій із клієнтами. Серед прикладів застосування цієї технології слід виділити віртуальну примірочну для одягу (Timberland); рекламну кампанію ігор (Pokemon Go) та ін.

Зовнішні інформаційні носії активно використовуються для реклами як у торговельних мережах, офісних приміщення, різноманітних виставках тощо, так і як рекламні носії, що розміщуються на вулицях населених пунктів, автомобільних трасах та ін. У цій групі окреме місце займають QR-коди, які дають змогу за допомогою смартфонів та інших цифрових пристроїв зчитувати текстову інформацію, яка являє собою певну інформацію або web-посилання, що дає користувачу можливість дізнатися про компанію, торговельну марку, послуги тощо.

Цифровий маркетинг передбачає використання інструментів, більшість з яких реалізується у мережі Інтернет (рис. 2):

1. Пошукова оптимізація (SEO – Search Engine Optimization) являє собою комплекс дій, які орієнтовані на збільшення органічного трафіку у пошукових системах. Спеціалізоване програмне забезпечення: Linkody, SE Ranking, Wix, SEMrush, Moz Pro тощо.

2. Контент-маркетинг (Content Marketing) – технологія залучення цільової аудиторії до компанії або торговельної марки шляхом створення та розповсюдження асоційованої корисної інформації, яка дасть змогу привернути увагу потенційних клієнтів. Спеціалізоване програмне забезпечення: HubSpot, Infusionsoft, Marketo, Mediafly, Roojoom тощо.

3. Email-маркетинг (Email Marketing) дає змогу за допомогою автоматизованих розсилок цільовій аудиторії електронних листів будувати ефективну комунікацію зі споживачами. Спеціалізоване програмне забезпечення: Zoho Campaigns, Campaign Monitor, EmailOctopus, SENDER, MailChimp тощо.

4. Маркетинг у соціальних мережах (SMM – Social Media Marketing) передбачає залучення цільової аудиторії через соціальні мережі завдяки створенню тематичного контенту, який відповідає інтересам певної групи користувачів та вписується у специфіку функціонування окремої соціальної мережі. Спеціалізоване програмне забезпечення: Lithium Social Media Management, Loomly, Promo by Slidely, AgoraPulse, Zoho Social тощо.

Деякі науковці приділяють значну увагу окремим соціальним мережам, виділяючи їх особливості, що призвело до появи:

– Facebook Marketing;
– Pinterest Marketing;
– Twitter Marketing;
– LinkedIn Marketing;
– YouTube Marketing та ін.

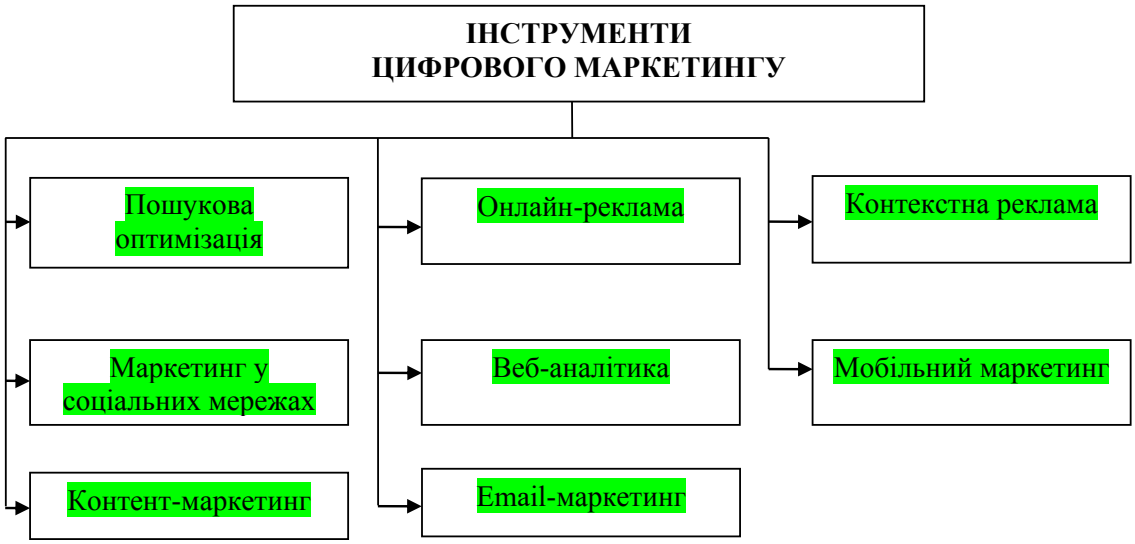


Рис. 2. Інструменти цифрового маркетингу [2]

5. Онлайн-реклама (Online Advertising) – потужний маркетинговий інструмент, який дає змогу залучити клієнтів у мережі Інтернет завдяки використанню різноманітних варіантів рекламних повідомлень (контекстна, медійна, спам, текстова, тізерна реклама, цільова сторінка тощо). Спеціалізоване програмне забезпечення: Asana, FreshBooks, monday.com, WordStream Advisor, Workfront тощо.

6. Контекстна реклама – це один із типів онлайн-реклами, що передбачає вибір відвідувачів на основі певних інтересів, які співпадають із тематикою рекламних повідомлень, та демонстрацію їм відповідного контенту. Спеціалізоване програмне забезпечення: Google AdWords, AdSense, Precise,TV тощо.

7. Веб-аналітика (Web-Analytics) являє собою гнучку систему вимірювання та збору інформації про активність на сайті, яку можна всебічно проаналізувати та розробити ефективні рішення щодо підвищення функціональних можливостей веб-ресурсу відповідно до потреб відвідувачів з одночасною оптимізацією затрат компанії на підтримку сайту. Спеціалізоване програмне забезпечення: Google Analytics, Adobe Analytics, Twitter Counter, Appsee Mobile Analytics, Bing Webmaster Tools тощо.

8. Мобільний маркетинг – це комплекс заходів, які реалізуються за допомогою мобільних пристроїв та орієнтовані на просування товарів і послуг з урахуванням особливостей даної технології. Спеціалізоване програмне забезпечення: Deep Linking Platform, SendPulse, TextMagic, AppsFlyer, Mobiniti тощо.

Великого значення під час реалізації компанією стратегії цифрового маркетингу набуває контент. Для залучення клієнтів необхідно створювати та розповсюджувати контент, який має цінність для цільової аудиторії компанії. На рис. 3 представлено піраміду контенту, що являє собою елемент стратегії цифрового маркетингу компанії.

Контент-маркетинг – це множина стратегій, методів та тактик, що дають змогу досягнути потреб клієнтів виходячи зі стратегічних цілей

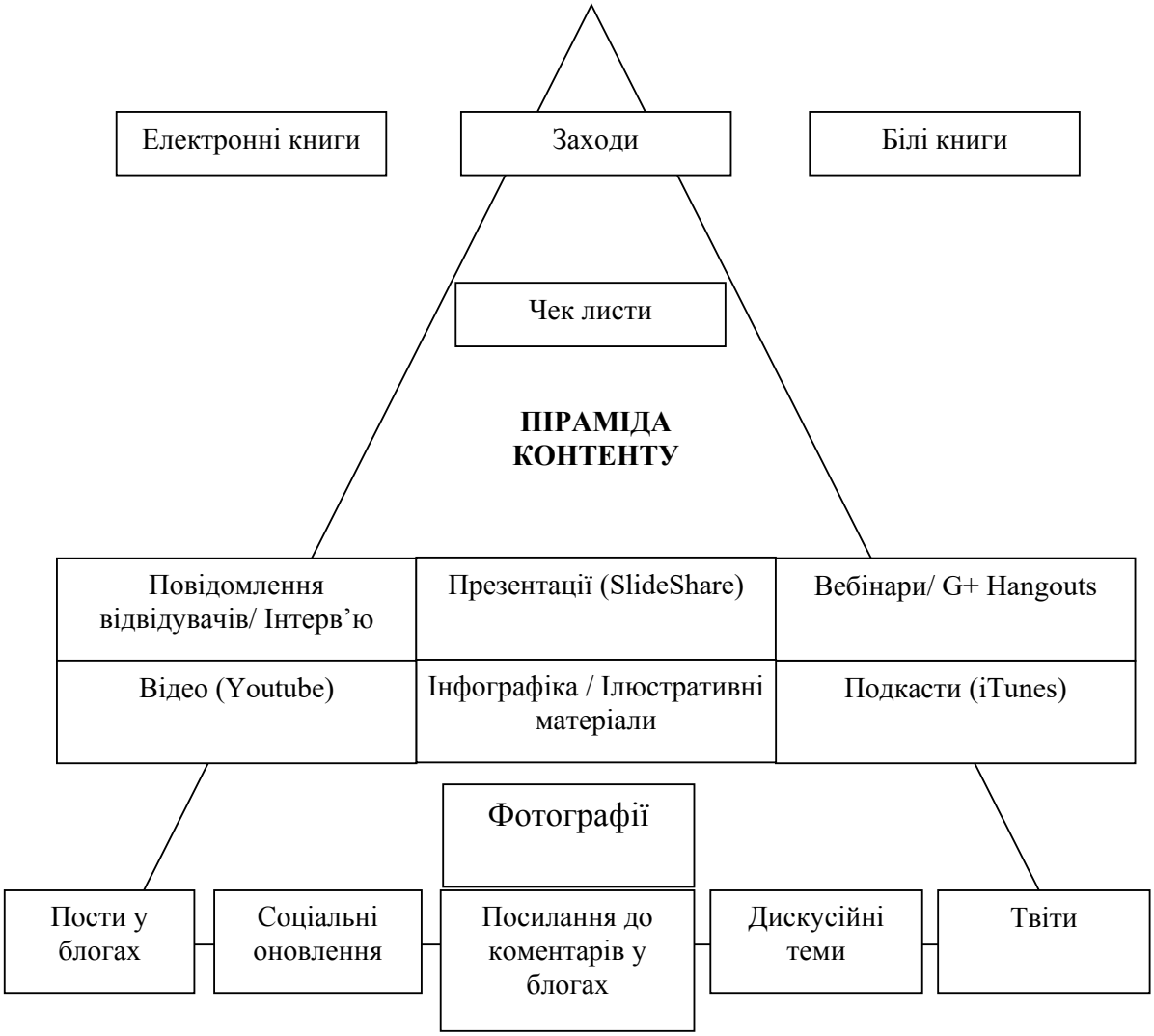


Рис. 3. Піраміда контенту як невід'ємний елемент стратегії цифрового маркетингу компанії [6]

компанії. Наявність множини варіантів, згідно з пірамідою контенту, дає змогу компанії реалізовувати різноманітні варіанти налагодження комунікації з різними клієнтами залежно від середовища (соціальні мережі, цільові сторінки, форуми тощо), інтересів аудиторії (розважальний, пізнавальний, професійний та ін.), специфіки контенту (тексти, відео, фото та ін.).

Особливий інтерес серед платформ для розміщення контенту займають цільові сторінки (landing pages), головною метою яких є збір контактної інформації про лідів. Даний інструмент містить інформацію про товар або послугу компанії. Здебільшого користувачам пропонується отримання певного безкоштовного контенту згідно з їх інтересами в обмін на надання контактної інформації (номер мобільного телефону, адреса електронної пошти та ін.). Головною метою landing page є перетворення лідів у клієнтів. Аналіз поведінки користувачів на цільовій сторінці дає змогу оцінити ефективність даного виду реклами та оптимізувати маркетингову стратегію компанії.

Наявність значної кількості цифрових каналів дає змогу розробляти маркетологам різноманітні стратегії для комунікацій з аудиторією. На рис. 4 представлено орієнтовний рівень рентабельності інвестицій, сформований вибраними каналами цифрового маркетингу за даними маркетологів у всьому світі станом на червень 2017 р. Згідно з отриманими результатами, найвища ефективність інвестицій спостерігається в SEO (32%), контент-маркетингу (30%) та email-маркетингу (30%).

Під час вибору каналів здебільшого намагаються використовувати ті, що характеризуються найвищою конверсією. Проте для максимізації ефективності маркетингової стратегії доцільно використовувати канали з низькою конверсією, базуючись на наукових підходах та економічній доцільності, що сприятиме збільшенню потенційних клієнтів.

Зростання чисельності клієнтів компанії передбачає використання декількох каналів для реєстрації: e-mail, соціальні мережі, месенджери. Розширення можливостей для реєстрації дає змогу охопити різноманітні цільові групи та збільшити імовірність позитивного контакту з лідами.

Важливу роль у цифровому маркетингу незалежно від вибраного каналу займає воронка продажів. Зрозуміло, що для кожного каналу воронка буде мати певні особливості, проте у загальному вигляді для цифрового маркетингу вона буде реалізовуватися за такими етапами:

1. Створення воронки перед воронкою. Цей етап є необов'язковим, проте сприяє залученню певної кількості лідів, оскільки надає деякий специфічний контент, що дає змогу ввести додаткову аудиторію в основну воронку продажів.

2. Доступ користувачів до повідомлення, яке містить певний контент, що характеризує продукт через відповідні канали, серед яких особливе місце займає landing page. На даному етапі доцільно надати спеціалізовану безкоштовну

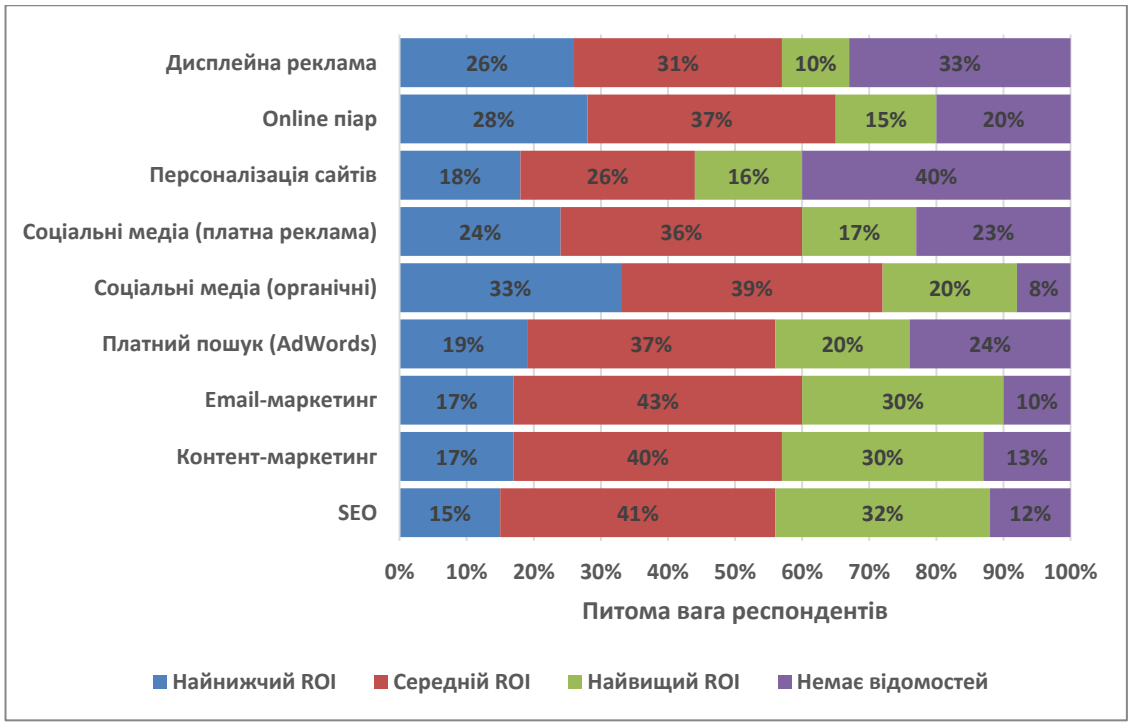


Рис. 4. Розподіл рентабельності інвестицій за різними цифровими каналами згідно з опитуванням у червні 2017 р. [7]

інформацію, яка цікавить аудиторію, в обмін на контактні дані. За грамотної роботи з лідами відбувається усвідомлення цінності підписки для них та поява перспективи співпраці з компанією, що може призвести до придбання певних товарів або послуг. Поряд із цим компанія отримає координати для спілкування з клієнтами.

3. Отримання інформації про відвідувачів та їх сегментація. На цьому етапі через механізм опитування існує можливість отримати комплексну статистичну інформацію про окремих осіб та віднести їх до сегментів за різними соціально-демографічними характеристиками.

4. Продаж продуктів компанії. Клієнтів, що пройшли у воронці продажів до даного етапу, можна стимулювати шляхом впливу на їх больові точки в рамках товарів або послуг, що надає компанія. Тобто вказуються проблеми клієнта та можливості їх вирішення завдяки продуктам певного бренду. Наявність цифрових технологій дає маркетологам змогу використати значну кількість інструментів, серед яких візуалізація за допомогою фото та відео займає передові позиції.

5. Допомога після продажу. Майстерність маркетологів полягає у налагодженні та підтримці комунікацій із клієнтами й після придбання ними продукції компанії. Надання інформаційних послуг у післяпродажний період клієнтам за допомогою цифрових каналів сприяє лояльності аудиторії до цих торговельних марок, бажанню подальшої співпраці та позитивним відгукам серед знайомих, у соціальних мережах, на форумах та ін.

6. Нові рішення або допродаж. Постійна комунікація з клієнтами дає змогу надавати їм додаткові товари або послуги. Дієвим інструментом виступає позиціювання продукту як унікального, який надається лише окремим категоріям споживачів як додаткова вигода за їх лояльність до бренду [3].

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний ринок характеризується високою конкуренцію між виробниками товарів та послуг. У зазначених умовах існує потреба в постійному запровадженні передових підходів, які дадуть змогу зайняти гідне місце на ринку. Дієвим інструментом у цих умовах виступає цифровий маркетинг, який завдяки цифровим каналам надає можливість посилити комунікацію з аудиторією. Використання інноваційних технологій, передусім йдеться про Інтернет, дає змогу оптимізувати маркетингову стратегію компанії шляхом розкриття на новому, більш якісному рівні продукту перед аудиторією та забезпечити клієнта всебічною інформаційною підтримкою. Вітчизняним компаніям доцільно постійно досліджувати передовий міжнародний досвід у сфері цифрового маркетингу та запроваджувати його у свою практичну діяльність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чубукова О.Ю., Раллє Н.В. Складові інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. Науковий вісник Полісся. 2016. № 3(7). С. 130–133.

2. Офіційний сайт Internet Marketing Association. URL: https://imanetwork.org/.

3. Офіційний сайт Marketing Gamers. URL: https://marketinggamers.com/.

4. B. Ślusarczyk, P. Dziekański, Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, 2014, (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, s. 1-56).

5. Виртуальная реальность в маркетинге: примеры 20 компаний. URL: https://texterra.ru/blog/virtualnaya-realnost-v-marketinge-20-primerov-ispolzovaniya.html.

6. Digital Marketing Tutorial. URL: https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/index.htm.

7. Perceived level of ROI generated by selected digital marketing channels according to marketers worldwide as of June 2017. URL: https://www.statista.com/statistics/736848/roi-digital-marketing-channels/.

REFERENCES:

1. Chubukova O. Yu., Rallye N.V. (2016) Skladovi innovatsiynoyi ekonomiky – osvita, tekhnolohichni uklady, kohnityvni tekhnolohiyi [Components of innovative economy – education, technological way, cognitive technologies]. Naukovyy visnyk Polissya, vol. 3, no. 7, pp. 130-133.

2. Official site of Internet Marketing Association. Available at: https://imanetwork.org/

3. Official site of Marketing Gamers. Available at: https://marketinggamers.com/

4. B. Ślusarczyk, P. Dziekański, Marketing terytorialny wyzwaniem współczesnego samorządu – wybrane zagadnienia, OSTRÓG, Ostrowiec Świętokrzyski, 2014, (B. Ślusarczyk – autorstwo I, II, III i IV rozdziału, s. 1-56).

5. Virtualnaya realnost v marketinge: primeryi 20 kompaniy [Virtual reality in marketing: examples of 20 companies]. Available at: https://texterra.ru/blog/virtualnaya-realnost-v-marketinge-20-primerov-ispolzovaniya.html

6. Digital Marketing Tutorial. Available at: https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/index.htm

7. Perceived level of ROI generated by selected digital marketing channels according to marketers worldwide as of June 2017. Available at: https://www.statista.com/statistics/736848/roi-digital-marketing-channels/

Ponomarenko I.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic
Cybernetics and Marketing,
Kyiv National University of Technologies and Design
Vinnikova I.I.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management,
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF DIGITAL MARKETING INVESTIGATION

The article deals with the peculiarities of the functioning of digital marketing in modern conditions. The influence of innovative technologies on marketing development is investigated. The key differences between digital marketing and Internet marketing are presented. It is established that Internet marketing is a narrower digital channel and is an integral part of digital marketing. We describe the digital marketing infrastructure, which is represented by a wide range of technologies, which include a combination of specialized software and related equipment. Examples of the use of innovative marketing technologies by the individual companies of the world are presented.

The description of the main digital marketing tools and the software used to provide communication with the audience are presented. It is established that the main tools of digital marketing in most cases are implemented on the Internet.

Features of content placement in accordance with the strategy of digital marketing of the company are considered. To attract customers, it is necessary to create and distribute content that is valuable to the target audience of the company. Having a plurality of options in accordance with the pyramid of content allows the company to implement a variety of options for establishing communication with different clients depending on the environment (social networks, landing pages, forums, etc.), the interests of the audience (entertainment, cognitive, professional, etc.), the specifics of the content (texts, video, photo, etc.).

The landing pages contain information about the product or service of the company. In many cases, users are offered to receive certain free content according to their interests in exchange for providing contact information (mobile phone number, email address, etc.).

The increase in the number of clients of the company involves the use of several channels for registration: e-mail, social networks, messengers. Enhancing the ability to register allows companies to reach diverse target groups and increase the likelihood of positive contact with the leads.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ
INCREASING THE COMPETITIVENESS OF FOOD ESTABLISHMENTS

УДК 339.137.2

Приходько Д.О.
к.е.н., доцент
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет
Мазур Ю.О.
студентка
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет

У статті досліджено поведінку споживачів за допомогою методу семантичного диференціалу, за критеріями 7Р. Оцінено ставлення споживачів до закладу харчування аутентичної кухні на основі їх думок та почуттів, у тому числі досліджено міру популярності закладу харчування через виявлення причин, що спонукають до відвідування закладу харчування, та тип його популярності; шляхом опитування оцінено наміри споживачів стосовно закладу харчування аутентичної кухні. На основі отриманих результатів дослідження розроблено рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності закладу харчування.
Ключові слова: *конкурентоспроможність, заклад харчування, споживач, ставлення, намір, поведінка.*

В статье исследовано поведение потребителей с помощью метода семантического дифференциала, по критериям 7Р. Оценено отношение потребителей к заведениям питания аутентичной кухни на основе их мыслей и чувств, в том числе исследована мера популярности заведения питания через выявление причин, побуждающих к посещению заведения питания, и тип его популярности; путем опроса оценены намерения потребителей относительно заведения питания аутентичной кухни. На основе полученных результатов исследования были разработаны рекомендации относительно повышения конкурентоспособности заведения питания.
Ключевые слова: *конкурентоспособность, заведение питания, потребитель, отношение, намерение, поведение.*

The article investigates the behaviour of consumers. The semantic differential method was used. According to the criteria of 7P, the attitude of consumers to the institution of authentic cuisine based on their thoughts and feelings was evaluated, including the extent of popularity of the food establishments through the identification of reasons for the visit to the establishment and the type of its popularity. The survey evaluated intentions of consumers regarding the food establishments of authentic cuisine. Because of the results of the study, recommendations were made to improve the competitiveness of the food establishments.
Key words: *competitiveness, food establishment, consumer, attitude, intention, behaviour.*

Постановка проблеми. Динамічні зміни на ринках різних сфер господарювання, зменшення платоспроможності споживачів та інші негативні зміни в економіці, зумовлюють підприємства до боротьби за клієнтуру в умовах виживання. Однак усе ж таки значущим залишається забезпечення конкурентоспроможності підприємства, у тому числі закладів харчування. Забезпечення конкурентоспроможності закладу харчування як підприємства є складним, однак необхідним завданням. Від того, наскільки сильним є заклад, наскільки багато він має переваг порівняно з конкурентами, залежить його майбутнє. Урахування рівня конкурентоспроможності, думок та почуттів споживачів стосовно закладу харчування є головними чинниками під час побудови грамотної системи забезпечення конкурентоспроможності такого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Критерії та показники оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства у своїх працях розглядала Н.В. Михайлова [1]. Працю Д.В. Нагернюк присвячено основним чинникам, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства [2]. Дослідження А. Яхтер присвячено підвищенню конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності [3]. Дослідження того, як приймається рішення споживачем щодо вибору ресторану, проводив В.В. Дев'ятко [4]. Праці таких учених, як Т.В. Андросова, Н.О. Власова, Н.В. Михайлова, О.А. Круглова, М.Д. Давидова, О.М. Бабенко [5–7], присвячено конкурентоспроможності підприємств харчового господарства.

Проте в їхніх роботах залишаються невизначеними питання вибору найбільш дієвих заходів та рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності закладів харчування аутентичної кухні на основі результатів оцінки рівня конкурентоспроможності закладів, ставлення і намірів споживачів. Отже, виникає необхідність пошуку шляхів оптимізації діяльності таких підприємств на основі розроблення рекомендацій щодо підвищення їх конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження поведінки споживачів відносно закладу харчування аутентичної кухні та розроблення рекомендацій щодо підвищення його конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розроблення рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності закладів харчування важливо першочергово оцінити поведінку споживачів, їх ставлення та наміри відносно такого закладу. Отримана інформація повинна враховуватися в розробленні рекомендацій підвищення конкурентоспроможності, адже саме задоволення потреб споживачів лежить в основі ефективності роботи будь-якого підприємства.

Ставлення споживачів – це їх симпатії та антипатії, сумарна оцінка будь-чого (предмета, об'єкта, явища, процесу) [8].

Існує два джерела формування відношень: думки та почуття (рис. 1).

Рис. 1. Процес формування поведінки споживача [9]

Тобто думки та почуття формують ставлення, яке, своєю чергою, зумовлює намір, а останній визначає поведінку, тому за даною схемою доцільно дослідити ставлення та наміри споживачів до закладу харчування, що дасть змогу відслідкувати їх поведінку.

У такому разі об'єктом дослідження є заклад харчування, предметом – ставлення споживачів до закладу харчування. Під час безпосереднього дослідження ставлення споживачів до закладу доцільно проводити опитування відвідувачів за такими критеріями, як продукт, ціна, розподіл, просування, контактний персонал, процес, фізичне оточення, що є елементами маркетинг-мікс 7Р.

Пропонується за допомогою методу семантичного диференціалу досліджувати ставлення споживачів на основі їх думок та почуттів. Респондентам пропонується за шкалою від -3 до 3 встановити відношення до вище перерахованих критеріїв.

Продукт – уособлює якість страв, що представлені в закладі харчування. Бал «-3» визначає погану якість страв, «+3» хорошу якість страв.

Ціна – уособлює рівень середнього чеку та доступність страв середньостатистичному відвідувачу, «-3» – висока ціна страв, «+3» – низька ціна страв.

Розподіл – визначає зручність місця розташування закладу харчування відповідно до транспортної розв'язки: «-3» – не зручне розташування закладу харчування, «+3» – зручне розташування.

Просування – це дії, спрямовані на стимулювання збуту (наявність вигідних акцій, скидок), де «-3» – відсутність вигідних акцій, скидок, «+3» – наявність вигідних акцій, скидок.

Контактний персонал – це ввічливість та увага обслуговуючого персоналу, менеджменту до клієнта, де «-3» – відсутність ввічливості та уваги до клієнта, «+3» – наявність значної ввічливості та уваги до клієнта.

Процес – це набір технічних дій офіціантів та менеджерів у момент обслуговування клієнта: «-3» – низька технічність обслуговування, «+3» – висока технічність обслуговування.

Фізичне оточення – це все те, що оточує клієнта в момент перебування в закладі харчування (загальна атмосфера закладу, що зумовлена інтер'єром, музикою, запахом, світлом): «-3» – неприємна атмосфера закладу, «+3» – приємна атмосфера закладу.

На рис. 2 представлено приклад дослідження ставлення споживачів до закладу харчування аутентичної кухні (ресторану японської кухні) за методом семантичного диференціалу.

Оскільки для висловлення думки споживачів використовувалися кількісні параметри (бальна шкала), то для розрахунку їх узагальненої думки щодо кожного критерію дослідження здійснювався розрахунок зваженої середньої арифметичної [10] за критеріями.

Як видно з рисунка, у середньому відвідувачі ресторану якість страв, що представлені в ресторані, оцінили на рівні «2». Рівень середнього чеку та доступність страв середньостатистичному відвідувачу відвідувачі оцінили на рівні «-1». Зручність місця розташування ресторанів відповідно до транспортної розв'язки – «3». Наявність вигідних акцій оцінили на рівні «1». Ввічливість та увагу обслуговуючого персоналу на менеджменту до клієнта – на рівні «2». Набір технічних дій офіціантів та менеджерів у момент обслуговування клієнтів оцінили на рівні «1». Загальну атмосферу закладу, що зумовлена інтер'єром, музикою, запахом, світлом – на рівні «2».

Отже, згідно з думками споживачів, слабкими місцем ресторану є рівень цін, набір технічних дій офіціантів та менеджерів у момент обслуговування клієнтів та просування ресторану (наявність вигідних акцій, скидок, ін.).

На ставлення споживачів до закладу харчування здійснюють вплив їх уявлення про заклад. Негативні переконання перешкоджають споживанню продуктів, тому тут важливо дослідити міру популярності ресторану (рис. 3).

У ході опитування відвідувачам ресторану було запропоновано оцінити міру популярності закладу шляхом вказання, що саме спонукало їх відвідати ресторан: його назва, попередній досвід

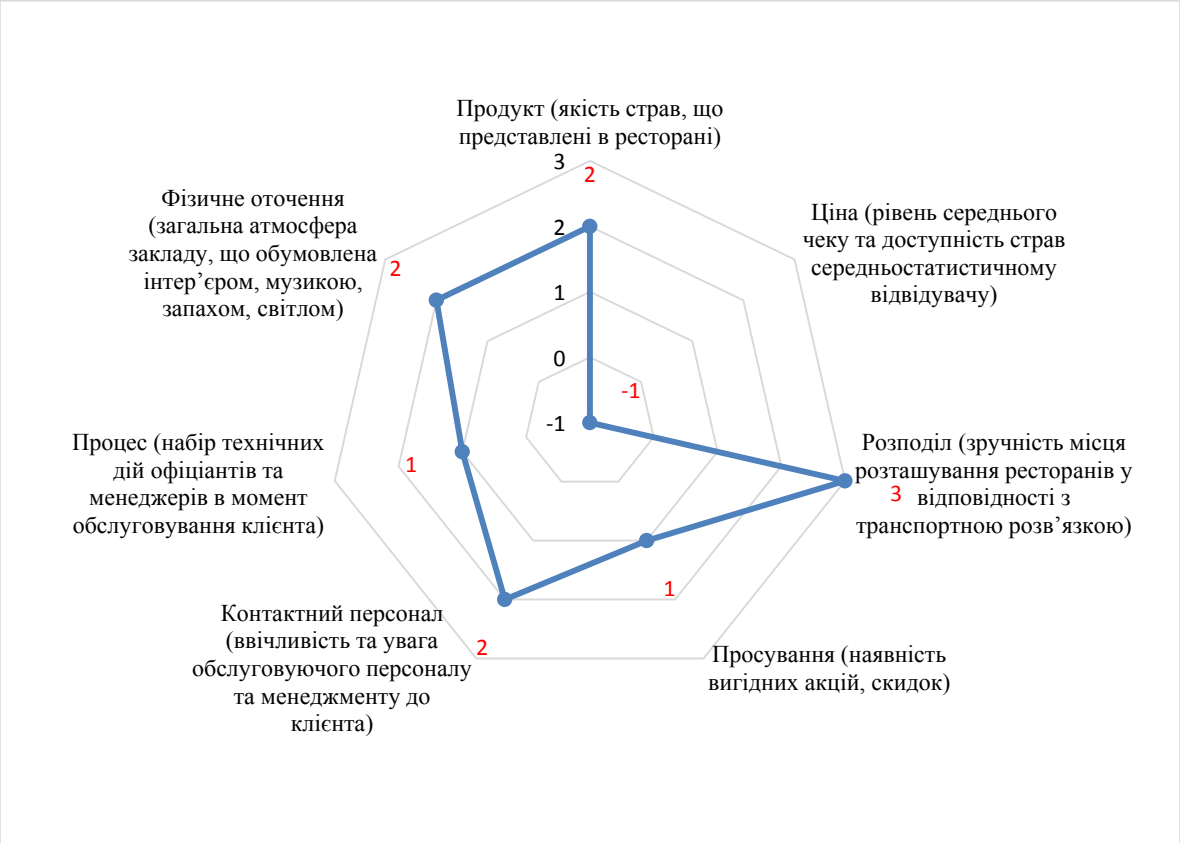


Рис. 2. Приклад результатів дослідження ставлення споживачів до закладу харчування за методом семантичного диференціалу

Рис. 3. Причини, що спонукають до відвідування ресторану

відвідування, пріоритетне положення ресторану по відношенню до аналогічних закладів у свідомості споживача. Було виділено три типи популярності: популярність-упізнаваність, за якої назва ресторану визначає його відвідування споживачем; популярність-пригадування, за якої потреба у відвідуванні ресторану визначається попереднім досвідом відвідування ресторану споживачем; пріоритетна популярність, за якої ресторан займає першорядне положення у свідомості споживача.

Отже, як видно з дослідження, 52% споживачів відвідують ресторан японської кухні, керуючись

попереднім досвідом. Тобто популярність ресторану належить до типу популярності «популярність-пригадування».

Також цим же відвідувачам було запропоновано визначити ймовірність здійснення повторного відвідування ресторану впродовж двох тижнів. В анкеті було представлено такі варіанти відповідей: 0 – ні в якому разі; 0,2 – малоймовірно; 0,4 – непогана ймовірність; 0,6 – велика ймовірність; 0,8 – досить ймовірно; 1 – впевнений. Таким чином, було встановлено наміри споживачів відносно відвідування ресторану японської кухні в майбутньому (рис. 4).

Отже, як видно з наведеного рисунку, 35% опитаних респондентів визначили, що малоймовірно відвідають ресторан японської кухні впродовж наступних двох тижнів із моменту останнього візиту. Це підтверджує негативний вплив чинників ціни, процесу та просування на загальне ставлення споживача до закладу.

Згідно з отриманими результатами дослідження ставлення та намірів споживачів, їхня поведінка буде відповідною. Клієнт за умов альтернатив буде відвідувати заклади з більш прийнятною ціною, злагодженим процесом обслуговування та з вигідними акційними чи дисконтними пропозиціями, тому під час розроблення рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності необхідно враховувати ці чинники.

Як уже зазначалося, розроблення рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності та досягнення нових конкурентних переваг закладу харчування доцільно проводити на основі попередніх досліджень ставлення та намірів споживачів, а також для більш ширшого та чіткого розуміння ситуації доцільно проводити додаткові дослідження, наприклад оцінити рівень конкурентоспроможності закладу харчування [11], здійснити SWOT-аналіз чи інше дослідження. Нові дії повинні сприяти поліпшенню ставлення, намірів споживачів до закладу, а також підвищенню його популярності. У табл. 1 представлено чинники, що є слабкими місцями ресторану та негативно впливають на його конкурентоспроможність, і запропоновано рекомендації щодо усунення проблем та підвищення конкурентоспроможності.

Введення страв китайської кухні буде досить простим та ефективним заходом, адже деякі продукти та технологія приготування китайських страв дуже схожі з японськими стравами, при цьому кількість позицій у меню збільшиться, що буде приємною новиною для споживачів.

Введення стабільного графіку роботи з 10 ранку до 2 ночі незалежно від дня тижня порівняно з попереднім графіком дасть відвідувачам змогу легко звикнути до режиму роботи, не буде викликати плутанину за днями та забезпечить можливість замовляти їжу додому навіть пізно вночі.

За умов формування економ-меню (чотири страви на загальну суму 150 грн.) та розроблення вегетаріанського меню без риби, м'яса та яєць

Рис. 4. Дослідження намірів споживачів відвідати ресторан упродовж двох тижнів

Таблиця 1

Рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності закладу харчування

Джерело інформації	Виявлені чинники, що негативно впливають на конкурентоспроможність	Пропоновані рекомендації
Оцінка рівня конкурентоспроможності	Страви тільки однієї національної кухні	Введення страв китайської кухні
SWOT-аналіз	Невеликий вибір страв	
Оцінка рівня конкурентоспроможності	Можливість доставки суші додому на протязі 12 годин роботи закладу	Стабільний графік роботи з 10 до 02.00 незалежно від дня тижня
SWOT-аналіз	Режим роботи	
Оцінка рівня конкурентоспроможності	Високий середній чек	Формування економ-меню: 4 страви на загальну суму 150 грн. Розроблення вегетаріанського меню без риби, м'яса та яєць
Дослідження ставлення споживачів	Ціна (рівень середнього чеку та доступність страв середньостатистичному відвідувачу)	
SWOT-аналіз	Завищені ціни	
Оцінка рівня конкурентоспроможності	Відсутність основних знижок/бонусів	Дисконтна програма: 5 % знижка постійним клієнтам. Комплімент: дарунок дві суші у фірмовій коробці
Дослідження ставлення споживачів	Просування ресторану (наявність вигідних акцій, скидок, ін.)	
SWOT-аналіз	Втрата цікавості до закладу з боку цільової аудиторії	
	Відсутність дисконтних карт	
SWOT-аналіз	Активність конкурентів	Створення кімнат для офіційних банкетів. Подієвий маркетинг: раз на місяць флешмоб, раз на місяць свято знаків зодіаку
Дослідження ставлення споживачів	Процес (набір технічних дій офіціантів та менеджерів у момент обслуговування клієнтів)	
SWOT-аналіз	Зростаюча конкуренція	Співпраця з корпоративними партнерами щодо розвитку мережі ресторанів у місті. Реклама франчайзингу
	Мала кількість місць у закладі	
SWOT-аналіз	Економічна нестабільність у країні	Страхування ризиків
	Подорожчання сировини	

споживачі будуть економити гроші та насолоджуватися улюбленими японськими стравами, що вплине й на величину середнього чеку.

Дисконтна програма передбачає, що під час замовлення клієнтом страв на суму від 750 грн. надається постійно діюча дисконтна картка з п'ятивідсотковою знижкою. Також приємним буде комплімент: дарунок дві суші у фірмовій коробці.

Створення кімнат для офіційних банкетів є дієвим заходом привернення уваги поважних організацій та збільшення кількості потенційних клієнтів.

Подієвий маркетинг передбачає такі заходи: раз на місяць флешмоб, де між відвідувачами, що прийшли до закладу в одязі, що за кольоровою гамою відповідає корпоративним кольорам ресторану, розігрується подарунковий сертифікат із можливістю відвідування ресторану на суму 300 грн. Також запропоновано раз на місяць проводити свято знаків зодіаку, де серед постійних клієнтів, що мають дисконту картку та які народилися за певним знаком зодіаку, розігрується подарунковий сертифікат із можливістю відвідування ресторану на суму 500 грн.

Співпраця з корпоративними партнерами щодо розвитку мережі ресторанів японської кухні, реклама франчайзингу, страхування ризиків є заходами щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства на перспективу. Це свого роду інвестиції в майбутнє, які в певний момент часу зможуть підсилити конкурентоспроможність ресторану.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідивши поведінку споживачів щодо закладу харчування аутентичної кухні, а саме оцінивши їх ставлення та наміри, отримано такі результати. Згідно з думками та почуттями споживачів, слабкими місцями досліджуваного закладу харчування аутентичної кухні є рівень цін, набір технічних дій офіціантів та менеджерів у момент обслуговування клієнтів та просування закладу (наявність вигідних акцій, скидок). 52% споживачів відвідують заклад, керуючись попереднім досвідом. Тобто популярність ресторану японської кухні належить до типу популярності «популярність-пригадування». Щодо оцінки намірів споживачів, то 35% опитаних респондентів визначили, що малоймовірно відвідають заклад харчування впродовж наступних двох тижнів із моменту останнього візиту. Це підтверджує негативний вплив чинників ціни, процесу та просування на загальне ставлення споживача до закладу. Згідно з виявленими проблемами, розроблено рекомендації з підвищення конкурентоспроможності закладу харчу-

вання аутентичної кухні: введення страв китайської кухні, стабільний графік роботи з 10 до 02.00 незалежно від дня тижня, формування економ-меню (чотири страви на загальну суму 150 грн.), розроблення вегетаріанського меню без риби, м'яса та яєць, дисконтна програма (п'ятивідсоткова знижка постійним клієнтам), комплімент (дарунок – дві суші у фірмовій коробці), створення кімнат для офіційних банкетів, подієвий маркетинг (раз на місяць – флешмоб, раз на місяць – свято знаків зодіаку), співпраця з корпоративними партнерами щодо розвитку мережі ресторанів у місті, реклама франчайзингу, страхування ризиків.

Отже, основним науковим результатом даного дослідження є те, що в ньому дістали подальший розвиток теоретичні та практичні аспекти рекомендацій щодо підвищення конкурентоспроможності закладів харчування аутентичної кухні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Михайлова Н.В. Критерії та показники оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства на рівні оперативного управління. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlova.htm/

2. Нагернюк Д.В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства/ URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142/

3. Яхтер А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності/ Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 39(1). С. 132–137.

4. Девятко В.В. Как принимается решение о выборе ресторана? URL : http://bit.ly/1MYZZB6.

5. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства: монографія / Т.В. Андросова, Н.О. Власова, Н.В. Михайлова, О.А. Круглова. Х.: ХДУХТ, 2010. 144 с.

6. Давыдова М.Д. Пути повышения конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации. URL: http://bit.ly/1mKMAb6.

7. Бабенко О.М. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та застосування лідерства в управлінні як конкурентної переваги. URL: http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/665.

8. Поведение потребителей / Д. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел; пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой; изд. 9-е. Спб.: Питер, 2002. 624 с.

9. Шинкаренко В.Г. Маркетинговая деятельность автотранспортного предприятия: учеб. пособ. Х.: Мадрид, 2013. 596 с.

10. Рудень В.В., Гутор Т.Г. Методика проведення та оцінки результатів експертних оцінок (на прикладі впровадження системи моніторингу здоров'я населення на рівні первинної медико-санітарної допомоги). URL: http://bit.ly/1unbfV4.

11. Приходько Д.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності ресторанів японської кухні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 14. URL: http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2599-prikhodko-d-o-teoretichni-aspekti-konkurentospromozhnosti-restoraniv-yaponskoji-kukhni.

REFERENCES:

1. Mykhailova N.V. (2008) Kryterii ta pokaznyky otsinky konkurentospromozhnosti pidpryiemstv restorannoho hospodarstva na rivni operatyvnoho upravlinnia [Criteria and indicators of competitiveness assessment of restaurant enterprises at the level of operational management]. Zbirnyk naukovykh prats KhDUKhT [Collection of scientific works of KHDUKHT] (electronic journal), no. 2 (8), part 2, pp. 310-317. Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlova.htm (accessed 15 February, 2018).

2. Naherniuk D.V. (2016) Osnovni chynnyky, shcho formuiut konkurentospromozhnist pidpryiemstv restorannoho hospodarstva [The main factors shaping the competitiveness of restaurant enterprises] Elektronne naukove fakhove vydannia "Efektyvna ekonomika" [Electronic scientific special edition "Effective economy"] (electronic journal), no. 9. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142 (accessed 15 February, 2018).

3. Yakhter A. (2015) Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv restorannoho hospodarstva za rakhunok uprovadzhennia innovatsiinoi diialnosti [Increasing the competitiveness of restaurants in the enterprise by introducing innovative activities]. Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu, Seriia: Ekonomichni nauky [Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University, Series: Economic Sciences], vol. 39 (1). pp. 132-137.

4. Devyatko V. V. Kak prinimaetsya reshenie o vybore restorana? [How is the decision to choose a restaurant?] (electronic resource), available at: http://bit.ly/1MYZZB6 (accessed 17 February, 2018).

5. Androsova T. V., Vlasova N. O., Mykhailova N. V., Kruhlova O. A. (2010) Otsinka konkurentospromozhnosti pidpryiemstv restorannoho hospodarstva [Assessment of the competitiveness of restaurant enterprises]. Monohrafiia [Monograph]. Kharkiv: KhDUKhT. (in Ukrainian)

6. Dovydova M. D. Puti povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatiya v usloviyakh globalizatsii [Ways to increase the competitiveness of an enterprise in the context of globalization] (electronic resource), available at: http://bit.ly/1mKMAb6 (accessed 20 February, 2018).

7. Babenko O.M. (2013) Formuvannia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv restorannoho hospodarstva ta zastosuvannia liderstva v upravlinni yak konkurentnoi perevahy [Formation of competitiveness of restaurant enterprises and application of leadership in management as a competitive advantage]. Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli [Scientific herald of Poltava University of Economics and Trade] (electronic journal), no. 4 (60). pp. 100-108. Available at: http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/article/view/665/662 (accessed 20 February, 2018).

8. Blekuell D., Miniard P., Endzhel Dzh. (2002) Povedenie potrebiteley [Consumer behavior]. St. Petersburg: Piter. (in Russian)

9. Shinkarenko V.G. (2013) Marketingovaya deyatel'nost' avtotransportnogo predpriyatiya: Uchebn. posobie [Marketing activity of a trucking enterprise: a textbook]. Kharkiv: Madrid. (in Russian)

10. Ruden V.V., Hutor T.H. (2011) Metodyka provedennia ta otsinky rezultativ ekspertnykh otsinok (na prykladi vprovadzhennia systemy monitorynhu zdorovia naselennia na rivni pervynnoi medyko-sanitarnoi dopomohy) [The method of conducting and evaluating the results of expert assessments (for example, implementation of a system of monitoring of public health at the level of primary health care)]. Ukrainskyi medychnyi chasopys [Ukrainian Medical Journal] (electronic journal), no. 2 (82), pp. 31-34. Available at: https://www.umj.com.ua/wp/wp-content/uploads/2011/02/82_31-34.pdf?upload= (accessed 21 February, 2018).

11. Prykhodko D.O. (2016) Teoretychni aspekty konkurentospromozhnosti restoraniv yaponskoi kukhni [Theoretical aspects of the competitiveness of Japanese cuisine restaurants]. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky [Global and national problems of the economy] (electronic journal), no, 14, pp. 516-522. Available at: http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2599-prikhodko-d-o-teoretichni-aspekti-konkurentospromozhnosti-restoraniv-yaponskoji-kukhni (accessed 21 February, 2018).

Prykhodko D.O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kharkiv National Automobile and Highway University
Mazur Ju.O.
Student
Kharkiv National Automobile and Highway University

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF FOOD ESTABLISHMENTS

The process of activity of food establishments has become an object of research in this article. The subject of research is a competitiveness of food establishments of authentic cuisine. The purpose of the article is the research of behaviour of consumers in relation to authentic food establishments and development of recommendations to increase its competitiveness. In the article, following methods of scientific knowledge are used: analysis and synthesis, analytical comparison, description, generalization, questionnaire, and statistical methods.

The article investigates the behaviour of consumers. The semantic differential method was used. According to the criteria of 7P, the attitude of consumers to the institution of authentic cuisine based on their thoughts and feelings was evaluated, including the extent of popularity of the food establishments through the identification of reasons for the visit to the establishment and the type of its popularity. The survey evaluated the intentions of consumers regarding the food establishments of authentic cuisine. Because of the results of the study, recommendations were made to improve the competitiveness of the food establishments.

According to the thoughts and feelings of consumers, the weakness of the study food establishment of authentic cuisine is the level of prices, a set of technical actions of waiters and managers at the time of customer service and promotion of the institution (availability of profitable shares, discounts). 52% of consumers visit the institution based on previous experience. That is, the popularity of the restaurant of Japanese cuisine refers to the popularity of “popularity-remembering”.

Regarding the assessment of consumers’ intentions, 35% of respondents indicated that it is unlikely that they would visit a food facility within the next two weeks since the last visit. This is confirmed by the negative influence of price, process, and promotion factors on the overall consumer attitude towards the institution. Therefore, in accordance with the identified problems, recommendations were developed for increasing the competitiveness of the food establishments of authentic cuisine – the introduction of dishes of Chinese cuisine; stable work schedule from 10-00 to 02-00 regardless of the day of the week; formation of the economy menu (4 dishes for the total amount of 150 UAH); develop a vegetarian menu without fish, meat, and eggs; discount program (5% discount for regular customers); compliment (a gift of two sushi in a branded box); creating rooms for official banquets; event marketing (once a month flash-mob, once a month holiday zodiac signs); cooperation with corporate partners on the development of a network of restaurants in the city; franchise advertising; insurance of the risks.

Consequently, the main scientific result of this study is that it further developed the theoretical and practical aspects of the recommendations for improving the competitiveness of authentic food establishments.

ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ДЖЕРЕЛА ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

INTERNAL AND EXTERNAL RESOURCES OF ENTERPRISE STAFF ATTRACTION: A COMPARATIVE ANALYSIS

УДК 005.953

Пустова В.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Харківський інститут фінансів
Київського національного торгово-економічного університету
Пильнєв В.Г.
студент
Харківський інститут фінансів
Київського національного торгово-економічного університету

Статтю присвячено порівняльному аналізу внутрішніх та зовнішніх джерел підбору конкурентоспроможного і висококваліфікованого персоналу на підприємстві та можливостей їх застосування на вітчизняних підприємствах. Розглянуто сутність та характерні особливості внутрішніх та зовнішніх джерел підбору персоналу. Проведений порівняльний аналіз дає змогу зазначити, що визначення певного способу залучення персоналу є необхідним для зростання продуктивності праці персоналу й ефективності функціонування підприємств.
Ключові слова: *підбір, персонал, підприємство, управління, хедхантинг, рекрутинг, прелиминаринг.*

Статья посвящена сравнительному анализу внутренних и внешних источников подбора конкурентоспособного и высококвалифицированного персонала на предприятии и возможностей их применения на отечественных предприятиях. Рассмотрены сущность и характерные особенности внутренних и внешних источников подбора персонала. Проведенный сравнительный анализ позволяет отметить, что внедрение определенного способа привлечения персонала необходимо для роста производительности труда персонала и эффективности функционирования предприятий.
Ключевые слова: *подбор, персонал, предприятие, управление, хедхантинг, рекрутинг, прелиминаринг.*

The article discusses a comparative analysis of internal and external sources of selection of competitive and highly qualified personnel at the enterprise and the possibilities of their application in domestic enterprises. In the article, the essence and characteristic features of internal and external sources of personnel selection are considered. The conducted comparative analysis allows noting that the introduction of a certain method of attracting personnel is necessary for the growth of labour productivity of personnel and the efficiency of the operation of enterprises.
Key words: *selection, personnel, enterprise, management, headhunting, recruiting, preliminaring.*

Постановка проблеми. Залучення персоналу в умовах сьогодення визначає успіх підприємства на ринку, тому що висококваліфікований персонал, знання, навички і здібності, якими він володіє, впливають на його конкурентоспроможність та потенціал. Актуальність полягає у тому, що основним завданням під час залучення персоналу на роботу є задоволення попиту на працівників у якісному й кількісному співвідношенні. Слід зазначити, що з проблемою залучення персоналу та його подальшого навчання стикається практично кожна організація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням джерел внутрішнього та зовнішнього залучення персоналу на підприємства присвячено праці таких учених, як М.А. Божик, Н.Л. Гавкалова, Т.Ю. Базарова, Б.Л. Єрьомін, М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних та практичних аспектів процесу залучення персоналу на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найм на роботу – це низка дій, спрямованих на залучення кандидатів, які мають якості, необхідні для досягнення цілей, які поставлені організацією; це комплекс організаційних заходів, який включає всі етапи набору кадрів, а також оцінку, відбір персоналу і прийом співробітників на роботу.

Для того щоб забезпечити підприємство працівниками в необхідній кількості та, що не менш важливо, необхідної якості, необхідно визначитися з джерелами та способами його залучення.

Традиційно в науковій літературі виділяють два основних джерела, які забезпечують покриття потреби в персоналі: внутрішні та зовнішні. Внутрішні джерела залучення персоналу на підприємство наведено в табл. 1.

Внутрішній конкурс як метод залучення персоналу доцільно застосовувати, якщо знання особливостей роботи підприємства та його унікальних технологій є необхідною умовою для зайняття посади. Але використання цього методу можливе і в разі необхідності заповнення посади керівника.

За допомогою внутрішнього конкурсу можливо розкрити внутрішній потенціал працівників, виявити серед них неформального лідера, який у перспективі може стати висококваліфікованим керівником [5].

Виконання робіт за сумісництвом доцільне тільки тоді, якщо працівник потрібен на недовготривалий проміжок часу або для виконання невеликого обсягу роботи. Це пояснюється тим, що сумісники мають збільшене навантаження, а тому подібна довготривала робота може негативно відобразитися на ефективності виконуваних робіт, а також викликати хронічну втому чи призвести до захворювань. У результаті підприємство може понести додаткові витрати.

Щодо ротації, то вона є досить ефективною для організацій, що перебувають у стадії інтенсивного зростання, і стосується у переважній більшості переміщення керівників.

Ротація має бути об'єктивною щодо визначення кандидатів на підвищення, адже на практиці поши-

Таблиця 1

Характеристика внутрішніх джерел покриття потреби в персоналі [4]

Метод найму персоналу	Характеристика методу
Внутрішній конкурс	Конкурентна боротьба між двома і більше претендентами за вакантну посаду на певних умовах
Робота за сумісництвом	Можливість виконання працівником на тому ж підприємстві разом зі своєю основною роботою, обумовленою трудовим договором, додаткової роботи за іншою професією (посадою) або обов'язків тимчасово відсутнього працівника без звільнення від основної роботи
Ротація кадрів	Процедура призначення, за якою місце роботи і посада певного працівника можуть змінюватися
За рекомендацією	Залучення кандидатів за рекомендаціями родичів, друзів і знайомих працівників компанії. Метод досить ефективний і більше підходить для невеликих організацій. Цей метод не вимагає значних фінансових і трудових витрат, забезпечує певну обізнаність про потенційного кандидата, а з іншого боку, якщо він набуває широкого використання, то це може призвести до виникнення «кумівських відносин», що не сприяє підвищенню продуктивності праці; та виробничий персонал не є фахівцями з підбору персоналу, а тому може суб'єктивно оцінювати пропонованих кандидатів

Таблиця 2

Характеристика зовнішніх джерел найму персоналу [4]

Джерела залучення персоналу	Характеристика
Самостійні пошуки через ЗМІ та мережу Інтернет (сайти пошуку працівників)	Застосування онлайн-ресурсів та видань – найбільш ефективний і популярний інструмент залучення кандидатів, однак щоб оголошення били точно в ціль, слід максимально точно викладати вимоги до претендентів та їх майбутні посадові функції
Центр зайнятості	У більшості країн створено спеціальні державні органи, які займаються пошуком роботи для громадян, які звернулися за допомогою. В Україні – Державна служба зайнятості. У рамках її структури існують державні центри зайнятості обласного, міського та районного рівнів. Центри зайнятості здійснюють підбір відповідних вакансій для тих, хто звернувся, надають консультативні послуги, а якщо дозволяє фінансування – забезпечують навчання та перекваліфікацію
Рекрутингові організації	Рекрутингове агентство, тобто компанія з підбору персоналу, спочатку укладає договір з організацією-роботодавцем, що оплачує її послуги з пошуку необхідних співробітників. Пошук персоналу ведеться спочатку з урахуванням усіх вимог роботодавця, тобто на співбесіди направляються тільки ті люди, які гарантовано відповідають вимогам
Headhunting	Дослівно перекладаючи – «полювання за головами». Метод переманювання певного спеціаліста (визнаного майстра у своїй сфері) з однієї організації в іншу. Методика заснована на передумові, що працівники вищого рівня не шукають роботу самостійно, а іноді навіть і не замислюються про зміну такої. Завдання «мисливців» – працівника кадрового агентства – зацікавити кандидата більш вигідними умовами або перспективами розвитку
Контакти з вищими закладами освіти	Сутність цього методу полягає у пошуку молодих фахівців шляхом проведення презентацій та виступів керівників перед студентами ВНЗ
Preliminaring (прелиминаринг)	Залучення кандидатів на посаду за допомогою виробничої практики молодих фахівців (випускників профільних ВНЗ). Вибір майбутнього співробітника припускає відповідність претендентів певним психологічним та особистісним якостям

рені випадки, коли керівниками стають їх заступники. У такому разі вони повинні відповідати всім вимогам посади і володіти необхідними якостями для ведення управлінської діяльності. Оскільки цих критеріїв не завжди дотримуються, то виявлення серед персоналу потенційного керівника неможливе [5].

Якщо керівництво вважає, що використання внутрішніх джерел залучення персоналу є неефективним та не призводить до зростання продуктивності праці персоналу й ефективності функціонування підприємства, можна скористатися зовнішніми джерелами найму персоналу (табл. 2).

Використання вищезазначених джерел залучення персоналу обмежене, оскільки кожне з них має свої недоліки. Так, наприклад, центри зайнятості можуть забезпечити підприємство працівниками для виконання простої, рутинної роботи, яка, можливо, вимагає неповної зайнятості. Як правило, це робітники невисокої кваліфікації, тому пошук керівників чи першокласних спеціалістів неефективний у такому разі.

Залучення персоналу через агентства або за допомогою послуг хедхантерів потребує великих витрат. Хоча є гарантії щодо подальшої трива-

Таблиця 3

Переваги та недоліки джерел залучення персоналу

Переваги	
Внутрішні джерела	Зовнішні джерела
Низькі витрати на залучення персоналу. Збереження рівня оплати праці, що існує на підприємстві. Можливість для службового зростання працівників підприємства. Відсутня необхідність у тривалій адаптації кандидата. Оперативність у заповненні вільної вакансії. Підвищення мотивації працівників. Підвищення задоволеності працею. Менша ймовірність виникнення проблем із професійною та соціальною інтеграцією працівника	Можливість обирати з великої кількості кандидатів. Приплив ініціативних молодих спеціалістів, що призводить до появи нових ідей. Найбільш повне задоволення потреби в персоналі, як кількісної, так і якісної. Зменшується можливість появи конфліктних ситуацій серед працівників
Недоліки	
Внутрішні джерела	Зовнішні джерела
Обмеженість у виборі кандидатів. Можливість виникнення незадоволеності у працівників, що не пройшли конкурсний відбір на посаду. Виникнення суперечок між працівниками, що претендують на вакантну посаду. Можливе перенавантаження підрозділу, з якого переводять відібраного працівника на вакантну посаду. Переміщення не сприяє задоволеності кількісної потреби в персоналі, а якісна потребує підвищення кваліфікації. Прийняття рішень може відбуватися за принципом «кумівських відносин» та «орієнтації на товариша»	Більш високий рівень витрат. Висока питома вага працівників, що були прийняті зі сторони, сприяє зростанню плинності кадрів. Необхідність тривалої адаптації нового працівника. Незнання кандидатом зі сторони особливостей роботи підприємства. Зменшення можливостей для кар'єрного зростання працівників підприємства. Зменшення мотивації працівників. Неможливість прогнозування поведінки працівника у певних ситуаціях та недостатня обізнаність його якостей. Висока ймовірність необхідності у випробувальному терміні

лої зайнятості працівника, але небагато організацій можуть собі це дозволити. Також ці методи доцільно використовувати лише для пошуку ключових та керівних посад.

Пошук кандидатів через ЗМІ та мережу Інтернет ефективний у разі підбору кандидатів масових професій. Але пошук роботи через Інтернет найбільше поширений серед молоді, а саме серед випускників ВНЗ, тобто некваліфікованої робочої сили, найм якої потребує додаткових вкладень у вигляді адаптації та навчання. Рекламні оголошення можуть або доповнювати інші підходи, або бути основним джерелом найму залежно від цілей пошуку кандидатів [1].

Контакти зі школами та ВНЗ малоефективні в короткостроковому періоді, адже їх сутність полягає у розповсюдженні інформації про підприємство серед молоді, яка тільки визначається зі сферою майбутньої діяльності, більшість із них не готова або не має змоги працювати в період навчання. Але цей метод може принести певну користь, оскільки інформація про підприємство може поширюватися каналами спілкування молодих людей, що підвищує обізнаність молоді про потенційне місце роботи.

У перспективі ті, хто зацікавився роботою, можуть стати базою для підприємства для відбору найбільш прийнятних кандидатів. Також метод відрізняється своєю дешевизною, що, безперечно, є його перевагою, але спрямованість на пошук молодих спеціалістів указує на обмеженість його використання.

Щоб обрати найбільш доцільне джерело залучення персоналу, яке призведе до зростання ефективності функціонування підприємств та продуктивності праці персоналу, необхідно виділити основні переваги та недоліки обох джерел залучення персоналу (табл. 3).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, зважаючи на чималу кількість джерел залучення персоналу, підприємство має змогу вибрати серед них найбільш доцільний або комбінувати їх і використовувати в комплексі.

Під час здійснення цього вибору повинні враховуватися вищезазначені переваги та недоліки кожного з них, які можуть бути вигідні чи, навпаки, стати перешкодою у процесі найму. Також необхідно зважати на фінансові можливості підприємства, цілі найму персоналу та кваліфікаційно-професійний склад працівників, у яких виникла потреба.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Божик М.А. Менеджмент персоналу. URL: http://lubbook.net/book_322_glava_57_Rota%.D1%81%D1%96jakadr%D1%96v_jak_forma_.html

2. Гавкалова Н.Л., Маркова Н.С. Менеджмент персонала: учеб. пособ.; 2-е изд., исправ. и доп. Х.: ИНЖЕК, 2005. 304 с.

3. Irena Figurska Employer branding as a human resources management strategy. Human Resources

Management & Ergonomics. 2013. Volume VII. № 2. P. 35–51. URL: https://frcatel.fri.uniza.sk/hrme/files/2013/2013_2_03.pdf.

4. Підбір, відбір і найм персоналу. URL: http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1140-pidbir-vidbir-i-najmpersonalu--5-metodiv-poshuku-spivrobitnikiv.html#part-3-4.

5. Управление персоналом: учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина; 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ, 2002. 560 с.

6. Управління персоналом: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М.Д. Виноградський, С.В. Беляєва, А.М. Виноградська та ін. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 500 с.

REFERENCES:

1. Bozhyk M. A. Menedzhment personalu [Personnel management]. Available at: http://lubbook.net/book_322_glava_57_Rota%D1%81%D1%96jakadr%D1%96v_jak_forma_.html

2. Havkalova N. L., Markova N. S. (2005) Menedzhment personala : uchebn. posob. [Personnel management]. Kharkiv : YD “YNZhEK”, 304 p. (in Ukrainian)

3. Irena Figurska (2013) Employer branding as a human resources management strategy. Human Resources Management & Ergonomics, vol. 7. – no. 2, pp. 35-51 [Online] – Available at : https://frcatel.fri.uniza.sk/hrme/files/2013/ 2013_2_03.pdf

4. Pidbir, vidbir i naim personalu [Selection and recruitment of personnel]. Available at : http://bigenergy.com.ua/fnansi/bznes-dlya-pdpri/1140-pidbir-vidbir-i-najmpersonalu--5-metodiv-poshuku-spivrobitnikiv.html#part-3-4

5. Bazarova T. Yu., Eremyna B.L. (2002) Upravlenye personalom : uchebnyk dlia vuzov [Personnel Management]. – Moscow : YuNYTY, 560 p. (in Russian)

6. Vynohradskyi M.D., Beliaieva S.V., Vynohradska A.M. (2006) Upravlinnia personalom : navch. posibn. dlia stud. vyshch. navch. zakl. [Personnel Management]. Kyiv : Tsentr navchalnoi literatury, 500 p. (in Ukrainian)

Pustova V.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Management
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics
Pylniev V.G.
Student
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

INTERNAL AND EXTERNAL RESOURCES OF ENTERPRISE STAFF ATTRACTION: A COMPARATIVE ANALYSIS

The article discusses a comparative analysis of internal and external sources of selection of competitive and highly qualified personnel at the enterprise and the possibilities of their application in domestic enterprises. In the article, the essence and characteristic features of internal and external sources of personnel selection are considered. The conducted comparative analysis allows noting that the introduction of a certain method of attracting personnel is necessary for the growth of labour productivity of personnel and the efficiency of the operation of enterprises.

The author has concluded that in order to provide the company with the necessary quantity and, equally important, the necessary quality, it is necessary to determine the sources and methods of its engagement. In the scientific literature, there are two main sources that provide coverage for staffing needs: internal and external.

The article concludes with the advantages and disadvantages of sources of recruitment.

The determined numbers of sources of recruitment are identified so that the company can choose among them the most appropriate or combine them and use it in the complex.

ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КОУЧИНГУ ЛІДЕРСТВА В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТАХ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF LEADERSHIP COACHING IN INNOVATIVE PROJECTS THROUGH CREATIVE MANAGEMENT

УДК 334.021

Свінцицька О.М.
к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Житомирський державний технологічний університет
Богоявленська Ю.В.
к.е.н., доцент, завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці
Житомирський державний технологічний університет

У статті проведено дослідження теоретичних і практичних аспектів коучингу лідерства в інноваційних проектах на засадах креативного управління як важливого складника успішної реалізації стратегії адаптації до ринкових перетворень. Застосування креативного управління у практичній діяльності підприємств та організацій пов'язане зі змінами методів конкурентної боротьби, в основу яких покладено нововведення, нестандартний підхід до управління проектами та командами, що мають справу з інноваціями будь-якого характеру: техніко-технологічними, організаційними, продуктовими тощо.
Ключові слова: *креативне управління, інновація, креативний розвиток, креативний проект, коучинг, лідерство.*

В статье проведено исследование теоретических и практических аспектов коучинга лидерства в инновационных проектах на основе креативного управления как важной составляющей успешной реализации стратегии адаптации к рыночным преобразованиям. Применение креативного управления в практической деятельности предприятий и организаций связано с изменениями методов конкурентной борьбы, в основу которых положены нововведения, нестандартный подход к управлению проектами и командами, имеющими дело с инновациями любого характера: технико-технологическими, организационными, продуктовыми и тому подобное.
Ключевые слова: *креативное управление, инновация, креативное развитие, креативный проект, коучинг, лидерство.*

The article analyses theoretical and practical aspects of leadership coaching in innovative projects through creative management as an important component of the successful implementation of the strategy's adaptation to market transformations. The application of creative management in the practical activity of enterprises and organizations associated with changes in methods of competitiveness on the basis of new vision, and non-standard approach in projects and teams management, which deals with innovations of any nature: technical and technological, organizational, products, etc.
Key words: *creative management, innovation, creative development, creative project, coaching, leadership.*

Постановка проблеми. Стрімкі темпи науково-технічного прогресу та загострення конкуренції на сучасному глобалізованому ринку визначають безумовну пріоритетність інноваційного шляху розвитку економіки країн, галузей та окремих підприємств. Інвестуючи капітал у розвиток інноваційних проектів і програм креативних галузей, економіка країни підвищує власний творчий потенціал, загальний рівень культури і, як наслідок, отримує прибуток завдяки створенню та використанню інтелектуальної власності.

У контексті економічних перетворень, що спостерігаються в Україні останніми роками, застосування інновацій і креативного управління є перспективним і дієвим способом для виживання та подолання недоліків підприємництва, підвищення ефективності процесу генерації нових знань і пошуку нових рішень для досягнення успіху підприємств. Креативне управління дає змогу знаходити нестандартні шляхи вирішення складних завдань, перетворювати ідеї на джерело прибутку, втілювати в життя найсміливіші плани та проекти, управляти майбутнім бізнесом.

З огляду на актуальність даних питань, у статті обґрунтовується доцільність коучингу в креативному управлінні інноваційними проектами, що стимулює зростання ефективності та конкурентоспроможності підприємств в епоху економіки знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Опрацювання літературних джерел свідчить, що в наукових працях проблема креативного управління проектами із застосуванням коучингу є малодослідженою. Певний науковий внесок у цьому напрямі зроблено в зарубіжних працях Майкла Р. Джея, Мерилін Аткінсон, Роберта Ділтса та ін. У роботах цих авторів розглядаються приклади та моделі коучингової взаємодії. Питання креативного управління розкриті як у працях закордонних фахівців, так і вітчизняних, однак мало вивчені у сфері управління проектами. Серед вітчизняних науковців варто виділи таких авторів, як: Т.В. Божидарнік, Н.М. Василик, В.П. Окорський, А.М. Валюх, І.І. Свидрук, Ю.М. Мельник, О.В. Кулініч, О.І. Кліпкова та ін. Дослідження теоретичних і практичних аспектів коучингу інноваційних проектів на засадах креативного управління потребує більш глибокого аналізу та обґрунтування.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів коучингу лідерства в інноваційних проектах на засадах креативного управління як важливого складника успішної реалізації стратегії адаптації до ринкових перетворень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосування креативного управління у практичній діяльності підприємств та організацій пов‘язане зі змінами методів конкурентної боротьби, в основу

яких покладено нововведення, нестандартний підхід до управління проектами та колективами працівників, що мають справу з інноваціями будь-якого характеру: техніко-технологічними, організаційними, асортименту виробів, послуг тощо [5].

Креативне управління підвищує вірогідність виникнення нових креативних ідей, які можуть матеріалізуватися в інноваційних продуктах, перетворює творчі здібності працівників на конкурентний актив, здатний забезпечити високий рівень ефективності, ринкові переваги і стійкий розвиток підприємства. Тому формування компетентності менеджерів з управління креативністю стає першочерговим завданням для багатьох організацій.

Термін «креативність» уперше ввів в 1922 р. Д. Сімпсон. Він розумів під креативністю здатність людини відмовлятися від стереотипних способів мислення. Відомий англійський учений К. Спірмен також уважається одним з основоположників школи креативного управління, який сформулював креативність як силу людського розуму, яка створює новий зміст шляхом зміни і створення нових зв'язків.

Сьогодні існує багато підходів до визначення природи креативності. Деякі визначення креативності було сформульовано в термінах продукту, результату діяльності, інші – в термінах процесу, особистісних властивостей або необхідних зовнішніх умов. Креативність часто розглядають як дещо протилежне конформності, буденності, що передбачає нестандартні підходи на відміну від загальноприйнятих.

Незважаючи на полярні погляди, практично в усіх визначеннях креативність пов'язується з винаходом чогось нового (для особи чи для суспільства) [8], тому під креативністю будемо розуміти творчий підхід (проектування) нових властивостей об'єкта з наявних елементів (властивостей, відносин). На особистому рівні творче ставлення необхідне менеджеру в процесі управління, спеціалісту – під час розв'язання питань згідно з власними обов'язками. На суспільному рівні креативність – це вияв нових напрямів у мистецтві, наукових відкриттях і соціальних програмах [11].

З огляду на зазначені властивості та критерії, продуктами творчості та креативності можуть бути: відкриття, винаходи, художні твори, стилі, погляди, ідеї, унікальні досягнення у сфері науки, техніки та бізнесу, що за своєю суттю схожі, а різниця полягає у засобах проникнення у природу. Для прискорення темпів реалізації таких продуктів необхідні дієві інструменти та технології їх трансферу в інноваційні проекти та креативні галузі економіки. Потреба в реалізації проектів виникає тоді, коли окрема ситуація не задовольняє інтереси певного кола осіб, власників та акціонерів підприємств, жителів громади або її певної частини, які прагнуть її змінити в умовах обмеженості ресурсів [9].

Особливістю реалізації проектів у публічній сфері є розв’язання суспільних проблем, які формалізовані (описані) у відповідних документах: державних та регіональних програмах, концепціях або стратегіях у формі стратегічних пріоритетів чи завдань [9].

Бізнес-проекти ставлять за мету підвищити ефективність бізнесу або стимулювати його розвиток в умовах обмежених ресурсів. Пріоритетного значення набувають бізнес-проекти інноваційної спрямованості, які є ефективним засобом донесення нової ідеї, розроблення проекту до осіб, спроможних їх фінансувати. Водночас він є основою для оцінки перспективи розвитку та управління новим бізнесом – стартапом. Стартап виступає найсучаснішою та найперспективнішою формою ведення бізнесу в Україні. Стартап, або стартап-компанія (від англ. Start-up – запускати), – компанія з короткою історією операційної діяльності. Стартапом уважається проект, що швидко розвивається у певній галузі економіки та стимулює розвиток креативних індустрій. Під креативними індустріями розуміють сукупність поглядів, ідей, тенденцій і напрямів сучасного розвитку економіки, що характеризується органічним поєднанням та використанням знань, інформації та творчості (креативності).

Сприянням трансферу знань та інновацій у креативні проекти займаються спільні центри досліджень і розвитку, програми технічної допомоги, офіси трансферу технологій, центри розвитку малого бізнесу, центри розвитку підприємництва в університетах, незалежні центри розвитку підприємництва і бізнесу, галузеві центри підтримки бізнесу, регіональні ради з питань розвитку або агентства економічного розвитку, в яких технологічний складник відіграє помітну роль. Асоціації, ради та інші громадські організації також виступають на підтримку інноваційно-креативного бізнесу [6]. Пріоритетними напрямами розвитку інноваційних проектів і програм є:

– створення науково-дослідних альянсів;

– партнерство навчальних закладів та бізнес-середовища;

– організація бізнес-інкубаторів, технополісів, технопарків та ін.

– створення інформаційно-культурних та туристичних центрів для творчої співпраці об‘єднаних громад та населення;

– проведення конференцій, презентацій, круглих столів, виставок творчих та креативних продуктів;

– стимулювання наукової активності молоді та підготовка компетентних фахівців у сфері консалтингу, HR-менеджменту, експертного коучингу;

– вивчення та запровадження досвіду провідних компаній світу щодо використання бізнес-

моделей розвитку творчого потенціалу на основі креативного управління;

– залучення іноземних інвестицій, технологій та експертів у креативні галузі економіки та інноваційне підприємництво;

– стимулювання поширення продуктів інтелектуальної власності в бізнес-середовище через використання у власному виробництві, лізинг, інжиніринг, франчайзинг, промислову кооперацію, видачу ліцензій та ін.

Для розвитку креативного сектора запроваджено багато проектів і програм різного масштабу – від рівня ЮНЕСКО до муніципальних. Підтримка креативного сектора, по суті, зводиться до синхронного розвитку п'ятьох складників:

1) вироблення політик та адвокація, діяльність професійних мереж та асоціацій;

2) зміцнення організаційного потенціалу, зокрема через спеціальну освіту та навчання впродовж життя;

3) робота інкубаторів та акселераторів;

4) створення кластерів і хабів;

5) інтернаціоналізація (тобто орієнтація на глобальні ринки та світову креативну сцену).

Подібне інфраструктурне забезпечення сприяє стійкості і сталості сектора. В Україні на шляху до побудови креативної економіки зроблено низку кроків, зокрема в рамках Доктрини збалансованого розвитку «Україна-2030» визначено пріоритети у сфері розвитку креативного сектора, тобто створення умов для досягнення економічного зростання не менше 10–15% на рік та з перспективою до 2030 р. увійти в ТОП-30 найбільш економічно розвинених країн.

На місцевих рівнях реалізується проект «Інтегрований розвиток міст в Україні», одним із пріоритетів якого є «Розвиток креативної індустрії» (GIZ, «Житомир-2030»). На Житомирщині йде активна робота зі створення стратегії розвитку культури, до обговорення якої залучаються представники місцевої влади та культурних менеджерів, архітекторів та фахівців установ культурної сфери. Результатом створення стратегії є не лише розвиток культури на Житомирщині, а й прототипу розвитку культури загалом, який можна буде використовувати як приклад у різних областях України. Такий Start up сприятиме розвитку нових напрямів економіки регіону: утримання і розвиток населення, створення нових робочих місць, зростання інтелектуального потенціалу та рівня життя населення. Одними з перших кроків у стратегії визначено: реформування краєзнавчого музею, приміщення магістрату, драматичного театру, які мають наповнитися громадським простором, розподіл експозицій краєзнавчого музею на картинну галерею і музей природи, розширення локацій Музею космонавтики та ін. Мета такого проекту полягає у створенні Житомирського креативного інформаційно-культурного та туристичного центру як єдиного простору для творчої співпраці різних груп населення з об'єднаними громадами, представниками бізнесу та освіти.

Важливість інвестицій у культуру та творчий сектор підкреслює програма Європейської Комісії «Креативна Європа», розрахована на 2014–2020 рр. Участь у програмі «Креативна Європа» є необхідною для України з огляду на можливості розвитку, фінансування та обміну технологій.

Реалізується Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» [10], яка передбачає підтримку проектів та програм, які сприяють реалізації інноваційних ідей, розвитку культури, науки і інтелектуальної власності. Програма з креативної економіки працює на перетині культури, технологій та бізнесу і зосереджується на трьох основних напрямах реалізації проектів:

– креативний бізнес: підтримка розвитку сталих підприємств у сфері креативних індустрій у всьому світі, поширюючи знання та досвід Великої Британії через навчальні воркшопи, менторські програми та професійні мережі;

– цифрові інновації: розвиток цифрової грамотності в культурних секторах та організація проектів, які дають змогу дослідити роль нових технологій для культурного виробництва і підприємництва, а також для майбутнього суспільства;

– креативні хаби: підтримка та поєднання спільнот, які разом розвивають нові оригінальні підприємства (коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери) – ці нові простори дають змогу більшій кількості людей продуктивно застосовувати свої творчі здібності.

Успішна реалізація таких проектів і програм залежить від вибраної моделі креативного управління та вмілого поєднання таких елементів, як компетентність, здатність до творчого мислення та мотивація [8]. У цьому контексті компетентність розглядається як динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, якими володіє працівник у вибраній галузі знань.

Складник креативного управління «здатність до творчого мислення» визначає гнучкість і винахідливість під час пошуку шляхів вирішення проблеми. Креативне мислення характеризує підхід до вирішення проблем або талант створювати комбінації з наявних ідей. Ця здатність залежить переважно від особистих якостей працівника, але водночас значний вплив на неї мають його спосіб мислення і навички. Компетентність і творче мислення – стратегічна сировина індивідуума, його природний ресурс. Від мотивації як третього фактору ефективності креативного управління залежить те, як людина використовує цей ресурс [8].

Керівництво може впливати на всі три компоненти креативності як у позитивний бік, так і в

негативний. Однак, на думку Т. Амабайл [1], вплив на перші два компоненти є трудомістким процесом і вимагає значно більше часу, ніж робота з мотивацією, тому зусилля менеджерів передусім повинні бути спрямовані саме на мотивацію до креативності, вирішальна роль в якій належить саме внутрішньому її складнику. Внутрішня мотивація визначається як «мотивація, що виникає як особистісна позитивна реакція на складники самого завдання; ця реакція може проявлятися як інтерес, поглиненість, допитливість, задоволення або позитивний виклик». Зовнішня мотивація, навпаки, визначається як «мотивація, що виникає із зовнішніх по відношенню до завдання джерел, ці джерела інтегрують очікувану оцінку, зумовлену контрактом винагороду, зовнішні спрямування або будь-які інші аналогічні джерела» [1].

Численні експериментальні дослідження показують, що внутрішня мотивація посилює креативність, а зовнішня її гальмує. Винагороду креативності потрібно сприймати як тонкий баланс між внутрішньою і зовнішньою мотивацією. Вона повинна визнавати компетенцію і мотивувати до подальших творчих пошуків, а не діяти як підкуп [1]. При цьому проблемними залишаються процеси впровадження новацій на кожному підприємстві, і не тільки матеріально-фінансові, а й психологічні. Будь-яке ноу-хау пов'язане з обов'язковими змінами, інформаційними і, зрештою, зі змінами у відносинах, що викликає особистий чи груповий опір тих виконавців, від яких ці новації вимагають певної професійної переорієнтації, оновлення знання та навичок, а можливо, і зміни посадового статусу.

Управління інноваційною діяльністю, у тому числі й управління опором інноваційним змінам унаслідок реалізації креативних проектів, передбачає певну послідовність менеджмент-процесів: усвідомлення та переконання керівників і виконавців у доцільності, необхідності й вигідності впровадження інновацій; навчання для загально-інтелектуального та професійного особистого зростання; індивідуальне освоєння прогресивних технологій, досягнень науково-технічного прогресу, стратегій, форм і методів інноваційної діяльності; усвідомлення й узгодження персональних і корпоративних цілей [6]. Саме такими індивідуалізованими персонал-технологіями володіє коучинг, який у загальному плані можна визначити як філософію, систему технологій і методів, спрямованих на постановку та максимально швидке досягнення глобальних цілей за допомогою консалтингової підтримки експертів та тренінгу з безпосередньою участю коуч-консультантів [6].

Існує безліч визначень коучингу, однак серед цього різноманіття відсутній єдиний підхід до розуміння коучингу лідерства в інноваційних проектах. У нашому дослідженні під коучингом лідерства в проектах будемо розуміти мистецтво сприяти підвищенню результативності та успіху реалізації креативного продукту в ринковому середовищі на основі наявного творчого та внутрішнього потенціалу учасників процесу.

Основним сферами використання коучингу лідерства в інноваційних проектах є:

1. Управління потоком завдань і делегування. Основна проблема багатьох проектних лідерів полягає у перевантаженні та нездатності впоратися з потоком завдань через паралельне ведення кількох проектів або через брак підтримки в роботі з великим проектом. Робота з коучем дає змогу об'єктивно оцінити ситуацію і зрозуміти, як подолати труднощі.

2. Розвиток емоційного інтелекту. Емоційний інтелект показує здатність розпізнавати й управляти емоціями, як власними, так і інших людей. Проектний менеджер повинен знати, як мотивувати своїх співробітників, вирішувати конфлікти, допомагати долати стресові ситуації і будувати міцні довірчі відносини із зацікавленими сторонами. Коучинг – ефективний спосіб поліпшити свій емоційний інтелект, зрозуміти, що люди відчувають, як проявляють емоції й як це відображається на оточуючих.

3. Уміння провести команду через групове планування. Для тім-лідів проектів основним завданням є створення умов, у яких усі співробітники зможуть проявити свої здібності. Один із простих і дієвих способів зробити це – почати задавати підлеглим питання. Цим тим-лід демонструє повагу та цінність думок співробітників, визнає їх роль у реалізації цього процесу. Це основа ефективної взаємодії коуча та тім-ліда проекту – залучати співробітників до процесу визначення тієї роботи, яку вони будуть виконувати. Командне планування тут розглядається як спосіб залучення якомога більше вмотивованих членів команди до реалізації проекту. Коучинг дасть змогу не просто усвідомити необхідність залучення команди до деяких сфер проекту, а й виробити практичні кроки щодо впровадження даного процесу, створити відчуття спільної відповідальності за результат та досягти розуміння у планових термінах виконання поставлених завдань.

Висновки з проведеного дослідження. Для того щоб економіка країни розвивалася у креативному руслі, а інноваційний бізнес став запорукою успішної стратегії країни на зовнішньому ринку, необхідний розвиток нових технологій управління проектами та мотиваційних механізмів їх реалізації, зокрема через:

– створення середовища, в якому буде вигідно здійснювати інноваційну та традиційну підприємницьку діяльність;

– адаптування інструментів державної політики для підтримки інноваційних проектів у креативних галузях економіки;

– просування оновлення компетентностей та інновацій у всіх їх формах;

– допомога в отриманні вигоди від росту інноваційних інвестицій.

Нині розвиток економіки будь-якої країни визначається розвиненістю інноваційного бізнес-середовища та інвестиційного клімату для традиційного бізнесу. У цьому контексті інвестиційна ефективність інновацій залежить, як правило, від швидкості їх упровадження, адаптації до реальних умов конкретної організації та можливостей удосконалення новації завдяки інтелектуальному потенціалу партнерської взаємодії коуча та проектної команди, сформованої з найбільш компетентних та креативних представників команди. У будь-яких інноваційних проектах завданням коуча є партнерська допомога у виявленні та розкритті креативного потенціалу учасників проектної команди в процесі їх спільної роботи з вибору інноваційних цілей, формування реальних завдань та альтернативних способів їх реалізації, моніторингу та застосування сучасних форм організації зворотного зв'язку під час упровадження та реалізації проекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амабайл Т.М., Леонард Д. Креативное мышление в бизнесе. М.: Юнайтед Пресс, 2009. 232 с.

2. Божидарнік Т.В., Василик Н.М. Креативний менеджмент: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. 498 с.

3. Вартанова О.В., Шестер І.В. Креативний менеджмент як підґрунтя розвитку креативних працівників підприємства. URL: http://stvua.com/?wpfb_dl=18.

4. Кліпкова О.І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектору в управлінні підприємством. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2015. URL: http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-14.pdf.

5. Креативний менеджмент: дистанційний курс. URL: http://moodle.ipo.kpi.ua.

6. Мельник Ю.М. Економіка та управління знаннями: конспект лекцій для студ. спец. 8.000014 «Управління інноваційною діяльністю» усіх форм навчання. Суми: СумДУ, 2010. 149 с.

7. Мельниченко Т. Креативна економіка в Україні. Перспективи та реальність. URL: http://kyivmusiclabs.com.

8. Окорський В.П. Валюх А.М. Креативний менеджмент: навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2011. 211 с.

9. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері: метод. рек. для органів влади та недерж. орг-цій / В.В. Белявцева, А.І. Гнатенко, О.С. Зінченко та ін.; за заг. ред. О.В Кулініча. Харків: Золоті сторінки, 2017. 148 с.

10. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність». URL: https://www.culturepartnership.eu/ua/page/about.

11. Свидрук І.І. Креативний менеджмент: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 224 с.

REFERENCES:

1. Ambalay T.M., Leonard D. (2009) Kreatyvne myslennia v biznesi [Creative Thinking in Business]. Moscow: United Press. (in Russian).

2. Bozhydarnik T.V., Vasilik N.M. (2014) Kreatyvnyi menedzhment [Creative management: tutorial]. Kherson: OLDI-PLUS. (in Ukrainian).

3. Vartanova O.V. Shester I.V. Kreatyvnyi menedzhment yak pidgruntia rozvytku kreatyvnykh pratsivnykiv pidpryiemstva [Creative management as the basis for the development of creative workers of the enterprise] (electronic resource). Available at: http://stvua.com/?wpfb_dl=18.

4. Klipkova O.I. (2015) Kreatyvnist ta innovatsiinist yak osnovni skladovi novoho vektora v upravlinni pidpryiemstvom [Creativity and innovation as the main components of the new vector in enterprise management Scientific. Bulletin of the Mukachevo State University] (electronic resource). Available at: http://www.msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-14.pdf

5. Kreatyvnyi menedzhment [Creative management: distance course] (electronic resource). Available at: http://moodle.ipo.kpi.ua

6. Melnyk Y.M. (2010) Ekonomika ta upravlinnia znanniamy [Economics and Knowledge Management: A summary of lectures for the stud. spec. 8.000014 "Management of Innovation Activity" of all forms of education]. Sumy: Sumy State University. (in Ukrainian).

7. Melnichenko T. Kreatyvna ekonomika v Ukraini. Perspektyvy ta realnist [Creative economy in Ukraine. Perspectives and reality Kyiv Music Labs] (electronic resource). Available at: http://kyivmusiclabs.com

8. Okorsky V.P., Valiukh A.M. (2011) Kreatyvnyi menedzhment [Creative management: tutorial]. Rivne: NUVGP. (in Ukrainian).

9. Osnovy hrantraitynhu ta upravlinnia proektamy v publichnii sferi. [Fundamentals of graniturin and project management in the public sphere: method. recc. Auth. st. Ed. by O. Kulinich]. (2017). Kharkiv: Golden Pages. (in Ukrainian).

10. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» [EU and Eastern Partnership Program "Culture and Creativity"] (electronic resource). Available at: https://www.culturepartnership.eu/en/page/about

11. Sviduruk I.I. (2012) Kreatyvnyi menedzhment [Creative Management. Textbook]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian).

Svintsytska O.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Personnel
Management and Labour Economics
Zhytomyr State Technological University
Bogoyavlenska Yu.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Department of Personnel Management and Labour Economics
Zhytomyr State Technological University

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF LEADERSHIP COACHING IN INNOVATIVE PROJECTS THROUGH CREATIVE MANAGEMENT

The article analyses theoretical and practical aspects of leadership coaching in innovative projects through creative management as an important component of the successful implementation of the strategy's adaptation to market transformations.

The application of creative management in the practical activity of enterprises and organizations associated with changes in methods of competitiveness on the basis of new vision, and non-standard approach in projects and teams management, which deals with innovations of any nature: technical and technological, organizational, products, etc.

Creative management increases the likelihood of new creative ideas that can materialize in innovative products, transforms the creativity of team-members into a competitive asset, able to provide a high level of efficiency, market benefits, and sustainable development of the enterprise. The products of art and creativity can be: discoveries, inventions, artistic works, styles, views, ideas, unique achievements in the field of science, technology, and business, which are essentially similar, but the difference lies in the means of penetration into nature. Successful implementation of such projects and programs depends on the chosen model of creative management and a skilful combination of elements such as competence, ability to creative thinking and motivation. The leadership can affect all three components of creativity both on the positive side and on the negative. However, the impact on the first two components is a labour-intensive process and requires much more time than work with motivation. Therefore, efforts of managers, first of all, should be directed precisely to the motivation to creativity, the crucial role in which belongs to its internal component.

Numerous experimental studies show that internal motivation strengthens creativity, while the external one inhibits it. The reward of creativity needs to be perceived as a delicate balance between internal and external motivation. It must recognize the competence and motivate further creative searches and not act as bribing. At the same time, problems remain with the implementation of innovations in every enterprise, and not only financial and psychological ones. Thanks to the coaching as an individualized staffing technology, you can help to increase the success and effectiveness of the creative product. Coach's goal is to help in identifying and disclosing the creative potential of the team in the process of their joint work with the choice of innovative goals, the formation of real tasks and alternative ways of their realization and implementation, monitoring and organization of phased feedback during the implementation and realization of the project.

РОЛЬ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «МВВФ «ЕНЕРГЕТИК»

THE ROLE OF MARKETING POLICY IN ENSURING THE STABLE ACTIVITY OF MPVF ENERGETIK LLC

УДК 338.58:65.014

Ситник Ю.С.
студент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Кузьмінська Н.Л.
к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті розглянуто характеристику збутової діяльності підприємства на прикладі ТОВ «МВВФ «Енергетик». Окреслено роль збутової політики у забезпеченні стабільної діяльності підприємства. Актуальність проблеми вдосконалення системи поширення та продажу продукції зумовлена наявністю жорсткої конкуренції, у рамках якої необхідно забезпечити, завоювати і зберегти для компанії переважну частку ринку, а також досягти переваги над конкурентами. Форми продажу продукції необхідно розвивати таким чином, щоб ринкова пропозиція, з одного боку, максимально відповідала вимогам до продукції, а з іншого – вигідно відрізнялася від того, що пропонують ключові конкуренти.

Ключові слова: *збут, збутова діяльність, збутова політика, система каналів розподілу збуту, проблеми продажу продукції.*

В статье рассмотрена характеристика сбытовой деятельности предприятия на примере ООО «МПВФ «Энергетик». Определена роль сбытовой политики в обеспечении стабильной деятельности предприятия. Актуальность проблемы совершенствования системы распространения и продажи продукции обусловлена существованием жесткой конкуренции, в рамках которой необходимо обеспечить, завоевать и сохранить для компании большую долю рынка, а также достичь преимущества над конкурентами. Формы продажи продукции необходимо развивать таким образом, чтобы рыночное предложение, с одной стороны, максимально соответствовало требованиям к продукции, а с другой – выгодно отличалось от того, что предлагают ключевые конкуренты.

Ключевые слова: *сбыт, сбытовая деятельность, сбытовая политика, система каналов распределения сбыта, проблемы продажи продукции.*

In the article, the description of the sales activity of the enterprise is considered on the example of MPVF Energetik LLC. The role of marketing policy in ensuring stable business activity is outlined. The urgency of the problem of improving the system of distribution and sales of products is conditioned by the existence of a fierce competition, in which it is necessary to ensure that they gain and retain the dominant market share of the company, as well as gain advantages over competitors. The forms of sales of products must be developed in such a way that the market offer, on the one hand, meets the requirements of the products as much as possible, and on the other hand, advantageously differs from that offered by key competitors.

Key words: *sale, sales activity, sales policy, system of channels of sales distribution, problems of sales of products.*

Постановка проблеми. У бізнес-середовищі значно зросли роль і важливість маркетингової політики, під якою розуміється процес організації системи руху кінцевих товарів і послуг на ринку та стимулювання обмінних ринкових процесів для отримання прибутку. Важливість удосконалення системи продажу та розповсюдження товарів в умовах посилення конкуренції та зниження собівартості призвела до необхідності пошуків відповідних резервів.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження ролі збутової діяльності у забезпеченні стабільності діяльності підприємства.

Збут визначається як сфера діяльності підприємства-виробника (або фірми, що надає послуги), що має свою мету реалізовувати продукцію на відповідних ринках.

Сутність збутової політики полягає в організації безперебійної та безконфліктної реалізації продукції та послуг підприємства, а також у забезпеченні доступності виробленого фірмою товару для повернення вкладених у виробництво і маркетинг засобів та отримання прибутку.

У загальному вигляді продаж як сфера діяльності знаходить своє вираження в збутовій політиці. Політика збуту підприємства являє собою вибрані керівництвом підприємства стратегії та заходи з реалізації маркетингу, що спрямовані на формування асортименту продукції та ціноутворення, формування попиту та стимулювання збуту (реклама, обслуговування покупців, знижки тощо), підписання договорів на реалізацію товарів, транспортування товарів, регулювання організаційних, технічних та інших питань реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. До завдань збуту можна віднести участь у клієнтському аналізі, забезпечення ефективної збутової логістики.

Функції збуту включають такі заходи [1]:

1. Транспортування або дії з фізичного переміщення товарів із місць їх виробництва до місця споживання.

2. «Дроблення» або будь-які дії щодо забезпечення доступності товарів у кількості та формі, що відповідають потребам споживачів.

3. Зберігання або будь-які дії щодо забезпечення доступності якості товарів у момент покупки або використання.

4. Сортування або будь-які дії зі створення наборів спеціалізованих або взаємодоповнюючих товарів, адаптованих до ситуацій споживання.

5. Установлення контакту, що включає в себе будь-які дії, що полегшують доступ до кінцевих споживачів.

6. Інформаційне забезпечення бізнесу або будь-які дії, що підвищують знання потреб ринку та умов конкурентного обміну.

7. Зменшення кількості та оптимізація контактів на ринку.

8. Необхідність забезпечення різноманіття товарної пропозиції.

Політику збуту підприємства доцільно спрямувати:

– до забезпечення підприємницького доходу в поточному періоді, а також формування гарантій для його отримання і в майбутньому;

– до максимального задоволення платоспроможного попиту споживачів;

– до довготривалої ринкової стабільності організації, забезпечення конкурентоспроможності продукції;

– до формування позитивного іміджу організації на ринку і т. д.

Продаж, як правило, здійснюється з використанням різних каналів розподілу, у зв'язку з чим цілеспрямовано позначити ту роль, яку вони грають у системі розповсюдження продукції.

Практичну організацію збутової діяльності розглянемо на прикладі ТОВ «Монастирищенська виробничо-впроваджувальна фірма «Енергетик» (ТОВ «МВВФ «Енергетик») – сучасного українського заводу промислових парових котлів паропродуктивністю 0,4–25 тп/год. і водогрійних котлів потужністю 0,25–180 МВт, модульних котельних установок (ТКУ та БМВКУ) і широкого діапазону допоміжного котельного обладнання, яке знаходиться у Черкаській області.

Нині працівники ТОВ «МВВФ «Енергетик» виконують ремонтні, монтажні та налагоджувальні роботи на об'єктах енергетики, в аграрному секторі та промислових підприємствах України [2].

Із початку створення на підприємстві спостерігається поступове зростання виробництва за рахунок освоєння нових ринків збуту продукції.

ТОВ «МВВФ «Енергетик» має хорошу репутацію як серед споживачів даного виду продукції, так і серед постачальників, посередників, а також учасників та суддів різних ярмарків і виставок.

Особливістю збутової політики підприємства є використання тільки прямих каналів товароруху, тобто воно реалізує свою продукцію переважно напряму підприємствам.

Структура витрат на збут представлена на рис. 1.

Доставку продукції від виробника до споживача приблизно на 60% підприємство здійснює самостійно. Для транспортування продукції ТОВ «МВВФ «Енергетик» використовує спеціально обладнані транспортні засоби, враховуючи специфіку виробленої продукції.

Невід'ємним елементом збутової політики будь-якого підприємства є розміщення різного роду рекламної інформації.

ТОВ «МВВФ «Енергетик» використовує такі види реклами:

– випуск рекламних буклетів;

– випуск і розміщення рекламних плакатів;

– проведення промоакцій;

– розміщення рекламної інформації у ЗМІ.

Структура витрат на рекламу представлена на рис. 2.

Основними проблемами, з якими підприємству доводиться стикатися під час реалізації своєї продукції, є постійний пошук ринків збуту товарів, малий рекламний бюджет, наявність багаторівневих каналів товароруху, невелике число роздрібних представників.

Подолати проблеми, що виникають під час збуту продукції, можна за допомогою вдоскона-

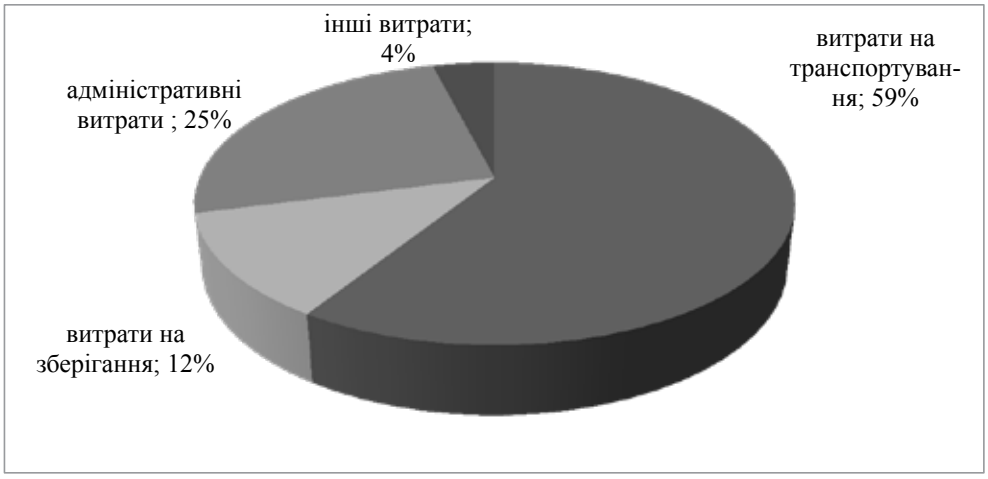


Рис. 1. Структура витрат на збут ТОВ «МВВФ «Енергетик»

Джерело: складено за [2]

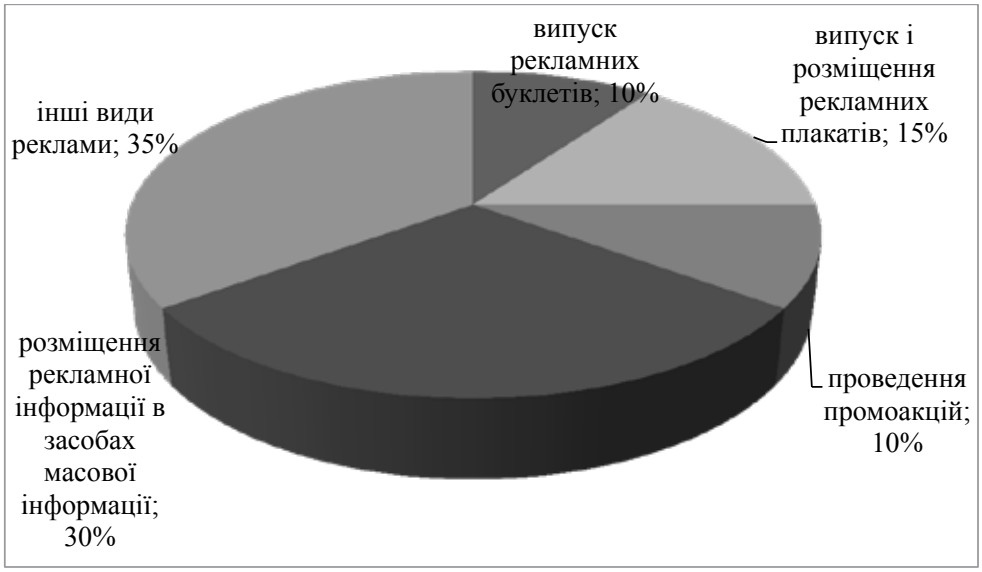


Рис. 2. Структура витрат на рекламу ТОВ «МВВФ «Енергетик»

Джерело: складено за [2]

лення збутової політики підприємства. Вдосконалити збутову політику можна за допомогою перерозподілу частини рекламного бюджету, що використовується для реалізації товару, а також шляхом додавання додаткових елементів у збутову політику організації [3, с. 24].

Для вдосконалення збутової політики досліджуваного підприємства найбільш ефективними шляхами є поступове збільшення бюджету рекламної кампанії та реорганізація системи товароруху.

Таким чином, включення в бюджет витрат на використання зовнішньої реклами, реклами в засобах масової інформації, а також реклами на білбордах дасть змогу збільшити рівень упізнаваності товару, закріпитися на основних ринках збуту України, збільшити рівень конкурентоспроможності підприємства на внутрішніх ринках.

Щодо багаторівневої системи товароруху, то вона тягне за собою неминуче підвищення цін на продукцію підприємства, що може негативно вплинути на рівень конкурентоспроможності. А реорганізація системи товароруху дасть змогу збільшити кількість представників і, таким чином, знизити ціну на вироблений товар. У результаті реорганізації системи товароруху у підприємства з'явиться можливість збільшити внутрішній ринок збуту, а також надійно закріпитися на цьому ринку [3, с. 135].

Маркетингові рішення про канали розподілу залишаються найважливішими рішеннями, з якими стикається адміністративний персонал. Вони надають безпосередній вплив на будь-які інші маркетингові рішення. Більшість виробників користується послугами різних посередників, щоб представити свою продукцію на ринку. Для цього вони формують канали розподілу. Такий канал являє собою сукупність незалежних організацій (посередників), що беруть участь у процесі просування товару або послуги від виробника до споживача. Вибрати найкращий канал розподілу у цьому разі не проблема. Проблема в тому, щоб переконати одного або декількох торгових посередників займатися реалізацією продукції саме цього підприємства, тому система каналів розподілу повинна розроблятися відповідно до можливостей і вимог локальних ринків.

Розроблення структур каналів повинне включати такі етапи:

– аналіз необхідних потреб споживачів видів обслуговування;

– визначення цілей каналу та можливих обмежень для їх досягнення;

– виявлення основних варіантів побудови каналів розподілу;

– оцінку цих варіантів.

Під час визначення оптимального числа торгових посередників використовується одна з трьох стратегій: інтенсивний розподіл; ексклюзивний розподіл; селективний розподіл.

Доцільно виділити припущення щодо вдосконалення організації управлінського процесу збутової діяльності, для зручності об'єднуючи їх у три основні групи: інформаційну; функціонально-структурну; управлінську.

Перераховані припущення призводять до думки про вдосконалення управлінського процесу на підприємстві. Ефективність процесу вдосконалення управління збутовою діяльністю буде залежати від економічних умов та положення, в якому знаходиться підприємство. Спеціалісти у сфері маркетингу виділяють основні напрями у вдосконаленні продаж: вдосконалення контролю

під час планування продаж; вдосконалення контролю виконанням планів збуту; присвоєння групи ризику замовника та параметрів комерційного кредиту; формування бази даних (досьє) на покупців (замовників).

Детально пророблена і документально закріплена збутова політика стає ефективним інструментом поточного та подальшого контролю над збутовою діяльністю підприємства та його положенням на ринку. Обґрунтоване формування та ефективний контроль збутової діяльності: оптимізація процедур планування продажів, контролю над виконанням планів збуту, систем комерційного кредитування та процедур контролю замовників дасть змогу значно поліпшити збутову діяльність підприємств в умовах жорсткості конкуренції.

Висновки з проведеного дослідження. Сьогодні досить важливим є комплексний підхід до вирішення проблем, які виникають під час формування збутової політики підприємства. Поставлений акцент на основні з них дає поштовх керівництву до застосування прогресивних методів планування та прогнозування. Задоволення споживачів повинне реалізовуватися за рахунок вивченого попиту на продукцію компанії, за допомогою спеціально створеної моделі узгодження виробництва та реалізації, а не за рахунок запасів на складі. Вдосконалення збуту є неперервним процесом обґрунтування та реалізації найбільш раціональних форм, методів, способів і шляхів розвитку, а також удосконалення його окремих сторін, контроль та виявлення «вузьких місць» на підставі оцінки відповідності системи контролю внутрішнім і зовнішнім умовам функціонування підприємства. Вдосконалення продажів передбачає модернізацію збутової політики, яка містить певний курс дій згідно з ключовою бізнес-концепцією підприємства і не є окремим незалежним компонентом. Адекватне стратегічне управління збутом – єдине, що дасть змогу підприємствам діяти успішно – формувати довгострокові економічні зв'язки, швидко реагувати на зовнішні ринкові зміни, зберігати свої товарні позиції та обсяги продажів, набувати конкурентні переваги тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амблер Т. Практичний маркетинг; пер. з англ. Ю.М. Каптуревського. СПб.: Пітер, 2012. 400 с.
2. Офіційна сторінка підприємства ТОВ «МВВФ «Енергетик». URL: https://energetik.ua/ua/.
3. Бєлявцев М., Беспята М. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств. Маркетинг в Україні. 2010. № 1. С. 24–26.

REFERENCES:

1. Ambler T. (2012) Practical Marketing [translate from english Yu.N. Kaptuurevsky]. St. Petersburg: Peter, 400 p. (in Russian)
2. Ofitsiina storinka pidpryiemstva TOV “MVVF “Enerhetyk” [Site], energetik.ua/ua. Retrieved from https://energetik.ua/ua/ (in Ukrainian)
3. Bieliavtsev M., Bespiata M. (2010) Stratehichne marketynhove upravlinnia zbutom pidpryiemstv [Marketynh v Ukraini]. № 1, pp. 24–26. (in Ukrainian)

Sitnik Yu.S.
Student
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute
Kuzminskaya N.L.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economics and Business,
Faculty of Management and Marketing
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

THE ROLE OF MARKETING POLICY IN ENSURING THE STABLE ACTIVITY OF MPVF ENERGETIK LLC

The essence of marketing policy is to organize an uninterrupted and non-conflict implementation of products and services firm, as well as to ensure the availability of goods manufactured by the company to return the investment in the production and marketing of funds and profit.

In general, sales as a work find expression in sales policy. The marketing policy of the enterprise is a strategy chosen by the company’s management and marketing activities aimed at forming a range of products and pricing, creating demand and stimulating sales (advertising, customer service, discounts), signing contracts for the sale of goods, transportation of goods, regulation of organizational, technical, and other issues of implementation.

The main problems that the company faces when implementing its products is a constant search for markets for goods, a small advertising budget, the presence of multi-level channels of commodity turnover, a small number of retail representatives.

Overcoming the problems that arise in the sale of products is possible by improving the sales policy of the company. Sales policy improvement is possible by redistributing a part of the advertising budget that is used to

sell the product, as well as by adding additional elements to the marketing policy of the organization.

To improve the sales policy of the company, the most effective is the addition of the following elements in the overall sales policy of the enterprise a gradual increase in the budget of the advertising company, several times.

Analysing the above-mentioned problems of sales of enterprises, one can conclude that the importance of a comprehensive approach to their solution. The emphasis on key issues gives impetus to the management of the organization to apply advanced planning and forecasting methods. Providing normalized and technically equipped jobs, as well as various incentives, leads to stimulation and interest in employee work. Proper asset management of the company will allow you to financially improve. Satisfaction of consumers is due to the studied demand for products of the company, with the help of a specially created model for the coordination of production and sales, and not at the expense of its stocks in the composition.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ САДІВНИЦТВА

THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT AND REALIZATION OF THE MARKETING STRATEGY OF HORTICULTURE ENTERPRISES

УДК 65.012.2

Соковніна Д.М.
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Уманський національний університет садівництва

У статті проаналізовано наукові підходи до розроблення маркетингової стратегії підприємств садівництва. Узагальнення наявних наукових підходів до класифікації маркетингових стратегій дало змогу об'єднати їх у три групи: процесну, цільову (результаторієнтовану), структурну. Зазначено, що вибір маркетингової стратегії залежить від конкретної соціально-економічної ситуації. Запропоновано виділяти три основних етапи розроблення маркетингової стратегії. Вказано, що для підвищення ефективності функціонування підприємств садівництва в Україні необхідні розроблення та реалізація індивідуальних маркетингових стратегій.

Ключові слова: *маркетингова стратегія, аналіз ринку, ціна, сільське господарство, садівництво.*

В статье проанализированы научные подходы к разработке маркетинговой стратегии предприятий садоводства. Обобщение существующих научных подходов к классификации маркетинговых стратегий позволило объединить их в три группы: процессную, целевую (результаториентированную), структурную. Отмечено, что выбор маркетинговой стратегии зависит от конкретной социально-экономической ситуации. Предложено выделять три основных этапа разработки маркетинговой стратегии. Указано, что для повышения эффективности функционирования предприятий садоводства в Украине необходимы разработка и реализация индивидуальных маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: *маркетинговая стратегия, анализ рынка, цена, сельское хозяйство, садоводство.*

The article analyses scientific approaches towards the development of the marketing strategy of horticulture enterprises. The generalization of the existing scientific approaches towards the classification of marketing strategies allowed combining them into three groups, such as processing, target (result oriented), and structural. It is pointed out at the fact that the choice of the certain marketing strategy depends on the certain social and economic situation. It is suggested to define three main stages of the marketing strategy development. It is noted that in order to increase the efficiency of horticulture enterprises' operation in Ukraine, it is necessary to develop and realize individual marketing strategies.

Key words: *marketing strategy, market analysis, price, agriculture, horticulture.*

Постановка проблеми. Сучасні суспільно-політичні та економічні процеси в Україні зумовили трансформацію наукових та практичних підходів до процесу виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції. Важливу роль у даних процесах відіграє маркетинг, саме тому на перший план виходить проблематика використання інструментарію маркетингу.

Ключові позиції під час вибору маркетингової стратегії в галузі садівництва становлять попередній аналіз та планування логічної послідовності маркетингових дій як складників маркетингової стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню маркетингових стратегій присвячено праці вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема: Д. Кревенса, Ж. Ламбена, Я. Ларіної, М. Мак-Дональда, Л. Селіверстової та ін.

Разом із тим висвітленню сутності та національних особливостей маркетингових стратегій у садівництві в Україні приділено ще недостатньо уваги, що й зумовлює необхідність додаткових досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз теоретичних аспектів розроблення та реалізації маркетингової стратегії підприємств садівництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішна реалізація місії підприємства потребує розроблення заходів стратегічного характеру та їх інформаційно-методичного забезпечення.

Доцільно погодитися, що для функціонування аграрного виробництва маркетингова стратегія є найважливішою функціональною стратегією, ланцюгом, який об'єднує галузь із зовнішнім середовищем і розглядає функцію маркетингу як фундаментальну основу його діяльності [1].

Узагальнення наявних наукових підходів до класифікації маркетингових стратегій дало нам змогу об'єднати їх у три групи: процесну, цільову (результаторієнтовану), структурну.

Процесний підхід передбачає розуміння маркетингової стратегії як сукупності взаємопов'язаних процесів.

Так, у наукових роботах Ж. Ламбена маркетингова стратегія представлена як складова частина певного процесу, такого, що має певні логіку, послідовність та циклічність [2]. У даному контексті зазначається, що процес реалізації маркетингової стратегії є безперервним та складається з чотирьох стадій: ситуаційного аналізу, розроблення маркетингової стратегії, розроблення маркетингової програми, реалізації стратегії маркетингу та управління нею [3, с. 52]. Окремі аспекти даного підходу висвітлені й у [4].

Цільовий (результаторієнтований). У рамках цільового підходу до визначення сутності мар-

кетингової стратегії увага акцентується на різних аспектах практичної реалізації маркетингових цілей. Результати наукових розвідок М. Мак-Дональда [5] дали змогу визначити маркетингову стратегію як таку, що спрямована на досягнення (маркетингових) цілей. Подібний науковий підхід простежується у праці [6], де маркетингова стратегія розглядається як утілення комплексу домінуючих принципів, конкретних цілей маркетингу на тривалий період та орієнтованої на ці цілі ділової активності.

Структурний. У рамках даного підходу дослідник [7] пов'язує поняття «маркетингова стратегія» з особливою «маркетинговою логікою», структуру якої складають спеціальні стратегії щодо цільових сегментів, комплексу маркетингу, рівня маркетингових витрат. Дослідник [8] також притримується аналогічної наукової позиції, вказуючи, що «маркетингова стратегія – це раціональна, логічна структура, через використання якої підприємство розраховує вирішити свої маркетингові завдання» [8, с. 310].

У цілому погоджуючись із поглядами вищезазначених науковців, зазначимо, що, на нашу думку, маркетингова стратегія – це науково обґрунтоване передбачення результатів ділової активності підприємства, реалізація чітко визначених маркетингових заходів, що спрямована на досягнення позитивного фінансового результату та інших поставлених цілей.

Вибір конкретної маркетингової стратегії залежить від соціально-економічної ситуації.

Так, на її формування впливає комплекс зовнішніх та внутрішніх чинників: досвід менеджменту підприємства, фінансовий потенціал, попит на продукцію, рівень конкуренції політична та соціальна ситуація в країні.

Вищезазначене дає змогу стверджувати, що успішне функціонування підприємства залежить від вірно вибраної маркетингової стратегії.

Розроблення маркетингової стратегії, конкурентної в ринкових умовах, є досить складним процесом, а отже, його виконання повинне ґрунтуватися на системному підході, що відповідає таким вимогам [9]:

– загальною основою планування повинна стати система об'єктивних економічних законів, передусім законів попиту і пропозиції;

– планування ґрунтується на вивченні середовища ринку, а також тенденцій і закономірностей розвитку об'єкта планування;

– стратегії фіксуються шляхом визначення принципів поведінки всіх учасників ринку (споживачів, постачальників, виробників) і встановлення генеральної лінії поведінки підприємства на ринку.

Ми пропонуємо виділяти три основних етапи розроблення та реалізації маркетингової стратегії у садівництві.

На першому етапі необхідне проведення попереднього аналізу, який повинен включати такі положення: дослідження показників, які характеризують ринки збуту продукції, діяльність конкурентів, собівартість та плановий прибуток. Аналіз

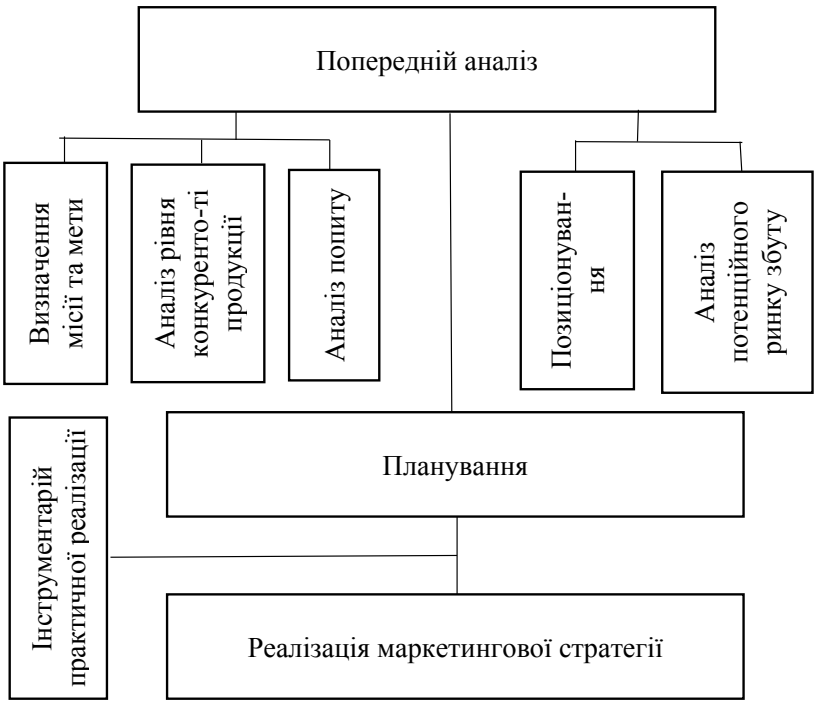


Рис. 1. Етапи розроблення та реалізації маркетингової стратегії у садівництві

Джерело: складено автором

зазначених показників є попереднім, теоретичним і може доповнюватися й корегуватися у процесі функціонування підприємства.

Попередній аналіз включає такі елементи.

1. Визначення мети та місії функціонування. Стратегічні цілі розвитку підприємства галузі садівництва повинні пов'язуватися з основними напрямами розвитку суспільства. У цих умовах особливого значення набувають соціально-економічні фактори, що впливають на економіку підприємства і відповідають інтересам суспільства і його морально-етичних цінностей [10].

Місія визначається як чітко виражена причина існування та функціонування підприємства (організації), комплексна ціль, яка відображає його (її) призначення або стан, спрямована на задоволення інтересів зацікавлених сторін; один з основних інструментів, за допомогою якого можна здійснювати ефективне керівництво, ґрунтуючись на принципах та аспектах корпоративної філософії [11, с. 85].

2. Аналіз рівня конкурентоспроможності продукції. Даний етап є необхідним для визначення окремих показників якості товарів, що вже реалізуються іншими виробниками, порівняння відповідності продукту, що планує виробляти фірма, до стандартів наявних виробників, порівняння цінової політики конкурентів.

3. Аналіз попиту передбачає дослідження потреб споживачів, характеру попиту, виявлення перспективних продуктів/послуг, сегментацію споживачів, виділення цільових груп.

4. Позиціонування, тобто попереднє бачення позиції, яку планує зайняти підприємство на ринку даної продукції. Даний етап є ключовим для подальшого формування маркетингових стратегій та просування товару на ринку відповідно до вибраної позиції. Доцільно погодитися із [10], що на рівень і якість позиціонування підприємства на ринку (формування репутації підприємства, його іміджу товару, розвиток бренду) надає прямий вплив PR.

5. Аналіз потенційних ринків збуту продукції та каналів реалізації. На даному етапі [12]:

– здійснюється оцінка місткості ринку та окремих його сегментів і вплив факторів на їх зміну;

– вивчаються показники збуту різних категорій виробів та формулюються пропозиції щодо формування ринків збуту;

– аналізуються потенційні конкуренти як на регіональному, так і на галузевому рівнях.

Основними маркетинговими каналами реалізації продукції садівництва є: система прямих продаж організованої та стихійної форми, спеціалізовані магазини, магазини змішаного та самообслуговування різних форматів, Інтернет-майданчики (власний сайт, співпраця з приватними постачальниками).

Орієнтуючись на отримані результати попереднього аналізу, підприємство визначає доцільність започаткування конкретного виду діяльності.

Наступним етапом, необхідним для вибору вірної маркетингової стратегії, є планування. Складність тут зумовлюється динамікою виробництва продукції садівництва, яка важко піддається прогнозу, оскільки відтворення у сільському господарстві тісно переплітається з природними, біологічними процесами [13, с. 84].

Також необхідно зазначити, що питома вага прибутків садівництва припадає саме на сезонні врожаї. Це суттєво впливає на ціну, оскільки в сезон вартість плодової продукції садівництва є найнижчою. Тільки у такі періоди вітчизняні виробники можуть конкурувати із зарубіжними, що зумовлено двома чинниками: різноманітністю асортименту та ціною, нижчою по відношенню до імпорту.

До головних ціноутворюючих елементів продукції належать зовнішній вигляд продукції, вартість та якість. Зважаючи на те, що основною метою стратегічного маркетингу вітчизняного садівництва є саме сезонна реалізація продукції, виробники практично не інвестують в обладнання, що дасть змогу продовжувати термін придатності плодів зберігаючи смакові властивості. Це спричиняє суттєві втрати якості та кількості продукції. Враховуючи й відсутність зовнішнього зв’язку з кінцевим споживачем як одного з елементів стратегічного маркетингу, відбувається втрата прибутку від реалізації продукції.

На нашу думку, завершальним етапом є реалізація маркетингової стратегії, моніторинг та корекція результатів.

Логічним та змістовним є наукове визначення механізму реалізації [14]. Реалізація стратегії – це послідовність процесів та етапів, відповідних процедур та інструментів від початку встановлення готовності до змін стратегії підприємства, контролінгу і подальшого коригування. Цей механізм передбачає відповідне фінансове, кадрове, правове, організаційне, інформаційне, технічне й методичне забезпечення [14].

Важливим елементом моніторингу реалізації маркетингової стратегії у садівництві є корегування. Це необхідно для того, щоб передбачити конкретні дії у разі будь-яких змін на ринку, зокрема таких, як: поява нових конкурентів, перенасичення ринку аналогічними продуктами, падіння доходів населення, фінансова криза, низький урожай, зміна цін на послуги посередників (оренда торгових площадок, послуги перевізника, служби доставки товару та ін.). Усі варіанти мають містити послідовний план дій виходу з кризової для виробника ситуації. Це дасть змогу попередити майбутні фінансові та стратегічні проблеми щодо просування своєї продукції на ринку.

Разом із тим, незважаючи на значення маркетингових стратегій, особливостями їх формування

та реалізації в Україні є їх некомплексність, використання лише окремих елементів, що не може повною мірою сприяти фінансовому задоволенню потреб садівничих господарств. Як наслідок, це впливає на низьку конкурентоспроможність по відношенню до імпортних представників.

Висновки з проведеного дослідження. Для підвищення ефективності функціонування підприємств садівництва в Україні необхідні розроблення та реалізація індивідуальних маркетингових стратегій, які будуть мати такі елементи: аналіз, що передбачає конкретні результати та досягнення запланованих цілей; поетапність запровадження плану функціонування; можливість здійснення корекції діяльності садівничого підприємства; налагодження ринку збуту незалежно від сезонності; передбачення зросту ринку збуту продукції; позиціонування власної продукції на ринку за допомогою реклами; налагодження зворотного зв'язку зі споживачами.

Логічними та обґрунтованими є пропозиції, сформовані у науковій праці [1], де зазначається, що велике значення для ефективного запровадження маркетингу в аграрному виробництві має адаптація головних процесів маркетингу з урахуванням природоохоронних вимог. До таких складників належать стратегія маркетингу, планування маркетингу, формування бюджету маркетингу, розроблення екологічного товару тощо [1, с. 67].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Багорка М. Формування маркетингової стратегії розвитку екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві. Вісник Дніпропетровського аграрно-економічного університету. 2015. № 1. С. 65–68.

2. Lambin J.J. Marketing strategico. New York: McGraw–Hill, 1996. 684 p.

3. Cravens D.W., Piercy N.F. Strategic Marketing. New York: McGraw–Hill, 2006. 672 p.

4. Напрями підвищення ефективності аграрного виробництва в Україні / П.Ю. Курмаєв, І.О. Янчук, Н.М. Бондаренко, А.В. Василенко. Економіка: проблеми теорії та практики. 2010. Вип. 261. Т. 1. С. 3–8.

5. McDonald M. Malcolm McDonald on Marketing Planning. London: Kogan Page, 2008. 193 p.

6. Панкрухин А. Маркетинг. М.: ИКФ Омега–Л, 2002. 656 с.

7. Лук'янець Т. Рекламний менеджмент. К.: КНЕУ, 2002. 200 с.

8. Дем'яненко С.І. Менеджмент аграрних підприємств. К.: КНЕУ, 2005. 347 с.

9. Набок І.І., Хомутовська Д.П. Реалізація маркетингової стратегії в діяльності українських підприємств та рекомендації щодо підвищення їх ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Ефективна економіка. 2014. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3454.

10. PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств / О.В. Мандич, І.О. Романюк, О.М. Нікітіна. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2016. Вип. 177. С. 160–166.

11. Селюкова М. Місце та роль місії в процесі управління організацією. Управління розвитком. 2014. № 14. С. 84–86.

12. Рзаєва Т. Економічний аналіз. Хмельницький: ТУП, 2003. 200 с.

13. Швец Р. Маркетингова стратегія розвитку ринку зерна. Культура народов Причерноморья. 2012. № 233. С. 83–85.

14. Ларіна Я. Формування та механізми реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому підкомплексі АПК. К.: Преса України, 2008. 344 с.

15. Селіверстова Л.С. Управління грошовими потоками підприємства. Економіка та держава. 2015. № 9. С. 20–22.

REFERENCES:

1. Bahorka M. (2015) Formuvannia marketynhovoi stratehii rozvytku ekolohichno spriamovanykh innovatsii v ahrarnomu vyrobnytstvi [The formation of marketing strategy for the development of environmentally-directed innovations in agrarian production]. News of Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University, no.1, p.p. 65-68 (in Ukrainian)

2. Lambin J.J. (1996) Marketing strategico. New York: McGraw–Hill (in English)

3. Cravens D. W., Piercy N. F. (2006) Strategic Marketing. New York: McGraw–Hill (in English)

4. Kurmaiev P.Yu., Yanchuk I.O., Bondarenko N.M., Vasylenko A.V. (2010) Napriamy pidvyshchennia efektyvnosti ahrarnoho vyrobnytstva v Ukraini [Ways of increasing the efficiency of agrarian production in Ukraine]. Economics: problems of theory and practice, vol. 261, no.1, p.p. 3-8 (in Ukrainian)

5. McDonald M. (2008) Malcolm McDonald on Marketing Planning. London: Kogan Page (in English)

6. Pankrukhin A. (2002) Marketing [Marketing]. Moscow : IKF Omega-L (in Russian)

7. Lukianets T. (2002) Reklamnyi menedzhment [Advertising management]. Kyiv : KNEU (in Ukrainian)

8. Demianenko S. I. (2005) Menedzhment ahrarnykh pidpryiemstv [Management of agrarian enterprises]. Kyiv : KNEU (in Ukrainian)

9. Nabok I.I., Khomutovska D.P. (2014) Realizatsiia marketynhovoi stratehii v diialnosti ukrainskykh pidpryiemstv ta rekomendatsii shchodo pidvyshchennia yikh efektyvnosti zovnishnoekonomichnoi diialnosti [Sales marketing strategies in the activities of ukrainian companies and recommendations for improving their effectiveness of foreign activities]. Efektyvna ekonomika [Effective economy] (electronic journal), no. 10. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3454 (accessed 10 January 2018) (in Ukrainian)

10. Mandych O.V., Romaniuk I.O., Nikitina O.M. (2016) PR–marketynh yak odyn z instrumentiv pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryiemstv [PR – marketing as a tool for enhancing enterprise competitiveness]. Bulletin of the Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture, vol. 177, p.p. 160-166 (in Ukrainian)

11. Seliukova M. (2014) Mistse ta rol misii v protsesi upravlinnia orhanizatsiieiu [The place and the role of the mission in the organization management]. Development management, no. 14, p.p. 84-86 (in Ukrainian)

12. Rzaieva T. (2003) Ekonomichnyi analiz [Economic analysis]. Khmelnytskyi : TUP (in Ukrainian)

13. Shvets R. (2012) Marketynhova stratehiia rozvytku rynku zerna [The marketing strategy of development of the grain market]. Culture of the peoples of the Black Sea region, no. 233, p.p. 83-85 (in Ukrainian)

14. Larina Ya. (2008) Formuvannia ta mekhanizmy realizatsii marketynhovykh stratehii v ahroprodovolchomu pidkompleksi APK [The formation and the mechanisms of realization of marketing strategies in agro-food subcomplex of the AFC]. Kyiv : The Press of Ukraine (in Ukrainian)

15. Seliverstova L. S. (2015) Upravlinnia hroshovymy potokamy pidpryiemstva [Cash management enterprises]. Economy and the state, no.9, p.p. 20-22 (in Ukrainian)

Sokovnina D.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Marketing
Uman National University of Horticulture

THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT AND REALIZATION OF THE MARKETING STRATEGY OF HORTICULTURE ENTERPRISES

Modern social political and economic processes in Ukraine have caused the transformation of scientific and practical approaches towards the production process and agricultural production realization. It is noted that marketing plays an important role in these processes.

The article analyses scientific approaches towards the development of the marketing strategy of horticulture enterprises. The generalization of the existing scientific approaches towards the classification of marketing strategies allowed combining them into three groups, such as processing, target (result oriented), and structural. It is pointed out at the fact that the choice of the certain marketing strategy depends on the certain social and economic situation. It is suggested to define three main stages of the marketing strategy development.

The author has proposed to review marketing strategy as a scientifically substantiated foresight of the results of enterprise's business activity. The realization of clearly defined marketing measures in its terms is aimed at the achievement of the positive financial result and other set aims. The article points out to the fact that the complex of inner and outer factors influences the development of marketing strategies in horticulture. They are: the enterprise's management experience, financial capacity, request for production, and the level of competitiveness, political and social situation in the country. It is noted that in order to increase the efficiency of horticulture enterprises' operation in Ukraine, it is necessary to develop and realize individual marketing strategies.

The author has defined that in spite of the meaning of marketing strategies, the peculiarity of their development and realization in Ukraine lies in their lack of integrity, use of only separate elements, which can't fully encourage financial satisfaction of the needs of horticultural enterprises.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ
THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE RESTRUCTURING

УДК 65.016.7

Соколенко В.А.
к.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Рибицька Ю.Л.
аспірант кафедри менеджменту
та оподаткування
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Сучасна українська економіка перебуває у стані фундаментальних перетворень, пов'язаних зі змінами відносин власності, технологій, розвитком процесів глобалізації й участі в них України як суб'єкта світової економіки. Зазначені зміни проходять у процесі реформування за допомогою комплексу робочих інструментів, серед яких провідну роль відіграє реструктуризація. У статті розглянуто теоретичні основи реструктуризації підприємств, представлено класифікацію та основні напрями реструктуризації. Розглянуто поняття реструктуризації в економічній літературі та наведено авторське трактування терміну «реструктуризація». Проаналізовано вплив факторів, що можуть спонукати до використання інструменту реструктуризації.

Ключові слова: *реструктуризація, ефективність, фактори, структура, стратегія.*

Современная украинская экономика находится в состоянии фундаментальных преобразований, связанных с изменениями отношений собственности, технологий, развитием процессов глобализации и участия в них Украины как субъекта мировой экономики. Указанные изменения проходят в процессе реформирования с помощью комплекса рабочих инструментов, среди которых ведущую роль играет реструктуризация. В статье рассмотрены теоретические основы реструктуризации предприятий, представлены классификация и основные направления реструктуризации. Рассмотрено понятие реструктуризации в экономической литературе и представлена авторская трактовка термина «реструктуризация». Проанализировано влияние факторов, которые могут побудить к использованию инструмента реструктуризации.

Ключевые слова: *реструктуризация, эффективность, факторы, структура, стратегия.*

The modern Ukrainian economy is in a state of fundamental changes connected with changes in property relations, technologies, development of globalization processes, and the participation of Ukraine as a subject of the world economy. These changes take place in the process of reforming with the help of a set of working tools, among which the leading role is played by restructuring. In the article, theoretical bases of enterprise restructuring are considered, classification is presented, and the main directions of restructuring are considered. The concept of restructuring in the economic literature is considered and the author's interpretation of the term of restructuring is presented. The influence of factors that may prompt the use of the restructuring tool is analysed.

Key words: *restructuring, efficiency, factors, structure, strategy.*

Постановка проблеми. Ще до недавнього часу інструментом реструктуризації були зацікавлені лише підприємства, які знаходилися у передкризовому чи кризовому стані, але постійні тенденції змін економічного середовища спонукають благополучні підприємства також використовувати реструктуризацію для створення унікальних конкурентних переваг та нарощування темпів розвитку діяльності. Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасна українська економіка перебуває в стані фундаментальних перетворень, пов'язаних зі змінами відносин власності, технологій, розвитком процесів глобалізації й участі в них України як суб'єкта світової економіки. Зазначені зміни проходять у процесі реформування за допомогою комплексу робочих інструментів, серед яких провідну роль відіграє реструктуризація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Реструктуризація є найбільш популярним інструментом реформування підприємств. Для України реструктуризація – досить новий процес на відміну від зарубіжних країн, але з кожним цю тему розглядають все більше авторів. Даному питанню присвятили свої роботи такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: В.Г. Крижановський, В.І. Мазур, П. Гохан, В.Д. Шапиро, М.Д. Аістова, Л. Водачек, М. Хаммер і Дж. Чампі, Д. Депамфіліс, М.В. Голубєв, О.О. Терещенко, Н.В. Валошанюк та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичне обґрунтування процесу здійснення реструктуризації та розкриття її сутності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найчастіше термін «реструктуризація» розглядається в рамках антикризового управління й асоціюється з підприємством, що перебуває в стані банкрутства. У цих випадках реструктуризація дійсно потрібна, але зв'язувати необхідність реструктуризації тільки із завданням подолання фінансових труднощів невірно. Сьогодні не існує єдиного трактування поняття «реструктуризація». Одні вважають, що реструктуризація – це заходи за зміни структури організації, другі – трансформація стратегічного потенціалу, треті – збільшення конкурентного статусу компанії (табл. 1).

М.Д. Аістова [1, с. 37] стверджує, що «реструктуризація є лише частиною загального розвитку реформування підприємства і, отже, її можна розглядати як один із ключових механізмів реформування, що призводить до збільшення ефективності діяльності підприємства».

Л. Водачек уважає, що реструктуризація – це комплексні та взаємозалежні зміни структур, що забезпечують функціонування підприємства у цілому [4].

На думку Дж.К. ван Хорна та Дж.М. Ваховича, реструктуризація – це будь-яка зміна структури

капіталу, операцій або власності, тобто зміна ділових операцій компаній [3, с. 47].

Концепція реструктуризації як неодмінної умови пристосування фірм до нових умов бізнесу в XX ст. була висунута американськими економістами М. Хаммером і Дж. Чампі на початку 90-х років XX ст. [13, с. 83].

Російський економіст М. Голубєв говорить про реструктуризацію як про процес без кінця, який треба проводити, не відстаючи від змін зовнішнього середовища, не боячись змін і болі, й у якому зацікавлені всі підприємства: адаптовані до ринку, що не встигнули поки пристосуватися до нього, а також підприємства, що перебувають у важкому фінансовому становищі [5, с. 31].

В.Г. Крижановський реструктуризацію підприємства визначає як структурне перебудівництво для забезпечення ефективного розподілу й використання всіх ресурсів підприємства: матеріальних, трудових, фінансових, технологічних. Даний процес полягає у створенні комплексу бізнес-одиниць на основі поділу, з'єднання, ліквідації діючих й організації нових структурних підрозділів, приєднання до підприємства інших підприємств, придбання визначальної частки в статутному капіталі або акцій сторонніх організацій [8, с. 15].

І.І. Мазур і В.Д. Шапіро визначають реструктуризацію як комплексну оптимізацію системи функціонування підприємства відповідно до вимог зовнішнього оточення і виробленою стратегією його розвитку, що сприяє принциповому поліпшенню управління, підвищенню ефективності й конкурентоспроможності виробництва на базі сучасних підходів до керування, у тому числі методології керування якістю, реінжинірингу бізнес-процесів, інформаційних технологій і систем та ін. [9, с. 52].

Д. Депамфіліс розуміє під реструктуризацією підприємств, що це міри з розширення/згортання її основної діяльності чи радикальні зміни її структури активів/фінансової структури [6, с. 93].

З точки зору вітчизняних науковців О.О. Терещенка і Н.В. Валошанюка, реструктуризацію підприємства можна визначити як комплекс фінансово-економічних, організаційних і правових заходів, спрямованих на оновлення структури підприємства й управління, фінансів і виробництва, організаційно-правової форми діяльності, що дають змогу вдосконалити фінансово-економічні відносини підприємства для забезпечення ефективного використання його потенціалу та збільшення його ринкової вартості [14, с. 85].

На нашу думку, поняття «реструктуризація» можна охарактеризувати так: це комплексний процес трансформації підприємства, що охоплює його організаційну структуру, систему управління, техніко-виробний комплекс, який виникає під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів оточення та носить періодичний характер, що спрямований на оптимізацію діяльності, подолання кризових тенденцій розвитку та конкурентоспроможності підприємства згідно з умовами зовнішнього середовища та власної стратегії розвитку.

Міжнародна практика й досвід проведення реструктуризації в Україні свідчать про те, що реструктуризація – це одне з найскладніших управлінських завдань. Воно не є одноразовою зміною в структурі капіталу або у виробництві.

Класифікація типів реструктуризації не має під собою єдиної бази, єдиної структури, тому всі види реструктуризації підприємств промисловості різнорідні, а деякі дублюють один одного. Вважаємо за необхідне уточнити перелік класифікаційних ознак, а також запропонувати класифікацію видів реструктуризації підприємств машинобудування за найбільш істотними ознаками: об'єктом впливу, вихідними передумовами, масштабами перетворення, глибиною перетворень (рис. 1) [7, с. 125].

За об'єктом впливу: організаційна реструктуризація – об'єктом перетворень є організаційна структура; виробнича – об'єктом є виробнича структура; фінансова (об'єкт – грошові потоки усередині підприємства); кадрова (об'єкт – трудові ресурси підприємства).

За вихідними передумовами реструктуризація може бути спрямована як на попередження кризових явищ, фінансову стабілізацію підприємства, зміцнення його фінансово-економічних позицій (добровільна реструктуризація), так і на ліквідацію виниклої кризової ситуації (вимушена реструктуризація).

Метою стратегічної реструктуризації є підвищення ефективності функціонування, ріст конкурентоспроможності промислового підприємства в довгостроковому періоді й інвестиційної привабливості за рахунок зовнішнього розвитку компанії, що призводить до підвищення вартості компанії. Для України стратегічна реструктуризація є досить новим явищем на відміну зарубіжних країн. Оскільки стратегічна реструктуризація на відміну від оперативної пов’язана з довгостроковим періодом, її повинні проводити підприємства не ті, які знаходяться у кризовому становищі зараз, а ті, які мають намір уникнути його в майбутньому.

Реалізація програми стратегічного реструктурування відбувається за рахунок двох основних організаційних стратегій: розширення бізнесу (злиття, поглинання) або його скорочення (поділ, виділення).

Оперативна реструктуризація реалізується за рахунок внутрішніх резервів підприємства й спрямована на вирішення проблем компанії в короткостроковому періоді [9, с. 274]. Вона є передумовою для здійснення стратегічної форми реструктурування.

Нині на підприємствах здійснюється, як правило, оперативна реструктуризація. Але вона

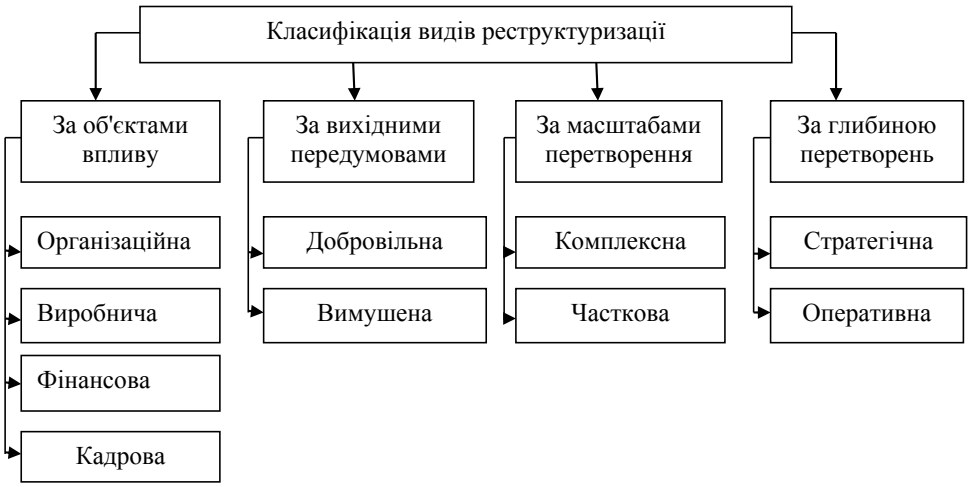


Рис. 1. Класифікація типів реструктуризації

більш ефективна, на нашу думку, для підприємств, що знаходяться у передкризовому стані. По суті, оперативна реструктуризація є частковим перетворенням, що сфокусована переважно на фінансових проблемах та у значно меншому ступені – на завданнях реструктуризації системи управління компанією та її виробничого потенціалу.

Часто підприємства усвідомлюють необхідність реструктуризації, коли вже зіштовхнулися з проблемою виживання, коли криза, яка поразила компанію, досягла найбільш важкої форми. У цих умовах реструктуризація ставить також своєю ціллю забезпечення виживання компанії в короткий термін. Проте процесу реструктуризації можуть бути піддані й цілком благополучні організації, що швидко розвиваються. У цьому разі реструктуризація свідчить про далекоглядність керівництва, яке усвідомлює, що ріст компанії вимагає адекватної зміни системи керування. Причини реструктуризації можуть виникнути як усередині підприємства, так і за його межами.

На нашу думку, щоб досягти більш ефективного результату від реструктуризації компанії, необхідно, щоб цей процес проходив спільно з оперативною та стратегічною реструктуризацією. Це зумовлено тим, що часто необхідно не тільки реформувати підприємство, а й забезпечити його виживання у короткостроковий період, оскільки до початку заходів щодо реструктуризації необхідно провести аналіз поточної ситуації, визначити положення підприємства на ринку, перспективність галузі, оцінити конкурентоспроможність його продукції.

Проведення як оперативної, так і стратегічної реструктуризації може охоплювати або всі елементі бізнес-системи, або окремі її складники. Існує класифікація форм реструктуризації за масштабами перетворення. За цим критерієм виділяють комплексну та часткову реструктуризацію.

Комплексна реструктуризація – це довгостроковий процес, який використовують лише одиниці підприємств. Вона проводиться поетапно, перетворення зачіпають усі елементи компанії. У ході такої реструктуризації використовуються різні механізми. При цьому залежно від впливу точкових перетворень на окремі напрями діяльності компанії відбувається коригування загальної програми реструктуризації.

На відміну від комплексної часткова реструктуризація зачіпає один або декілька елементів бізнес-системи. У ході її реалізації у функціональних сферах займаються залучені консультанти, і часто перетворення носять хаотичний характер, а їхній вплив на інші напрями діяльності компанії не аналізується. Часткова реструктуризація призводить лише до локальних результатів і може бути неефективна в рамках усієї діяльності підприємства.

Існує ціла низка факторів у внутрішньому середовищі українських підприємств, що стримують їхній розвиток, і, таким чином, виникає доцільність розгляду проведення реструктуризації щодо підвищення ефективності їхньої діяльності [11, с. 34]. До цих факторів можна віднести:

– незатребуваність продукції на ринку;

– низьку споживчу якість товару, що випускається;

– застарілу організаційну структуру, що не відповідає стану зовнішнього й внутрішнього середовища організації;

– наявність підприємств-монополістів;

– низький рівень компетентності працівників, недолік сучасних знань, слабку взаємодію між економічними, маркетинговими й виробничими службами;

– неефективність системи розподілу ресурсів між підрозділами;

– перевагу матеріальних методів стимулювання працівників, слабку зацікавленість у кінцевих результатах діяльності;

– відсутність стратегії підприємства, системи планування, неясність цілей діяльності;

– неефективну систему відповідальності й контролю виконання управлінських рішень;

– недолік обігових коштів для розвитку підприємства й ін.

Це процес, який повинен ураховувати безліч обмежень і специфіку тієї компанії, в якій він проводиться. Отже, проводити його необхідно, маючи чіткі цілі, концепцію реструктуризації, розуміння кожного з її етапів і методів, за допомогою яких необхідно діяти. До найбільш важливих факторів, зміна яких може з'явитися підставою для реструктуризації, належать вибір нової організаційної структури управління, радикальний перегляд складу та структури інвестицій підприємства й ін.

Кінцева мета оцінки ефективності реструктуризації завжди полягає у тому, щоб обґрунтувати прийняття яких-небудь управлінських або інвестиційних рішень. Оскільки більшість із них припускає деякий ступінь невизначеності й ризику, то оцінка буде залежати, головним чином, від розуміння бізнесу, галузі й загальної економічної ситуації.

Оскільки процес реструктуризації підприємства є достатньо довгим процесом, для того щоб цей процес пройшов успішно, потрібно розробити послідовність етапів його проведення [10, с. 39]. Реструктуризація компанії може включати такі етапи:

1. визначення мети та задач реструктуризації;
2. комплексна діагностика підприємства та формування інформаційної основи для проведення реструктуризації;
3. аналіз та визначення слабких місць діяльності підприємства;
4. вибір видів реструктуризації;
5. розроблення програми реструктуризації та внесення змін у стратегію діяльності підприємства з урахуванням майбутніх організаційних перетворень;
6. розподіл ресурсів підприємства по всіх сферах проведення реструктуризації;
7. реалізація програми реструктуризації;
8. оцінка результатів проведеної реструктуризації та виявлення проблем, які потребують подальших змін у діяльності підприємства.

В умовах нормального функціонування промислового підприємства необхідна періодична реструктуризація для забезпечення відповідності його стану, організаційної, виробничої, фінансової структур умовам ринкової економіки, тому специфіка реструктуризації полягає у тому, що вона повинна проводитися не одноразово, а мати періодичний характер.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, реструктуризація підприємства є тривалим процесом, який здійснюється за допомогою спеціалістів різного профілю і спрямований на підвищення ефективності діяльності підприємства та адаптацію до нових ринкових умов. Цей процес може зачіпати всі сторони діяльності підприємства, у тому числі виробничу діяльність, фінанси, управління персоналом, маркетингову діяльність та інше. Застосування інструменту реструктуризації буде індивідуальним для кожного підприємства та багато в чому буде залежати від вимог ринку та фінансового стану.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятия: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. М.: Высшая школа приватизации и предпринимательства, 2000. 287 с.
2. Бегинина К.И. Механизм реструктуризации предприятия в антикризисном управлении. Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 14. С. 122–126.
3. Основы финансового менеджмента / Дж. ван Хорн, К. Вахович, М. Джон; пер. с англ.; 11-е изд. М.: Вильямс, 2008. 1147 с.
4. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии. М.: Экономика, 1999. 462 с.
5. Голубев М.П. Методология создания эффективных вертикально интегрированных холдингов. М.: ИНФРА-М, 2010. 521 с.
6. Депамфилис Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании. М.: Олимп-Бизнес, 2007. 960 с.
7. Измалкова С.А., Мусатова И.В., Евсеева И.А. Теоретически основы реструктуризации: экономико-организационные аспекты. Орел: Держуніверситет-УНПК, 2013. 199 с.
8. Крижановский В.Г. Реструктуризация предприятия. М.: Приор; Ивако Аналитик, 1998. 42 с.
9. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Реструктуризация предприятий и компаний. М.: Экономика, 2001. 587 с.
10. Макаров А.С. Реструктуризация предприятия: сущность, виды, система оценки и этапы проведения. Экономический анализ: теория и практика. № 34. С. 33–39.
11. Москалев Ю.А. Исследование факторов развития предприятия машиностроения. Экономика и производство. 2004. № 1. С. 31–35.
12. Гохан П. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний. М.: Альпина Паблишер, 2007. 744 с.
13. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжениринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. СПб.: С.-Петерб. ун-т, 1997. 332 с.
14. Терещенко О.О., Волошак Н.В. Фінансові домінанти реструктуризації підприємств. Фінанси України. 2009. № 4. С. 82–90.

REFERENCES:

1. Aistova M.D. (2008) Restrukturizacija predprijatija: voprosy upravlenija. Strategii, koordinacija strukturnyh parametrov, snizhenie soprotivlenija preobrazovanijam [Enterprise restructuring: management issues. Strategies, coordination of structural parameters, reduction of

resistance to transformation] Moskow: Higher School of Privatization and Entrepreneurship. (in Russian)

2. Beginina K.I. (2010) Mehanizm restrukturizacii predprijatija v antikrizisnom upravlenii [Mechanism of Enterprise Restructuring in Crisis Management]. Bulletin of the Chelyabinsk State University, no. 14, pp. 122-126.

3. Van Horn Dzh (2008) Osnovy finansovogo menedzhmenta [Fundamentals of financial management] Moskow: Williams. (in Russian)

4. Vodachek L. (1999) Strategija upravlenija innovacijami na predprijatii [Strategy of innovation management in the enterprise] Moskow: Economics. (in Russian)

5. Golubev M.P. (2010) Metodologija sozdanija jeffektivnyh vertikal'no integrirovannyh holdingov [Methodology for creating effective vertically integrated holdings] Moskow: INFRA-M (in Russian)

6. Depamfilis D. (2007) Slijanija, pogloshhenija i drugie sposoby restrukturizacii kompanii [Mergers, acquisitions and other ways of restructuring the company] Moskow: Olimp-Biznes. (in Russian)

7. Izmalkova S.A., Musatova I.V., Evseeva I.A. (2013) Teoreticheski osnovy restrukturizacija: jekonomiko-oragnizacionnye aspekty [Theoretically, the fundamentals of restructuring: economic and organizational aspects] Orel: FSBEU HPE “Drobuniversitet-UNPK”. (in Russian)

8. Krizhanovskij V.G. (1998) Restrukturizacija predprijatija [Restructuring of the enterprise] Moskow: Prior. (in Russian)

9. Mazur I.I., Shapiro V.D. (2001) Restrukturizacija predprijatij i kompanij [Restructuring of enterprises and companies] Moscow: Economics. (in Russian)

10. Makarov A.S. (2010) Restrukturizacija predprijatija: sushhnost', vidy, sistema ocenki i jetapy provedenija [Enterprise restructuring: essence, types, evaluation system and stages of holding]. The economic analysis: the theory and practice, no. 34, pp. 33-39.

11. Moskalev Ju.A. (2004) Issledovanie faktorov razvitija predprijatija mashinostroenija [Investigation of the development factors of the machine-building enterprise]. Economics and production, no. 1, pp. 31-35.

12. Patrik Gohan (2007) Slijanija, pogloshhenija i restrukturizacija kompanij [Mergers, acquisitions and restructuring of companies]. Moskow: Alpina Pablisher. (in Russian)

13. Hammer M. (1997) Reinzheniring korporacii: Manifest revoljucii v biznese [Reengineering Corporation: Manifesto of the Revolution in Business]. St. Petersburg: Publishing house. (in Russian)

14. Tereshhenko O.O. (2009) Finansovi dominanty restrukturyzacii' pidpryjemstv [Financial Dominances of Enterprise Restructuring]. Finances of Ukraine,, no. 4, pp. 82-90.

Sokolenko V.A.
Candidate of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Management and Taxation
National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”
Rybytska Yu.L.
Postgraduate Student at Department of Management and Taxation
National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE RESTRUCTURING

The Ukrainian economy is in the state of fundamental transformations associated with changes in property relations, technologies, the development of processes of globalisation and Ukraine’s participation in them as a subject of the world economy. The above changes take place in the process of reforming through a set of working tools, among which restructuring plays a leading role.

Most commonly, the term “restructuring” is considered within the framework of anti-crisis management and is associated with an enterprise, which is in the state of bankruptcy. In these cases, restructuring is really needed, but it is wrong to associate the need to restructure only with the task of overcoming financial difficulties. Currently, there is no single interpretation of the notion “restructuring”. Some believe that restructuring is actions on change of the structure of the organization, others – the transformation of the strategic potential, the third – increase of the company’s competitive status.

Today, the international practice and experience in restructuring in Ukraine show that restructuring is one of the most complex administrative tasks. It is not a one-time change in the structure of capital or in production.

There are a number of factors in the domestic environment of Ukrainian enterprises that hinder their development and, thus, it makes sense to consider restructuring relatively increase of the efficiency of their activities.

Enterprise restructuring is a long process, which is carried out with the help of experts of different specialization profile and aimed at the improvement of the efficiency of the enterprise and adaptation to new market conditions. This process can affect all aspects of the enterprise activity, including: production activity, finance, personnel management, marketing activity, and so on. The application of the restructuring instrument will be individual for each business and will greatly depend on market demands and financial conditions.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

ECONOMIC CONTENT OF INNOVATIONS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES

УДК 330.341.1:338.43

Стукан Т.М.
аспірант
Херсонський державний аграрний університет

У статті досліджено трактування вчених-економістів щодо суті понять «інновації» та «агроінновації». Вивчено види інновацій та визначено з них пріоритетні для розвитку сучасних агроформувань. Розглянуто основні функції інновацій в економіці аграрного сектору. Приведено сучасні інноваційні технології напряму агро-IT, які інтенсивно впроваджуються у виробництво. Визначеніо сучасні особливості впровадження агроінновацій для сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: *інновації, функції інновацій, інноваційний процес, агроінновації, агротехнології, технологічні процеси, економічне зростання.*

В статье исследованы трактовки ученых-экономистов относительно сути понятий «инновации» и «агроинновации». Изучены виды инноваций и определены приоритетные для развития современных агроформирований. Рассмотрены основные функции инноваций в экономике аграрного сектора. Приведены современные инновационные технологии направления агро-IT, которые интенсивно внедряются в производство. Определены современные особенности внедрения агроинноваций для сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: *инновации, функции инноваций, инновационный процесс, агроинновации, агротехнологии, технологические процессы, экономическое развитие.*

The article deals with the interpretation of scientists-economists on the essence of concepts of "innovation" and "agro innovations". Types of innovations are studied and priority ones for the development of modern agroformations are distinguished. The main functions of innovations in the economy of the agrarian sector are considered. The modern innovative technologies of the direction of agro IT, which are intensively introduced into production, are presented. The modern features of the introduction of agro innovations at agricultural enterprises are determined.

Key words: *innovations, functions of innovations, innovation process, agro innovations, agro-technologies, technological processes, economic growth.*

Постановка проблеми. Сьогодні більшість аграрних підприємств різних організаційних форм неспроможна виробляти високоякісну й конкурентоспроможну продукцію. Це пов'язано зі структурними недосконалостями: застарілим матеріально-технічним забезпеченням, диспаритетом цін на продукцію, нестабільністю та коливанням цін на паливно-мастильні матеріали, недосконалою кредитно-фінансовою системою та невідповідністю інституційного середовища потребам виробництва, низьким рівнем освоєння науково-технічних розробок, низькою інвестиційною привабливістю окремих сегментів аграрної сфери. Для обґрунтування перспектив розвитку аграрних підприємств на інноваційній основі доцільно провести теоретичне визначення сутності основних елементів досліджуваної проблеми, вивчення їх системного зв'язку і впливу на результативність національної економіки. Впровадження інноваційних технологій у виробничо-господарську діяльності є провідним завданням для кожного агроформування, але для цього спочатку надзвичайно важливим є вивчення суті поняття «інновації», «агроінновації», їх функцій, видів та сучасних особливостей для сільськогосподарських підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням поняття «інновації» займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. У світовій практиці вперше суть інновацій в економічному розвитку розкрита у працях М. Портера [16, с. 171], Х. Рігса [17, с. 19], Р. Ротвелла, П. Гардинера [18, с. 168], Дж. Сороса [19, с. 479], Р. Фостера [23, с. 27–28], Г. Хамела, К. Прахалада [24, с. 216] та ін. Серед вітчизняних учених, що займаються дослідженням даного питання, можна назвати С. Ільєнкова [7, с. 16], Г. Ковальова [9, с. 33], А. Круглікова [13], Ю. Морозова [15, с. 6], К. Познанського [6], Р. Фатхутдінова [22, с. 279] та ін.

Постановка завдання. Мета статті – розкрити теоретичний зміст сутності поняття «інновації», «агроінновації», визначити їх функції, види та сучасні особливості впровадження для сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із головних факторів, що впливають на ефективність економічної діяльності агарних підприємств, сьогодні визначено відсутність механізму інноваційного забезпечення розвитку виробництва, тому інвестиційно-інноваційні процеси, що протікають у країнах світу та в Україні вимагають передусім теоретично обґрунтованого розкриття суті понять «інновації», «агроінновації» для визначення на цій основі напрямів активізації інноваційної діяльності агроформувань.

У науковій літературі поняття «інновація» з'явилося у 1912 р. завдяки праці відомого економіста Йозефа Шумпетера «Теорія економічного розвитку» [26]. Вчений трактує цю категорію як економічний засіб, який використовується підприємством для максимізації прибутку та мінімізації витрат. Й. Шумпетер обґрунтував і довів, що інновація відіграє важливу роль в економічному розви-

тку, спонукає до збільшення та розширення виробництва через постійну зміну її комбінацій – старих і нових, причому кожна нова комбінація факторів виробництва повинна включати необхідні або базисні засоби виробництва із старої [26].

Економічний словник-довідник розкриває суть поняття «інновація» як упровадження нових форм організації праці й управління, що охоплює не тільки одне підприємство, а їх сукупність чи галузь у цілому [4]. Ф. Котлер дає таке визначення інновації: ідея, товар або технологія, що запущені в масове виробництво і представлені на ринку, які споживач сприймає як абсолютно нові або такі, що володіють деякими унікальними властивостями [11].

Сьогодні існують сотні визначень поняття «інновації», кожне з яких тією чи іншою мірою розкриває головну сутність цієї категорії (табл. 1).

Аналіз трактувань сутності поняття «інновації», наведений у табл. 1, дає змогу зробити висновок, що так чи інакше у кожного з дослідників дана категорія взаємопов'язана і відповідає тим умовам, часу та стану економіки, коли вони дійшли висновку стосовно розкриття змісту цього поняття. Інновації сьогодні – це інструмент, засіб для розв'язання комплексних проблем і досягнення стратегічних цільових орієнтирів розвитку для зростання економіки і підвищення добробуту громадян. Натомість інновації для сільськогосподарських підприємств – це передусім упровадження у виробництво сучасних результатів досліджень і розробок у вигляді нових сортів і гібридів сільськогосподарських культур, порід і видів тварин, штампів мікроорганізмів, освоєння сучасної сільськогосподарської техніки, технологічних процесів, хімічних й біологічних препаратів (вакцини).

Вивчення всіх складників інноваційного процесу дасть змогу краще зрозуміти суть інновацій, побачити їх різновидність, сприятиме побудові ефективного механізму управління інноваційною діяльністю на підприємстві та визначить пріоритетні напрями його інноваційного розвитку. Інноваційний розвиток стає тим фундаментом, який визначає економічну міць підприємств та його подальші перспективи виходу на зовнішній ринок. Суть теоретичного складника в дослідженні поняття «інновації» відображено на рис. 1.

В аграрному секторі інноваційні процеси та інновації дуже різноманітні. Найважливішими є технічні, технологічні, екологічні, біологічні, більшість із них впливає на життєдіяльність живих організмів, що необхідно враховувати на всіх рівнях управління інноваціями. Крім згаданих, в агропромисловому комплексі розробляються й упро-

Таблиця 1

Трактування суті поняття «інновації»

Автор	Визначення
Вікіпедія	Це результат системної діяльності, спрямованої на реалізацію досягнень науково-технічного прогресу та їх удосконалень, що сприяє кількісним та якісним змінам у внутрішньому середовищі підприємства та забезпечує підвищення ефективності та отримання конкурентних переваг [4]
Економічний енциклопедичний словник	Довгострокові вкладення капіталу в різні галузі господарства на зовнішньому та внутрішньому ринку для отримання прибутку [3]
Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40–IV	Новостворені 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 соціальну сферу [5]
Р. Кантер	Процес утілення у життя будь-якої нової ідеї, що пропонує вирішення якоїсь ідеї [27]
Г. Ковальов	Кінцевий результат інноваційної діяльності, у процесі якої створюються (купуються) і використовуються нововведення [9, с. 33]
Н. Кондратьєв	Економічний процес, циклічний, який протікає або виникає у безпосередній взаємодії з технологічними, соціально-економічними та суспільними процесами [10]
Ф. Котлер	Ідея, товар або технологія, які запроваджені у виробництво і представлені на ринку як зовсім нові чи такі, що мають деякі унікальні властивості [12, с. 21]
М. Портер	Можливість здобути конкурентні переваги. Інновації виявляються в новому дизайні продукту, у новому процесі виробництва, у новому підході до маркетингу чи в новій методиці підвищення кваліфікації працівників [16, с. 171]
Р. Ротвелл, П. Гардинер	Комерціалізація не тільки основного вдосконалення в технічному процесі (радикальне нововведення), а й використання змін невеликого масштабу в технологічних навичках (удосконалення чи незначне нововведення) [18, с. 168].
Дж. Сорос	Одна з головних переваг вільних ринків, але на фінансових ринках інновації неминуче породжують нестабільність. Інновації приносять інтелектуальне задоволення й прибуток інноваторам, але пріоритетом має бути підтримання стабільності або, точніше, запобігання розвитку небажаних тенденцій на ринках [19, с. 379]
Н. Уколова	Сталі стосунки з приводу впровадження і застосування нововведень (нових технологій, винаходів, відкриттів) [21, с. 15]

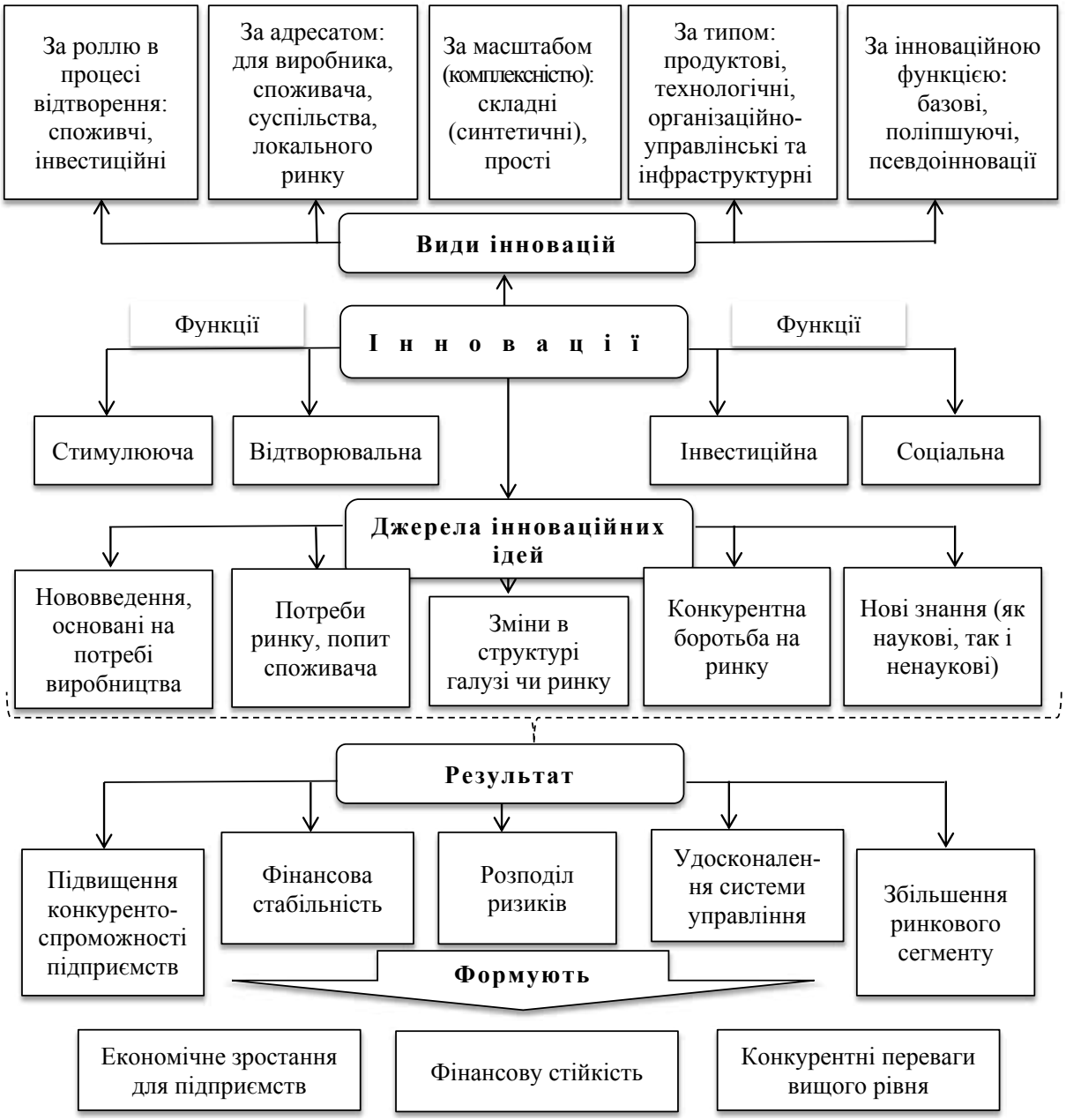


Рис. 1. Теоретична платформа розкриття суті інновацій

Джерело: сформовано автором

ваджуються організаційні та економічні інновації, призначені для галузі загалом або для окремих її підгалузей та складників.

Кожний вид інновацій застосовується у різних сферах, проте є необхідним і незамінним для успішного розвитку аграрних підприємств: технічні й технологічні інновації спрямовані на поліпшення параметрів виробничого процесу та його результатів; організаційні – розробляються і впроваджуються для вдосконалення організації праці, управління, економічного та виробничого процесу, ринку тощо; економічні – забезпечують підвищення економічних показників і результатів функціонування національної, галузевої економіки та економіки певних регіонів або суб'єктів господарювання. Окрему групу утворюють технологічні новації та інжиніринг, що класифікуються за стадіями технологічного процесу у суб'єктів господарювання.

Змістом відтворювальної функції інновацій є отримання прибутку, який спрямовується на розширення обсягів виробничо-торгової, інвестиційної і фінансової діяльності. Відтворювальна функція означає, що інновація являє собою важливе джерело фінансування розширеного відтворення. Соціальна функція полягає у тому, що за допомогою інновацій відбувається підвищення комфортності, поліпшення середовища проживання й якості життя населення. Натомість при-

буток, який одержаний за рахунок реалізації інновації, може використовуватися як капітал. Цей капітал може спрямовуватися на фінансування як усіх інвестицій, так і конкретно нових видів інновацій, тому зміст інвестиційної функції інновації полягає у використанні прибутку від інновації для інвестування. Реалізація інновацій призводить до того, що суб'єкт господарювання отримує прибуток і реалізовує свою головну мету діяльності, що стає стимулом для продукування нових інновацій, вивчення попиту, вдосконалення організації маркетингової діяльності, застосовування більш сучасних прийомів керування фінансами (реінжинірінг, бренд-стратегія, бенчмаркінг). Усе це й становить головний зміст стимулюючої функції інновації

Сьогодні агроінновації набувають усе більшого значення для агарної сфери економіки, тому їм приділяється увага як у дослідженні їх на теоретичному рівні, так і на впровадженні у практиці. У найширшому розумінні агроінновація – це нововведення, що реалізується в аграрній сфері. Науковці пропонують різні підходи до визначення цього поняття. Так, агроінновацію трактують і як системні впровадження в аграрну сферу результатів науково-дослідної роботи, що сприяють позитивних якісним та кількісним змінам у характеристиці взаємозв'язків між біосферою та техносферою, а також поліпшують стан навколишнього природного середовища, або як результат праці, отриманий завдяки застосуванню нових наукових знань, що перетворюють процес функціонування й розвитку виробничо-господарської системи АПК у напрямі підвищення її ефективності, стійкості та системної якості відносин [2].

Розвиток підприємств аграрного сектору економіки України здійснюється під впливом інтеграційних процесів у світовий економічний простір. Відповідно, постають завдання вдосконалення наявної системи господарювання, підвищення їх конкурентоспроможності товаровиробників, а також активізації здатності вчасно реагувати й адаптуватися до змін економічного середовища. Важливо створити сприятливе підприємницьке середовище для функціонування підприємств. Перехід на інноваційний шлях розвитку передбачає вибір найбільш ефективних технічних, технологічних і організаційно-економічних рішень на основі досягнень науки і техніки. Сьогодні інноваційна політика аграрних підприємств є вагомим важелем забезпечення їх структурної перебудови, розширення асортиментного переліку товарів та насичення ринку якісною конкурентоспроможною продукцією. Перехід до інноваційної моделі означає не тільки стабілізацію, а й поступове підвищення технічного і технологічного рівня національного виробництва, наближення його до групи технологічно розвинених країн світу.

Агроінновації проходять етами розвитку, вдосконалення, і вже сьогодні аграрій може відчути їх практичне застосування на своїх фермерських господарствах. Так, за результатами 2017 р. український ринок поновили три продукти у сфері агро-IT. Серед них – LYNX, розумна пасіка, розробка, яка допомагає вести контроль над пасікою. Загальний принцип роботи ґрунтується на передачі даних із вуликів на централізований сервер, а вже з нього – на веб-сторінку або мобільний додаток пасічника. На вуликах встановлюються сенсори, які реєструють основні характеристики: вагу, показники мікроклімату, кількість бджіл. Поки що розробники не орієнтуються на промислові варіанти, але система масштабується і в такому варіанті. Передбачувана вартість оснащення одного вулика такою технологією – 30 дол. США. Це дорого для середньостатистичного пасічника, тому автори думають над здешевленням розробки [1].

Allfields.gov.ua – карта полів України. Реалізація ідеї дасть змогу створити карти всіх полів України. Користувачі зможуть побачити, які культури вирощуються на конкретних ділянках. Окрім цього, на ресурсі буде історія сівозмін, вартість оренди, інформація про власника землі і про того, хто фактично її використовує. Це дасть змогу розробляти рішення щодо ротації техніки на полях, а дистриб'ютори будуть знати, в які регіони краще поставляти визначені агрегати або насіннєвий матеріал [1].

Water Cloud – гроші з повітря. Розробники проекту пропонують робити гроші з повітря. За їх словами, є багато регіонів, які відчувають дефіцит прісної води. Саме цю проблему може розв'язати створення агрегату Water Cloud, здійснюючи виробництво води за рахунок зміни температури повітряного потоку. Повітря потрапляє в агрегат, охолоджується і виділяється конденсат, який збирається у спеціальну ємність. Пристосування складається з системи живлення, вентиляції, охолодження, водовідведення і управління. Продуктивність і потужність агрегату регулюється за допомогою програмного забезпечення. Автори стверджують, що їх агрегат дасть змогу отримувати воду в чотири рази дешевше, ніж це коштує в районах із дефіцитом води, при цьому не порушуватиметься баланс в екосистемі [1].

Інноваційними чинниками розвитку аграрних підприємств нині є не тільки нові техніки та технології, а й сучасні системи організації праці та виробництва, мотивації, альтернативне підприємництво, агротехнопарки. Агротехнопарки – це комплексний інфраструктурний об'єкт інноваційної діяльності, орієнтований на інтеграцію інтелектуального потенціалу аграрної науки [8]. До структури агротехнопарків входять навчальні заклади, дорадчі та консультаційні центри, інсти-

тути перепідготовки кадрів, науково-дослідні установи. Саме ці інноваційні компоненти в комплексі можуть перетворити виробничу систему, оновлюючи виробничий апарат, готуючи та спонукаючи ефективно його використовувати.

Висновки з проведеного дослідження. На підставі вивчених та досліджених понять щодо розкриття суті категорії інновації в діяльності аграрних підприємств можна зробити висновок, що агроінновації – сукупність сучасних форм, методів, принципів та технологій, що допомагають товаровиробнику використовувати нові технічні засоби у зберіганні та переробці продукції рослинництва і тваринництва, впроваджувати новітні технології обробітку ґрунту, вдосконалені або нові результати селекційно-генетичної, біотехнологічної і біоінженерійної діяльності, енергозберігаючі технології, нові підходи до управління, організації виробництва і праці, які надають можливість досягти збільшення врожайності, продуктивності, економічності та виробництва екологічної продукції, що забезпечить підприємство прибутковістю, стабільністю і конкурентоспроможністю. Сутність категорії «інновації» проявляється також і через їх функції, які відображають їх призначення в економічній системі і роль у господарському процесі.

Вивчення основних видів інновацій для сільськогосподарських підприємств показало, що використання їх буде результативним для суб'єкта господарювання, якщо це буде систематизовано та комплексно. Це сприятиме вдалому протіканню інноваційного процесу, що призведе до прогресивних науково-технічних, технологічних, організаційних, соціально-економічних, екологічних змін та підвищення ефективності діяльності підприємств.

Сьогодні впровадження агроінновацій безпосередньо пов'язане з отриманням висококонкурентних переваг у сільськогосподарському виробництві. Агросектор України вже накопичив значний банк технологій і в 2018 р. перейде до фази їх інтеграції. Нові агротехнології, які тільки зароджуються у середовищі стартапів, будуть приєднуватися до цілісних ІТ-систем і практично застосовуватися у виробничому процесі.

Підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору економіки України, їх своєчасна адаптація до змін конкурентного середовища, формування стійких конкурентних переваг на основі найбільш повної взаємоузгодженості стратегічних можливостей підприємств із внутрішнім потенціалом та невикористаними резервами, максимальна синергізація ефективності роботи на конкурентному ринку також безпосередньо залежать від темпів технологічного оновлення та дифузії інновацій.

Таким чином, розвиток агарних підприємств в Україні відбувається в умовах докорінних економічних перетворень, спрямованих на посилення економічних методів управління й інноваційні компоненти їхнього функціонування. Цільова спрямованість такої трансформації полягає у такому: досягнення економічного зростання і збалансованості функціонування; забезпечення органічного поєднання інтересів суб'єктів господарських відносин; перетворення науково-технічного прогресу в головний чинник економічного зростання; створення умов для реалізації пріоритету споживача в господарських відносинах. Інноваційні зміни у функціонуванні аграрних підприємств сприяють розв'язанню питань техніко-технологічного оновлення, інноваційно-маркетингового розвитку й економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Главный журнал по вопросам агробизнеса URL: http://propozitsiya.com/ukrainskie–razrabotchiki–prezentovali–tri–agroinnovacii (дата звернення: 12.03.2018).
2. Дацій О.І. Фінансове забезпечення інновацій в агропромисловому комплексі України. Проблеми інвестиційно-інноваційного розвитку. 2011. № 1. С. 65–76.
3. Економічний енциклопедичний словник URL: http://subject.com.ua/ economic/slovnik/2651.html (дата звернення: 06.10.2017).
4. Економічний словник–довідник URL: http://www.sesia.org.ua/348.html (дата звернення: 06.10.2017).
5. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40–IV URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40–15 (дата звернення: 06.10.2017).
6. Захарін С. Інвестиційне забезпечення відтворення основних фондів. Економіка України. 2007. №. 5. С. 43–51.
7. Ільєнкова С.Д. Инновационный менеджмент: учебник для вузов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. С. 16.
8. Кирилов Ю. Є., Грановська В.Г. Агротехнопарки як інноваційний напрям конкурентоспроможного розвитку підприємств агарного сектору. Економіка АПК. 2017. № 6. С. 65–73.
9. Ковалев Г.Д. Основы инновационного менеджмента: учебник для вузов; под ред. В.А. Швандра. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 208 с.
10. Кондратьев Н.Д. Основные проблемы экономической статики динамики. М.: Наука, 1991. 569 с.
11. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. М.: АСТ, 2000. 272 с.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга; пер с англ.; общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. М.: Прогресс, 1990. С. 214.
13. Кругликов А.Г. Системный анализ научно-технических нововведений. М.: Наука, 1991.
14. Массе П. Критерии и методы оптимального определения капиталовложений. М.,1971. 415 с.
15. Морозов Ю. Инновационный менеджмент. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. С. 6.
16. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2001. 171 с.

17. Pirc X. Managing high technology companies Blmont. N. Y., 1983.

18. Ротвелл Р., Гардинер П. Invention, innovation, re–innovation and the role of the user. Techonovation. 1985. № 3. 168 p.

19. Сорос Дж. Открытое общество. Реформируя глобальный капитализм. М., 2001. 379 с.

20. Тідд Д., Бессант Д., Павітт К. Managing innovation. John Wiley and Sons, LTD, Chichester, 2001.

21. Уколова Н.В. Формирование хозяйственного механизма инновационного развития социально-экономической системы: автореф. дис. … доктора эконом. наук: спец. 08.00.01 «Общая экономическая теория». Саратов, 2011. 43 с.

22. Фатхутдинов Р. Конкурентоспособность: экономика, стратегия управление. М.: ИНФРА-М, 2000. С. 279.

23. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. М.: Прогрес, 1987.

24. Хамел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее. М.: Олимп-Бизнес, 2002. 216 с.

25. Черваньов Д.М., Нейкова Л.І. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. К.: Знання, 1999. С. 34.

26. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры); пер. с англ. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

27. Kanter R.M. The Change Masters: Corporate Entrepreneurs at Work. London: Allen and Unwin, 1983. P. 20.

REFERENCES:

1. Glavnyj zhurnal po voprosam agrobiznesa URL: http://propozitsiya.com/ukrainskie–razrabotchiki–prezentovali–tri–agroinnovacii (data zvernennya: 12.03.2018).

2. Dacij O.I. Finansove zabezpechennya innovacij v agropromislovomu kompleksi Ukrayini / O.I. Dacij // Problemi investicijno-innovacijnogo rozvitku. – 2011. – № 1. – S. 65-76.

3. Ekonomichnij enciklopedichnij slovnik URL: http://subject.com.ua/ economic/slovnik/2651.html (data zvernennya: 06.10.2017).

4. Ekonomichnij slovnik–dovidnik URL: http://www.sesia.org.ua/348.html (data zvernennya: 06.10.2017).

5. Zakon Ukrayini “Pro innovacijnu diyalnist” vid 04.07.2002 № 40–IV URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40–15 (data zvernennya: 06.10.2017).

6. Zaharin S. Investicijne zabezpechennya vidtvorennya osnovnih fondiv //Ekonomika Ukrayini. – 2007. – №. 5. – S. 43-51.

7. Ilyenkova S. D. Innovacionnyj menedzhment: Uchebnik dlya vuzov. – M.: Banki i birzhi, YuNITI, 1997. – S. 16.

8. Kirilov Yu. Ye. Agrotehnoparki yak innovacijnij napryam konkurentospromozhnogo rozvitku pidpriyemstv agarnogo sektoru / Yu.Ye. Kirilov, V. G. Granovska // Ekonomika APK. – 2017. – № 6 – S. 65–73.

9. Kovalev G. D. Osnovy innovacionnogo menedzhmenta: Uchebnik dlya vuzov / Kovalev G. D.; pod red. Shvandra V. A. – M.: YuNITI – DANA, 1999. – 208 s.

10. Kondratev N.D. Osnovnye problemy ekonomicheskoj statiki dinamiki. – M.: Nauka. 1991. – 569 s.

11. Kotler F. Marketing v tretem tysyacheletii: Kak sozdat, zavoevat i uderzhat rynok. – M.: OOO “Izdatelstvo AST”, 2000. – 272 s.

12. Kotler F. Osnovy marketinga: Per s angl. / Obsh. red. i vstup. st. E.M. Penkovoj. – M.: Progress, 1990. – 736 s., s. 214.

13. Kruglikov A. G. Sistemnyj analiz nauchno–tehnicheskih novovvedenij. – M.: Nauka, 1991.

14. Masse P. Kriterii i metody optimalnogo opredeleniya kapitalovlozhenij. – 1971. – 415 s.

15. Morozov Yu. Innovacionnyj menedzhment. – M.: YuNITI–DANA, 2000. – S. 6.

16. Porter M. Konkurenciya. – M.: Vilyams, 2001. – 171 s. 22

17. Rigs H. Managing high technology companies Blmont. – N. Y., 1983.

18. Rotvell R., Gardiner P. Invention, innovation, re–innovation and the role of the user. // Techonovation. – 1985. –3. – 168 r.

19. Soros Dzh. Otkrytoe obshestvo. Reformiruya globalnyj kapitalizm. – M., 2001. – 379 s.

20. Tidd D., Bessant D., Pavitt K. Managing innovation. John Wiley and Sons, LTD, Chichester, 2001.

21. Ukolova N.V. Formirovanie hozyajstvennogo mehanizma innovacionnogo razvitiya socialno–ekonomicheskoj sistemy : avtoref. dis. na soiskanie nauk. stepeni doktora ekonom. nauk : spec. 08.00.01 “Obshaya ekonomicheskaya teoriya” / N.V. Ukolova. – Saratov, 2011. – 43 s.

22. Fathutdinov R. Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiya upravlenie. – M.: INFRA–M, 2000. – S. 279.

23. Foster R. Obnovlenie proizvodstva: atakuyushie vyigryvayut. – M.: Progres, 1987.

24. Hamel G., Prahalad K. Konkuriruya za budushee. – M.: Olimp–Biznes, 2002. –216 s.

25. Chervanov D. M., Nejkova L. I. Menedzhment innovacijno–investicijnogo rozvitku pidpriyemstv Ukrayini. – K.: Znannya, 1999. – S. 34.

26. Shumpeter J. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya (Issledovanie predprinimatelskoj pribyli, kapitala, kredita, procenta i cikla konyunktury): Per. s angl. – M.: Progress, 1982. – 455 s.

27. Kanter R. M. The Change Masters: Corporate Entrepreneurs at Work. – London: Allen and Unwin. – 1983. – p. 20.

Stukan T.M.
Postgraduate Student
Kherson State Agricultural University

ECONOMIC CONTENT OF INNOVATIONS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES

Today, one of the main factors that influence the efficiency of economic activity of agrarian enterprises is the volume of contributed investments to the production process. Therefore, the investment and innovation processes taking place in the countries of the world and in Ukraine, in particular, require, first of all, theoretically substantiated disclosure of the essence of concepts of “innovation” and “agro innovations”.

Currently, innovations are an instrument, a means for the solution of complex problems and achievement of strategic targets for development with the purpose of growth of the economy and raise of the welfare of citizens. Instead, innovations for agricultural enterprises are, first of all, the introduction of modern research findings and development in production process in the form of new varieties and hybrids of agricultural crops, breeds, and species of animals, stamps of microorganisms, familiarization of modern agricultural machinery, technological processes, chemical and biological preparations (vaccines).

The study of the main types of innovations for agricultural enterprises has shown that their use will be effective for the economy entity if it is systematized and integrated. It will contribute to the successful progress of the innovation process, which will lead to progressive scientific-technical, technological, organisational, socio-economic, environmental changes and an increase of the efficiency of enterprises.

Agro innovations are becoming more and more important for the agricultural sector of the economy and thus they are paid attention as to their research at the theoretical level, so to the implementation in practice. In the broadest sense, agro innovation is an innovation accomplishing in the agrarian sphere. Two main conditions for the implementation of the investment process at agrarian enterprises are determined: adequate resource potential of the enterprise for the development of investment sphere; the presence of economic entities that are able to provide the investment process at the required degree, taking into account particularity of the enterprise.

As of today, the introduction of agro innovations is a trend, a tendency to obtaining highly competitive advantages in the agricultural production. The agricultural sector of Ukraine has already collected a significant bank of technologies and in 2018 will move to the phase of their integration. New agro-technologies that are only emerging in the environment of start-ups will be aligned with integral IT systems and practically applied in the production process. The investigated innovative changes taking place in the functioning of agrarian enterprises contribute to the solution of issues of technical and technological renewal, innovation and marketing development, and economic growth.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ШЛЯХОМ АКТИВІЗАЦІЇ ЙОГО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ENSURING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE BY ACTIVATION OF ITS INNOVATIVE ACTIVITY

УДК 330.341.1:339.137.2

Терлецька Н.М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
менеджменту і адміністрування
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
Ємець Ю.М.
магістр
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

У статті досліджено чинники забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання шляхом стимулювання процесу впровадження результатів інноваційної діяльності у його господарську практику. Сформульовано перелік найважливіших проблем у сфері інноваційної діяльності в Україні. Доведено, що здатність суб'єкта господарювання активно впроваджувати інновації підвищує його шанси в конкурентній боротьбі та створює суттєві різнопланові переваги. Виявлено, що позитивний ефект від інноваційної діяльності не завжди досяжний, оскільки нововведення є специфічним продуктом. Обґрунтовано заходи щодо вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Ключові слова: *інноваційна діяльність, інноваційність стратегії підприємства, інноваційні технології, конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, адаптація конкурентних активів.*

В статье исследованы факторы обеспечения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта путем стимулирования процесса внедрения результатов инновационной деятельности в практику хозяйствования. Сформулирован перечень наиболее важных проблем в сфере инновационной деятельности в Украине. Доказано, что способность субъекта хозяйствования к активному внедрению инноваций повышает его шансы в конкурентной борьбе и создает существенные разноплановые преимущества. Обнаружено, что положительный эффект от инновационной деятельности не всегда достижим, поскольку нововведения – это специфический продукт. Обоснованы мероприятия усовершенствования системы управления конкурентоспособностью предприятия.

Ключевые слова: *инновационная деятельность, инновационность стратегии предприятия, инновационные технологии, конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, адаптация конкурентных активов.*

In the article, factors of ensuring the competitiveness of the economic entity by stimulation of process of introduction of results of innovative activity in its economic practice are investigated. The list of the most important problems in the sphere of innovative activity in Ukraine is formulated. It is proved that the ability of the economic entity to actively innovate increases its chances in a competitive struggle and creates significant diverse advantages. It is found that the positive effect of innovation activity is not always achievable since innovation is a specific product. Measures of improvement of the enterprise competitiveness management system are substantiated.

Key words: *innovative activity, innovation of strategy of enterprise, innovative technologies, competitiveness of economic entity, adaptation of competitive assets.*

Постановка проблеми. Однією з нагальних проблем вітчизняної економіки, що потребує вирішення на сучасному етапі її розвитку, є втрата конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, викликана переходом до ринкової економіки та відкритістю вітчизняних ринків для іноземних товаровиробників, виникненням психологічного бар'єру недовіри у свідомості українських споживачів до продукції, виготовленої українськими товаровиробниками. В умовах глобальної економічної кризи більшість вітчизняних суб'єктів господарювання опинилася на межі виживання. Для того щоб ефективно функціонувати та успішно вести конкурентну боротьбу, потрібно випускати якісну, сучасну та оновлену продукцію. Забезпечити виробництво такої продукції підприємство може лише за рахунок активізації інноваційної діяльності. Впровадження інноваційних технологій, новацій та інноваційних процесів на підприємстві сприяє збільшенню прибутку, дає змогу продовжити власний життєвий цикл, а також підвищити конкурентоспроможність. Традиційно у фаховій літературі розглядаються теоретичні засади організації інноваційної діяльності на підприємстві та недостатньо аргументовано розкривається механізм його залучення до інноваційного процесу. Однак на практиці інноваційний розвиток не став одним із пріоритетних завдань зростання національної економіки України. Протягом останніх років мали місце позитивні тенденції у зазначеній сфері діяльності, однак вони були нетривалими та позбавленими чітких довготермінових стимулів для їх активного впровадження у господарську практику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомі здобутки в галузі управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання через інноваційну діяльність відображено в дослідженнях зарубіжних учених: Д. Белла, П. Друкера, Дж. Гелбрейта, Я. Гельдерена, А. Гельфанда, Г. Мінцберга, Г. Менша, Г. Мюрдаля, П. Ромера, Ф. Перру, М. Портера, А. Томпсона, А. Стрікленда, Й. Шумпетера. Серед вітчизняних учених, чиї наукові дослідження присвячені вказаній проблемі, насамперед слід відзначити Л. Балабанову, І. Бутирську, В. Гриньова, С. Ілляшенка, М. Йохну, Г. Кіндрацьку, Н. Краснокутську, П. Клівця, П. Микитюка, Г. Осовську, К. Редченко, О. Скібіцького В. Стадника,

М. Туган-Барановського, Д. Черваньова, З. Шершньову, І. Школу та багатьох інших.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у розробленні заходів щодо вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю підприємства на основі активізації його інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах до одного зі спонукальних мотивів створення нововведень належить конкуренція на ринку, тобто інновації пов'язані з ринком. Конкуренція стимулює підприємства розробляти та впроваджувати новинки або для утримання своїх позицій на ринку, або для освоєння нового сегмента та одержання додаткових конкурентних переваг.

У загальному розумінні під інновацією мають на увазі здійснення змін шляхом упровадження нововведень. У межах цього підходу фахівці визначають нововведення або як результат цілеспрямованої творчої діяльності, практичне застосування якого призводить до істотних змін у функціонуванні системи, або як процес упровадження нового замість раніше діючого, однак уже застарілого. У вузькому розумінні інновація – це нове технічне рішення, реалізоване на практиці [2; 4; 7].

Результатом інноваційних процесів є новація; її впровадження у господарську практику (виробництво, побут, інші сфери діяльності) визначається як нововведення; з моменту прийняття до поширення новація здобуває нову якість і стає інновацією. Позитивний ефект від інноваційної діяльності не завжди досяжний, оскільки нововведення є специфічним продуктом. Ця специфіка полягає у невизначеності, яка виникає під час практичного використання нововведення, особливо під час виходу на ринок продуктових нововведень. Приблизно 90% інновацій не сприймаються ринком, оскільки існує безліч факторів, що впливають на ефективність просування нововведення та масштабів, які ускладнюють прогнозування його поширення.

Проблеми, що підштовхують підприємства до пошуку, розроблення та впровадження інновацій, спричинені неперервним розвитком науки і техніки, появою нових знань, які формують нові потреби та пропонують найкращий спосіб їхнього задоволення. Усвідомлення того, що відсутність належної уваги до інноваційної діяльності гальмуватиме розвиток суб’єкта господарювання, призведе до технологічного відставання, послабить його ринкові позиції, є постійним стимулом для керівництва підприємства. Лише шляхом цілеспрямованого новаторства, систематичного пошуку змін та аналізу можливостей, своєчасного впровадження нововведень можна постійно вдосконалювати діяльність суб’єкта господарювання, а також підвищувати його імідж та конкурентоспроможність.

Теорії інноваційного розвитку основний акцент роблять на тому, що економічне зростання відбувається у часі нерівномірно: поява принципово нової базової технології у певній галузі дає імпульс розвитку багатьом спорідненим галузям шляхом виникнення вторинних інновацій. Інновації, поширюючись, збільшують загальний економічний результат і сприяють зростанню темпів розвитку економіки, однак водночас зменшують комерційну віддачу від інновації для окремого суб'єкта господарювання, що змушує його знаходити інші, досконаліші способи задоволення потреб споживачів. Життєвий цикл інновації завершується з появою досконалішого її замінника. За принципової новизни інновація може стати основою нової фази економічного зростання [2; 7].

Забезпечення економічного розвитку України вимагає створення відповідних умов і механізмів, що стимулюють процес упровадження результатів інноваційної діяльності у господарську практику. Значною мірою це залежить від позиції, яку в цій справі займають держава, регіональні та місцеві органи влади. Щодо створення інноваційних структур в Україні, можна констатувати той факт, що в нашій країні проблема активізації інноваційної діяльності суб’єктів господарювання ще не одержала належної уваги. Так, статистичні дані свідчать про те, що питома вага вітчизняних промислових підприємств, що впроваджують інновації, у загальній їх кількості становить лише 11,5%, а питома вага видів інноваційної продукції у загальному обсязі відвантаженої продукції – 5,6%. Причина такого стану криється, насамперед, у відсутності чіткої інноваційної політики на державному та на нижчих адміністративних рівнях, у слабкому використанні наукового потенціалу наукових установ та вищих закладів освіти [1].

Комплексне забезпечення інноваційної діяльності являє собою систему методів та засобів, які використовуються суб’єктами господарювання для найбільш ефективної реалізації інноваційної діяльності. Для забезпечення постійного оновлення продукції та вдосконалення виробничих процесів на підприємстві слід постійно виявляти поточні та майбутні проблеми, пов’язані зі зміною технології виробництва та змінами життєвого циклу продукції. Це передбачає здійснення пошукової інноваційної діяльності в різних напрямах із виділенням окремих інноваційних проектів, пріоритетних на час їхньої актуалізації.

Управління інноваційною діяльністю промислового підприємства охоплює стратегічні та оперативні аспекти і спрямоване, з одного боку, на створення або оперативне залучення інновацій, які забезпечуватимуть збереження та зміцнення ринкових позицій підприємства у тривалій перспективі, а з іншого – на систематичну та цілеспрямовану діяльність з удосконалення наявних

технологій, прийомів і способів виконання роботи, завдяки яким життя інновацій подовжується, а отже, триватиме функціонування самого суб'єкта господарювання.

Процес оновлення асортименту продукції промислові підприємства здійснюють на основі аналізу зовнішнього середовища господарювання (визначаючи тенденції зміни попиту на продукцію підприємства, оцінюючи переваги та вподобання споживачів цільових сегментів ринків тощо), а також його внутрішнього середовища (проводячи оцінку рентабельності продукції, визначаючи стадію її життєвого циклу). Зі структури асортименту виводять нерентабельні товари, продукцію з низьким попитом, а також товари, життєвий цикл яких завершується. Натомість до її складу включають продукцію, що може давати вищі прибутки в перспективі. Таким чином, формується конкурентоспроможний асортиментний ряд продукції підприємства.

Здатність суб'єкта господарювання активно впроваджувати інновації підвищує його шанси у конкурентній боротьбі та створює суттєві різнопланові переваги. Інноваційні завдання передбачають зниження витрат виробництва, вдосконалення якості товарів та послуг, виведення на ринок нових видів продукції, формування нової стратегії збуту, яка сприяє підвищенню зацікавленості споживачів до нової продукції. Залучення чи створення інновацій повинно відбуватися цілеспрямовано, для формування конкурентних переваг на тому сегменті ринку, де працює суб'єкт господарювання. Важливо не лише своєчасно визначити перспективність певної ідеї та оцінити її комерційну вигідність, а й створити умови для оперативного впровадження новинки в господарську практику. Управління нововведеннями на підприємстві охоплює різноманітні функції (маркетинг, планування, організацію, контроль), кожна з яких спрямована на вирішення специфічних завдань взаємодії між підрозділами фірми, що здійснюють конкретні види інноваційної діяльності.

Все більшої актуальності у нинішніх умовах господарювання набуває активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств для підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому та світовому ринках. За підсумками економічного форуму в Давосі, який відбувся 23–26 січня 2018 р., міжнародні експерти склали звіт, який оцінював глобальний індекс конкурентоспроможності. В опублікованому рейтингу Global Competitiveness Index 2017–2018 Rankings серед 137 країн Україна за вказаним показником у 2017 р. посіла 81-е місце (85-е місце в 2016 р.). Незважаючи на те що за останні чотири роки рейтинг України за глобальним індексом інновацій поліпшився на 21 пункт (у 2017 р. – 50-е місце порівняно із 71-м у 2013 р.), інноваційний складник економіки України є нестабільним. Такий стан речей значно ускладнює реалізацію завдань, передбачених «Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020». Стратегія передбачає досягнення 25 ключових показників, що оцінюють хід виконання реформ та програм, третій з яких установлює, що «за глобальним індексом конкурентоспроможності, який розраховує Всесвітній економічний форум (WEF), Україна увійде до 40 найкращих держав світу» [5].

Узагальнюючи результати проведеного аналізу та прогнозу, можна сформулювати перелік найгостріших проблем у сфері інноваційної діяльності в Україні:

- зменшення кількості підприємств, які займаються інноваційною діяльністю;
- суттєвий дисбаланс інноваційної активності суб'єктів господарювання по регіонах України;
- недостатня ефективність інноваційної діяльності, яка є результатом зниження обсягів реалізованої інноваційної продукції внаслідок слабкої зацікавленості підприємства в упровадженні технологій інноваційного характеру з огляду на неспроможність їхнього придбання;
- відсутність повноцінних зв'язків між науковою сферою та виробництвом;
- інноваційна діяльність в Україні потребує міжгалузевого технологічного обміну, зміцнення зв'язків виробничих підприємств з університетами та науково-дослідними інститутами, розвитку міжнародної науково-технічної кооперації, венчурного інвестування у нові прогресивні розробки, створення інноваційної інфраструктури [6].

Реалізація базової стратегії підприємства повинна неодмінно включати елементи інноваційності, хоча масштаби та напрями інноваційної діяльності можуть бути різними. Загалом інноваційна політика суб'єкта господарювання повинна передбачати:

- ставлення до інновацій як до можливості здобути конкурентні переваги;
- сприйнятливість суб'єкта господарювання до інновацій;
- розуміння інновації як явища сфери попиту та спрямовування інноваційної діяльності на прогнозування змін у попиті (інноваційне прогнозування);
- систематичний моніторинг ефективності інноваційної діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. З викладеного вище можна зробити висновок про те, що інноваційна політика суб'єкта господарювання повинна формувати пріоритети інноваційного пошуку та створювати мотиваційний механізм для підвищення сприйнятливості підприємства до інновацій із метою забезпечення його конкурентоспроможності. Основними напрямами інноваційної політики, покладеної в основу стратегії розвитку підприємства та підвищення

його конкурентоспроможності, на думку автора, є такі:

- активне впровадження дослідно-конструкторських робіт у господарську практику;
- систематичне оновлення асортименту продукції підприємства;
- посилення інноваційного характеру інвестиційних програм і проектів;
- підвищення конкурентоспроможності продукції та суб'єкта господарювання шляхом активізації інноваційної діяльності.

Керівництву промислових підприємств, з огляду на поглиблення соціально-економічної кризи в країні, а також непередбачуваність та турбулентність зовнішнього середовища, слід періодично переглядати портфель конкурентних стратегій для адаптації конкурентних активів і ключових компетенцій суб'єкта господарювання до змін конкурентного середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богашко О.Л. Дослідження особливостей становлення й розвитку національної інноваційної системи України. Вісник ЧТЕІ КНТЕУ. Економічні науки. 2014. Вип. 1(53). С. 259–269.
2. Ілляшенко С.М., Біловодська О.А. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія. Суми: Університетська книга, 2010. 298 с.
3. Карюк В.І. Стимулювання інноваційної діяльності підприємств як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2011. № 24. С. 362–367.
4. Коць О.О., Свідрик Т.І. Сучасний стан інноваційної діяльності в Україні та шляхи її активізації. Вісник ЧТЕІ КНТЕУ. Економічні науки. 2014. Вип. 1 (53). С. 279–289.
5. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». URL: https://nfp.gov.ua/files/sektor/Strategy2020updUA.pdf.
6. Тивончук О.І. Аналіз формування системи стимулювання інноваційної діяльності підприємств. Вісник НУ «Львівська політехніка». 2009. № 44. С. 234–238.
7. Школа І.М., Бутирська І.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2010. 312 с.

REFERENCES:

1. Bohashko O.L. (2014). Research of features of formation and development of national innovative system of Ukraine. Visnyk ChTEI KNTEU: Ekonomichni nauky. [Bulletin of ChITE KNUTE: Economic sciences], vol. 1, no. 53, pp. 259-269. (in Ukr.).
2. Illyashenko S.M., Bilovods'ka S.M. (2010). Upravlinnya innovatsiynym rozvytkom promyslovykh pidpryyemstv: monohrafiya. [Management of innovative development of industrial enterprises: monograph]. Universytet•s'ka knyha, Sumy, 298p. (in Ukr.).
3. Karyuk V.I. (2011). Stimulation of innovative activity of enterprises as a tool for improving the competitiveness of the domestic economy. Teoretychni ta prykladni pytannya ekonomiky [Theoretical and applied issues of economics], vol. 24, pp.362-367. (in Ukr.).
4. Kots' O.O., Svidryk T.I. (2014). The current state of innovative activity in Ukraine and a way of its activization. Visnyk ChTEI KNTEU: Ekonomichni nauky. [Bulletin of ChITE KNUTE: Economic sciences], vol. 1, no. 53, pp. 279-289. (in Ukr.).
5. Stratehiya staloho rozvytku "Ukrayina – 2020» [The strategy of sustainable development "Ukraine – 2020»]. Electronic resource, Access mode: https://nfp.gov.ua/files/sektor/Strategy2020updUA.pdf
6. Tyvonchuk O.I. (2009). Analiz formuvannya systemy stymulyuvannya innovatsiynoyi diyal'nosti pidpryyemstv. Natsional'nyy universytet "L'vivs'ka politekhnika" [National University "Lviv Polytechnic"], vol. 44, pp. 234-238. (in Ukr.).
7. Shkola I.M., Butyrs'ka I.V. (2010). Innovatsiynyy menedzhment [Innovation management]. Knyhy-XXI, Chernivtsi, 312 p. (in Ukr.).

Terletska N.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economic Theory,
Management and Administration
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Yemets Yu.M.
Master of Department of Economic Theory,
Management and Administration
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ENSURING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE BY ACTIVATION OF ITS INNOVATIVE ACTIVITY

In the article, factors of ensuring the competitiveness of the economic entity by stimulation of process of introduction of results of innovative activity in its economic practice are investigated. It is proved that introduction of innovative technologies, innovations, and innovative processes at the enterprise contribute to the increase of profit, which allows prolonging its own life cycle and also increasing competitiveness.

It is found that the positive effect of innovation activity is not always achievable since innovation is a specific product. These specifics consist in the uncertainty arising in case of practical use of an innovation, especially in case of entry into the market of product innovations.

In the course of the carried-out analysis, it is established that only by systematic innovation, purposeful and organized search for changes, and the analysis of opportunities, which are given by the environment of managing, timely and reasonable attraction of innovations, it is possible to improve constantly the activity of the economic entity and also to strengthen its image and competitiveness. In order to ensure continuous updating of products and improvement of production processes at the enterprise, it is necessary to find constantly the current and future problems, connected with the change of the production technology and changes of the lifecycle of production. It assumes implementation of search innovative activity in various directions with the allocation of separate innovative projects, which are a priority for the period of their updating.

It is proved that the ability of the economic entity to actively innovate increases its chances in a competitive struggle and creates significant diverse advantages. Innovative tasks provide a decrease in costs of production, improvement of the quality of production or services, a conclusion to the market of new production, the formation of a new strategy of sale, which promotes an increase in interest of consumers in new goods. Therefore, the realization of the basic strategy of the enterprise must necessarily include elements of innovation.

Measures to improve the enterprise competitiveness management system based on activation of its innovation activity are substantiated.

It is established that the innovative policy of the economic entity has to form priorities of innovative search and create the motivational mechanism for the increase in susceptibility of the enterprise to innovations for the purpose of ensuring its competitiveness. Therefore, to the management of the industrial enterprises, considering deepening of social and economic crisis in the country and also unpredictability and turbulence of the external environment, it is necessary to reconsider periodically a portfolio of competitive strategy for the purpose of adaptation of competitive assets and key competences of the economic entity to changes of the competitive environment.

ОЦІНЮВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІДПОВІДНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ

ASSESSMENT OF PROFESSIONAL CONFORMITY OF PARTNERSHIP ENTERPRISES

УДК 347.56:005.591.452

Ус М.І.
к.е.н., викладач кафедри економіки і маркетингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті розглянуто наявні підходи до оцінки та вибору партнерів. Здійснено класифікацію методів, що можуть бути використані для дослідження партнерів підприємства на промисловому ринку. Запропоновано процес вибору потенційних партнерів на основі оцінки їх професійної відповідності. Під оцінюванням професійної відповідності розуміється процес аналізу та вибору партнера з групи потенційних учасників партнерських відносин. Особливістю процесу є можливість оцінювання та вибору партнера незалежно від характеру та форм партнерських відносин.

Ключові слова: *партнер, взаємодія, партнерські відносини, професійна відповідність, професійна відповідність партнерів, оцінювання.*

В статье рассмотрены существующие подходы к оценке и выбору партнеров. Осуществлена классификация методов, которые могут быть использованы для исследования партнеров предприятия на промышленном рынке. Предложен процесс выбора потенциальных партнеров на основе оценки их профессионального соответствия. Под оценкой профессионального соответствия понимается процесс анализа и выбора партнера из группы потенциальных участников партнерских отношений. Особенностью процесса является возможность оценивания и выбора партнера независимо от характера и форм партнерских отношений.

Ключевые слова: *партнер, взаимодействие, партнерские отношения, профессиональное соответствие, профессиональное соответствие партнеров, оценка.*

The article examined existing approaches to the assessment and selection of partners. The classification of methods that can be used for research of the company's partners in the industrial market is carried out. In addition, the process of selecting potential partners was based on the assessment of their professional compliance. The assessment of professional compliance means the process of analysis and selection of a partner from a group of potential partners in the partnership. The peculiarity of the process is the ability to evaluate and select a partner irrespective of the nature and form of the partnership.

Key words: *partner, interaction, partnership relations, professional compliance, professional compliance of partners, evaluation.*

Постановка проблеми. Природним прагненням будь-якого суб'єкта господарювання виступає отримання кращих економічних результатів порівняно із суперником. Проте відмінністю XXI ст. є висока мінливість зовнішнього середовища, її невизначеність, перед підприємствами постають нові цілі і завдання, досягнення яких вимагає адекватних як внутрішньоорганізаційних, так зовнішніх стратегічних змін. Однією з таких змін є процес налагодження нових форм взаємодій підприємств, серед яких партнерські відносини займають одне з перших місць. За таких умов вибір партнерів та їх відповідність є визначальними чинниками досягнення успіху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вибору партнерів та показників їх оцінювання порушується в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких – А. Балабанець, А. Загородній, С. Карделл, Р. Уолесс. Проте, незважаючи на чисельність розробок, сьогодні відсутній обґрунтований підхід до вибору підприємств-партнерів для встановлення партнерських відносин, що би міг застосовуватися як на етапі формування, так і у фазі функціонування партнерства для вже діючих відносин із метою зміни партнера.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд наявних методичних підходів до оцінювання можливих партнерів підприємства для запропонування обґрунтованого процесу вибору потенційних партнерів на основі їх професійної відповідності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Багаторівневий характер взаємодії господарюючих суб'єктів зумовлює широкий діапазон підходів до оцінювання та подальшого вибору партнерів підприємства.

Складність оцінки вітчизняними підприємствами суб'єктів взаємодії як партнерів полягає у тому, що вони є відкритими реактивними системами, які здійснюють активний обмін інформацією із зовнішнім середовищем: генерують та поставляють власну інформацію як у внутрішнє, так і у зовнішнє середовище, а також отримують та реагують на зовнішні потоки даних [1, с. 10].

Укрупненою одиницею виміру економічної інформації, яка циркулює в середовищі бізнесу підприємства, є економічний показник [1, с. 140]. Розробленню переліку показників і критеріїв, які характеризують вибір учасника відносин як партнера, та розрахунку ефективності партнерства й визначення їх результатів у цілому присвячено багато досліджень як іноземних, так і вітчизняних економістів [2–4]. Наявність чисельних підходів зумовлює потребу та доцільність їх системної класифікації й узагальнення для визначення сильних та слабких місць.

Аналіз відомих підходів до оцінювання партнерів підприємств виявив, що основні відмінності між

підходами та методами полягають у меті оцінки та способі визначення інтегрального показника щодо вибору партнера.

Під час взаємодії на промисловому ринку як продавець, так і покупець та інші суб'єкти ринку можуть виступати активними сторонами відносин і бути ініціаторами партнерства. Найчастіше вирішальними чинниками під час вибору партнерів і прийняття рішення щодо партнерських відносин є ринкова позиція підприємства та рівень його конкурентоспроможності [5].

З іншого боку, вибір партнера, формування партнерських відносин та

управління взаємодією з партнерами можливі тільки за наявності у підприємства необхідних ресурсів і організаційних можливостей [5, с. 192]. У цьому разі підхід до оцінки партнера має спиратися на розрахунок отримання можливих результатів та витрат, що необхідно здійснити для формування партнерських відносин.

Відповідно до дослідження Д. Форда, підприємства на промислових ринках повинні розробляти свої підходи до оцінки партнерів та потенційних партнерів з огляду на три основних чинника: різнорідність, спільний розвиток і взаємозалежність [6].

Різнорідність полягає у тому, що підприємства розрізняються за своєю історією розвитку, розмірами, технологіями, організацією і культурою. Будь-який постачальник, виробник, посередник пропонує відмінну від інших комбінацію товарів, послуг, виробничих можливостей і технічних знань. Таким чином, на ділових ринках необхідним стає дослідження передусім стану кожного з можливих партнерів за допомогою методів фінансового аналізу, відокремлення відмінностей між підприємствами, а вже потім урахування витрат та вигод від установлення відносин.

Спільний розвиток означає, що розвиток і зміни на підприємстві значною мірою пов'язані з перебігом взаємовідносин і розвитком самих партнерів. Таким чином, процес аналізу й оцінки суб'єктів партнерських відносин на ділових ринках схильний до серйозного впливу з боку взаємин підприємств з їх партнерами та їх подальшої еволюції, тобто такий підхід має ґрунтуватися на трендовому аналізі та використанні методів оптимізації показників.

Взаємозалежність, своєю чергою, охоплює передусім три аспекти: взаємозалежність у сфері ресурсів; процесів компанії, залучених у взаємовідносини; учасники процесів.

Оскільки формування довгострокових взаємовигідних відносин та вибір для цієї мети партнерів складається з багатьох елементів, то й підхід щодо оцінювання таких відносин має бути комбінований, щоб урахувати всі можливі чинники та складники.

Аналіз наявних у сучасній літературі підходів до оцінки партнерів із метою вибору їх для формування партнерських відносин [2; 7–10] дає підстави для виділення чотирьох підходів (табл. 1).

Державної методики оцінки підприємства як партнера в Україні не існує, що, на думку деяких фахівців [10], є однією з причин невеликого розповсюдження партнерських відносин і низького рівня формування та управління такими відносинами. Оскільки неможливо ефективно керувати об'єктом, відносно якого не існує чіткого уявлення способів його вимірювання.

Кожен підхід до оцінки потенційних партнерів та відносин між ними передбачає використання певних методів, тому доцільно провести їх класифікацію з наданням характеристик та можливостей щодо їх застосування.

Проведений аналіз наукових літературних джерел із питань формування, оцінки та розвитку партнерства [2; 8; 11; 12] дав змогу виділити три основних різновиди методів: одні ґрунтуються на достатньо визначених аналітичних залежностях – формалізовані; інші – неформалізовані методи, є логічним описом аналітичних процедур; окрім того, відокремлюють комбіновані методи – поєднання та спільне використання двох інших груп методів (рис. 1).

Для оцінювання відносин підприємства можна використовувати кожен із наявних методів або поєднувати їх.

Майже всі формалізовані методи оцінювання відносин підприємства мають визначений математичний апарат, що є перевагою цієї групи та значно полегшує вирішення проблеми й отримання кінцевого результату.

Використання неформалізованих методів, як зазначають А.Г. Загородній та З.О. Коваль, є досить обмеженим, оскільки вони несуть певний суб'єктивізм, тому що значною мірою ґрунтуються на особистих знаннях, досвіді та інтуїції аналітиків [2]. Неформалізовані методи можливо використовувати як із метою збору економічної інформації, так і для оцінювання та аналізу даних.

Комбіновані методи дослідження ґрунтуються на частковому використанні – поєднанні формалізованих та неформалізованих методів або їх одночасному застосуванні.

Узагальнення праць вітчизняних та зарубіжних учених, практиків із маркетингу та менеджменту [2; 7; 13; 14] дає змогу стверджувати, що більшість підходів та методів дослідження, які використовуються вітчизняними підприємствами, слабко враховує реакції ринку та фактор часу. Аналіз автором досвіду формування партнерських відносин 10 підприємств машинобудівної промисловості Харківського регіону та 10 підприємств, які з ними співпрацюють на основі опрацювання даних [15; 16], дав змогу зробити висновок про використання

Таблиця 2

Система показників оцінювання професійної відповідності потенційних партнерів

Код показника	Назва показника	Група показників
x_1	Частка ринку	Маркетингові
x_2	Канал збуту: прямий; непрямий	
x_3		
x_4	Частка витрат на маркетинг у загальному обсязі витрат	
x_5	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Фінансові
x_6	Коефіцієнт поточної ліквідності	
x_7	Коефіцієнт загальної ліквідності	
x_8	Коефіцієнт фінансової автономії	
x_9	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	
x_{10}	Коефіцієнт співвідношення власних та позикових коштів	
x_{11}	Рентабельність активів	
x_{12}	Фондовіддача	Виробничі
x_{13}	Матеріаловіддача	
x_{14}	Продуктивність праці	
x_{15}	Рентабельність виробництва	
x_{16}	Рентабельність основних виробничих фондів	
x_{17}	Частка нової продукції в загальному обсязі виробництва	Техніко-технологічні
x_{18}	Коефіцієнт оновлення основних виробничих фондів	
x_{19}	Частка витрат на НДДКР в загальному обсязі витрат	
x_{20}	Частка реалізованої продукції, виробленої з істотними технологічними змінами в загальному обсязі реалізації	
x_{21}	Ступінь реалізації стратегії та цілей підприємства	Організаційні
x_{22}	Рівень узгодженості функцій управління між структурними підрозділами	
x_{23}	Частка працівників, які підвищили рівень кваліфікації у звітному періоді	
x_{24}	Коефіцієнт стабільності кадрів	
x_{25}	Частка додаткової заробітної плати у фонді оплати праці	
x_{26}	Частка витрат на придбання нових інформаційних ресурсів в загальному обсязі витрат	Інформаційні
x_{27}	Частка витрат на комунікації у загальному обсязі витрат	
x_{28}	Рівень виконання контрактних зобов'язань	Соціально-психологічні
x_{29}	Частка витрат на формування та розвиток ділової репутації в загальному обсязі витрат на маркетинг	
x_{30}	Частка нематеріальних активів в загальному обсязі активів	
x_{31}	Стабільність договірних умов	

підходів до оцінки партнерів вітчизняних машинобудівних підприємств (рис. 2).

Варто підкреслити, що більшість підприємств у своїй практиці використовує одразу декілька підходів до оцінки та вибору партнерів. Проте більшість надає перевагу підходу, який досліджує поточну діяльність підприємства, що не дає можливості здійснювати прогнози та стратегічне планування, це може негативно вплинути на вибір партнера та ефективність формування з ним відносин на довгостроковій основі.

Аналіз чинних методів показав, що традиційно оцінювання підприємства охоплює такі етапи: визначення мети оцінювання, формування групи оцінювальних показників, прогнозування їх значень, розрахунок інтегральної кількісної оцінки і використання її для ухвалення управлінського рішення [7].

Однак автор погоджується з думкою З.О. Коваль, що оцінка потенційного партнера та результативності партнерських відносин має бути ретельнішою і більш ґрунтовною [2] враховуючи відповідність партнерів вибраним критеріям та показникам оцінки.

Крім того, оцінка потенційних учасників партнерських відносин, як зазначає А. Балабанець, має відповідати їх професійним якостям як партнера й ураховувати результативність функціонування та стан підприємства [9]. Це буде слугувати показником їх професійності та можливостям налагодити спільну діяльність із партнером.

Таким чином, спираючись на результати дослідження, автор пропонує процес вибору партнерів, який включає оцінювання професійної відповідності потенційних партнерів підприємства як підґрунтя для вибору партнера (рис. 3).

Перевагою запропонованого процесу є можливість застосування незалежно від характеру партнерських відносин щодо діяльності підприємства

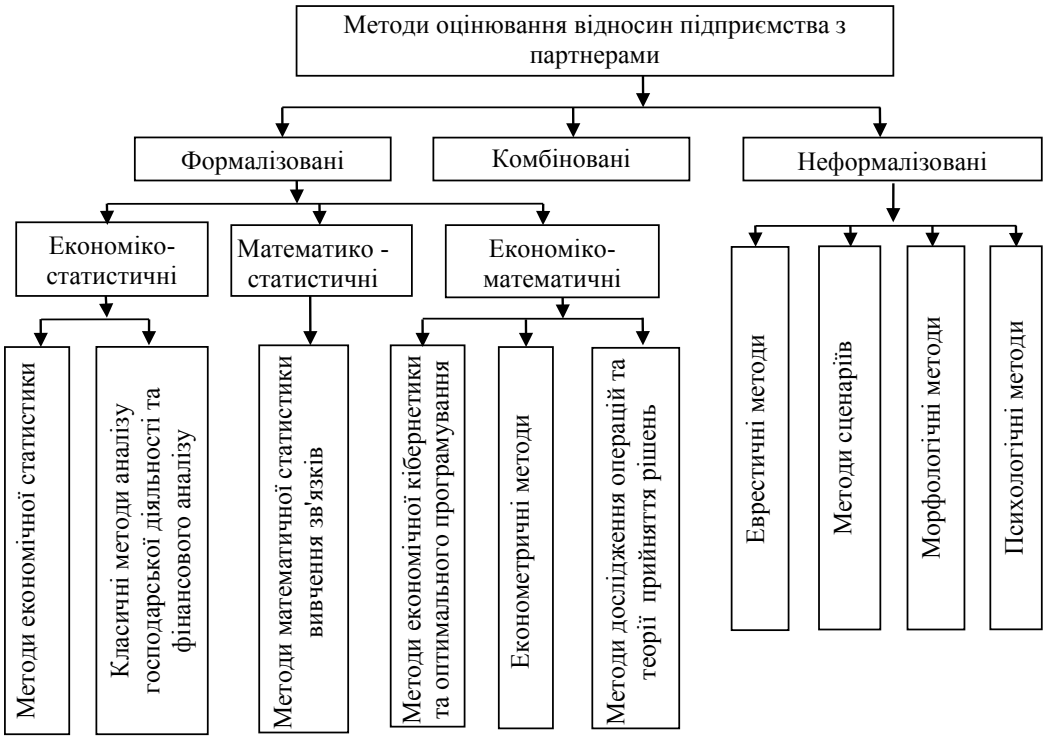


Рис. 1. Класифікація методів оцінювання відносин підприємства з партнерами

Джерело: власне опрацювання з використанням [2]

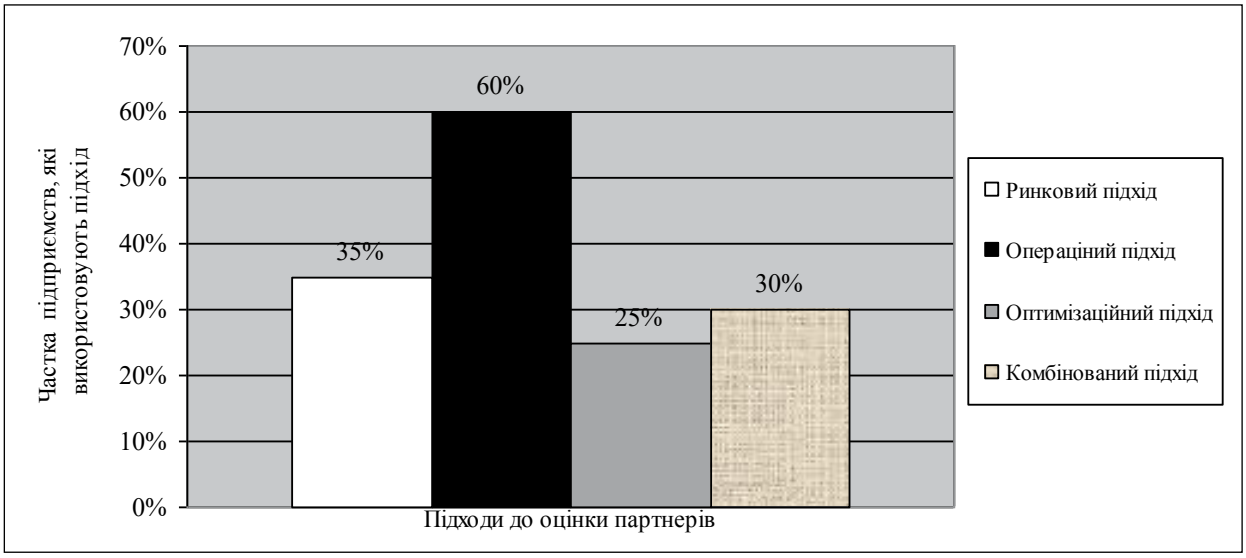


Рис. 2. Використання підходів до оцінки партнерів вітчизняними підприємствами машинобудівної промисловості

та складу можливих учасників відносин. Основні етапи процесу вибору партнера можуть бути використані однією або декількома сторонами партнерства для оцінки одне одного з метою перевірки професійної відповідності партнерів.

Термін «професійна відповідність» відображає взаємодію професійних вимог і суб'єктивних особливостей особи, що проявляється в процесі діяльності та потребує володіння певним комплексом знань і навичок [17].

Окрім того, ця активність передбачає отримання доходу, що залежить від ефективності здійснення діяльності та обсягу володіння знаннями та навичками.

Підприємство як юридична особа здійснює певні види діяльності та володіє ресурсами, що можна розглядати як знання та навички, їх взаємодія та ефективність визначає відповідність певним вимогам, які можливо аналізувати за низкою показників, що дає змогу здійснювати вибір під-

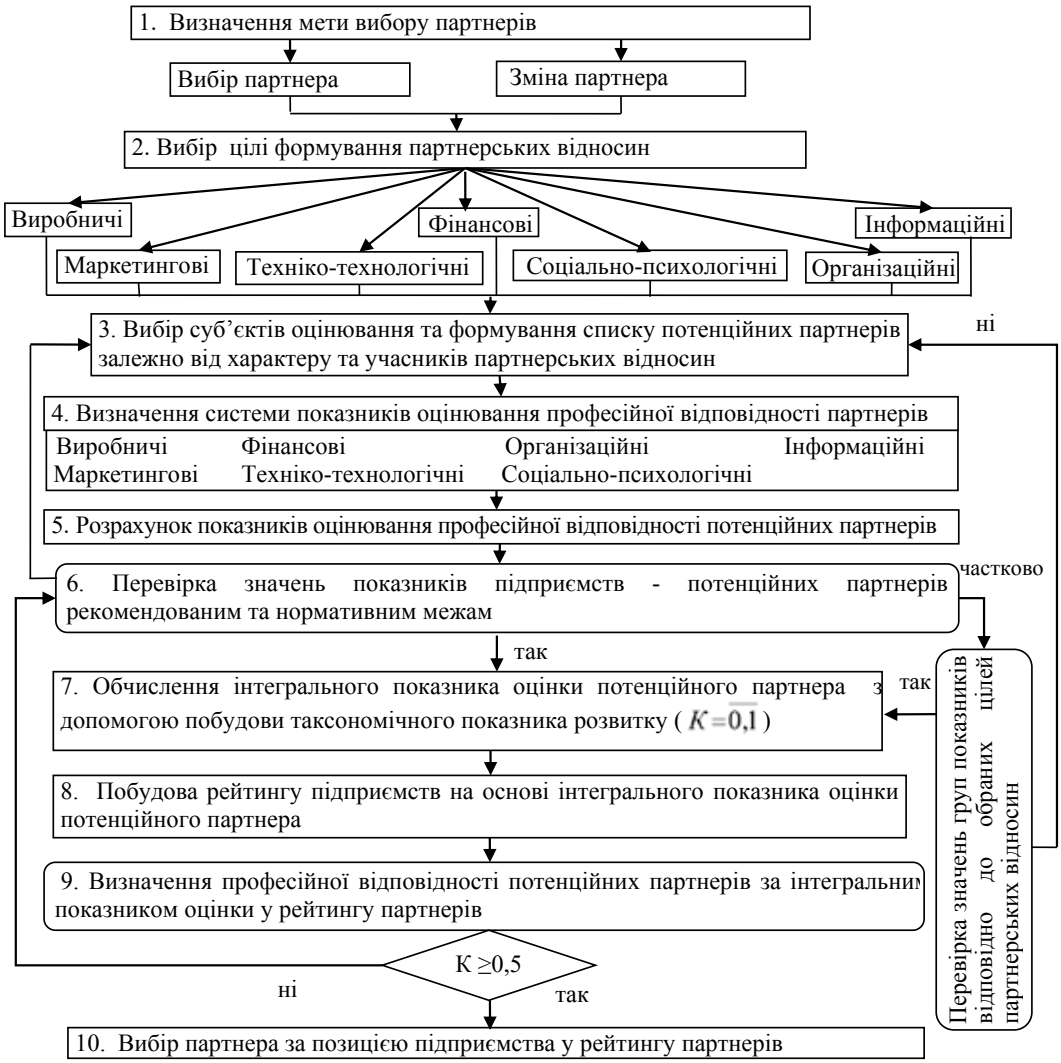


Рис. 3. Схема процесу вибору потенційних партнерів підприємств на основі їх професійної відповідності

приємств як потенційних партнерів, ґрунтуючись на їх професійній відповідності.

Основною метою оцінки професійної відповідності потенційного партнера є визначення придатності підприємства до виконання того чи іншого виду робіт, здійснення діяльності та володіння ресурсами, наявністю процесів та стану необхідних для формування довгострокових взаємовигідних відносин.

Під оцінюванням професійної відповідності розуміється процес аналізу та вибору партнера з групи потенційних учасників партнерських відносин, тих, хто успішно функціонує на ринку та налагодив власну діяльність, володіє ресурсами, що можуть бути основою та/або метою за умов установлення партнерства, для наступного ефективного та надійного виконання зобов'язань учасника відносин.

На першому етапі запропонованого процесу визначаються мета дослідження, причина необхідності вибору партнера з подальшим його оцінюванням. За умов існування раніше встановлених партнерських відносин та неефективності їх реалізації метою може бути зміна партнера, перевірка наявного партнера і порівняння з іншими суб'єктами відносин за вибраними учасниками та характером формування відносин. Можливий вибір партнера вперше для встановлення партнерської взаємодії.

На наступному кроці відбувається постановка основної цілі формування відносин – вибір з однієї з груп цілей формування партнерства.

Після визначення мети оцінювання та цілей установлення відносин відбувається попередній пошук можливих партнерів. Із великої кількості підприємств та організацій, що діють на ринку, необхідно вибрати ті, які з певних причин можуть цікавити підприємство і з якими підприємство співпрацює.

На наступному кроці відбувається вибір системи показників для оцінки потенційних партнерів на основі їх професійної відповідності.

На основі проведеного аналізу показників оцінювання та вибору партнерів було визначено сім основних груп показників: маркетингові, фінансові, виробничі, техніко-технологічні, організаційні, інформаційні та соціально-психологічні, які співвідносяться із цілями формування партнерських відносин та відповідними їм показниками (табл. 2).

Показники розраховуються в динаміці за три роки (з обчисленням простих середніх за період), використовуючи формули й орієнтуючись на нормативні та рекомендовані значення для вибраної галузі, оскільки недоцільно оцінювати суб'єктів, які не відповідають установленим вимогам. За умови повної невідповідності отриманих значень показників необхідно виключити підприємства з процедури оцінювання та/або вибрати інших суб'єктів для оцінки за умов повного виключення всіх підприємств. За умов часткової невідповідності значень слід звернути увагу на ті показники, що співвідносяться із цілями формування партнерства та можуть відповідати за їх досягнення. Це вимагає додаткової перевірки значень показників за тими групами, які відповідають за можливе досягнення цілей формування партнерства.

Таким чином, після повторної перевірки показників рекомендованим межам можна зробити висновок, що певні контрагенти не відповідають за вибраними показниками, які співвідносяться із цілями формування підприємством партнерських відносин. Якщо значення невідповідні, підприємства, що аналізуються, виключаються з процесу оцінки, в іншому разі процес вибору партнера продовжують.

Наступним етапом оцінювання суб'єктів як партнерів підприємства є визначення інтегрального показника оцінки потенційного партнера за яким буде вибрано можливого партнера підприємства на основі максимального значення інтегрального показника, що відповідатиме найвищому рівню його професійності. Для цього пропонується використати математичний метод побудови таксономічного показника розвитку.

Метод побудови таксономічного показника розвитку дає змогу створити еталонного партнера за професійною відповідністю, використовуючи дані підприємств, що досліджуються. Таким чином, визначається залежність результатів вибору потенційних партнерів від усіх суб'єктів що оцінювалися.

Для подальших розрахунків застосовується матриця даних, яка включає назви підприємств потенційних партнерів та відповідні до них значення показників за сімома групами показників відібраних для оцінки професійної відповідності потенційних партнерів підприємства. Елементи цієї матриці – це показники, виражені у спеціальних різних ознаках, одиницях виміру, тому для проведення подальших розрахунків необхідна стандартизація, яка дасть змогу звести всі одиниці виміру до безрозмірної величини, тобто вирівняти значення ознак.

Стандартизувати значення елементів матриці спостережень необхідно, використовуючи таку формулу [18]:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j}{S_j}, \; j = 1 \ldots n, \qquad (1)$$

де x_{ij} – середнє арифметичне значення j-го показника;

S_j – середньоквадратичне відхилення j-го показника;

z_{ij} – стандартизоване значення j-го показника для і-го об'єкту.

Наступним кроком побудови кінцевого показника оцінки для вибору потенційних партнерів за допомогою методу таксономічного показника розвитку є проведення диференціації ознак. При цьому всі змінні необхідно поділити на стимулятори та дестимулятори. Підставою для такого поділу є характерний вплив кожного з показників

Таблиця 1

Характеристика підходів до оцінки партнерів підприємства

Підхід	Сутність	Обмеження для застосування
Ринковий підхід [8]	Дослідження ринкової позиції підприємств-партнерів	Неоднозначність результатів оцінки у коротко- та середньостроковій перспективі
Операційний підхід [2]	Оцінка поточної діяльності потенційного партнера	Неможливість прогнозування успішності партнерських відносин
Оптимізаційний підхід [9]	Оцінка на основі співставлення вигід та витрат	Складність урахування всіх можливих майбутніх витрат, ризиків та вигід від відносин
Комбінований підхід [7]	Комплексна оцінка діяльності в динаміці з урахуванням ринкових позицій, витрат та особливостей діяльності	Складність розрахунків та велика залежність результатів від точності первинних даних

на рівень розвитку об'єкта, що досліджується, тобто підприємств-потенційних партнерів. Ознаки, які чинять позитивний (стимулюючий) вплив на загальний рівень розвитку об'єкта, є стимуляторами, протилежні – дестимуляторами. Подібний поділ ознак є основою побудови вектору еталона.

Майже всі показники чинять позитивний вплив на розвиток підприємств, і їхні високі значення слугують ознакою професійної відповідності потенційних партнерів та можливості більш ефективного партнерства між підприємствами.

Винятком є показник каналу збуту продукції, оскільки він може бути як прямим, так і непрямим, таким чином, розглядаємо дві протилежності, тому прямий канал реалізації продукції, що більш характерний для промисловості, було прийнято як стимулятор, а непрямий, більш витратний та ненадійний для підприємства, – як дестимулятор.

Наступним етапом розрахунку за методом таксономічного показника розвитку для оцінки професійної відповідності партнера є визначення відстані між окремими спостереженнями (показниками підприємств) і вектором еталоном, яка розраховується за формулою (2) [18]:

$$d_{oi} = \sqrt{\sum_{j=1}^{m}\left(x_{ij} - x_{oj}\right)^2}\ , \qquad (2)$$

де d_{0i} – відстань між окремим значенням показника та координатою вектору еталона за цим показником;

x_{ij} – стандартизоване значення j-го показника підприємства i;

x_{0j} – стандартизоване значення j-го показника в еталоні;

m – кількість підприємств, які розглядаються як партнери.

Отримана відстань слугує початковим етапом для розрахунку таксономічного показника розвитку [18]:

$$K_i = 1 - \frac{d_{oi}}{d}, \qquad (3)$$

де K_i – інтегральний показник оцінки потенційних партнерів;

d_{0i} – відстань між окремим значенням показника та координатою вектору еталона за цим показником;

d – відхилення відстані між об'єктом та еталоном.

Відхилення відстані між об'єктом та еталоном розраховується за формулою [18]:

$$d = \left(\overline{d_0} + 2\sigma_0\right) \qquad (4)$$

де $\overline{d}_0$ – середньоарифметичне значення евклідових відстаней між об'єктами та еталоном;

σ – середньоквадратичне відхилення значень евклідових відстаней між об'єктом та еталоном.

Ці показники обчислюються за формулами (5) та (6) відповідно [18].

$$\overline{d_0} = \frac{\sum_{i=1}^{n} d_{0i}}{n} \qquad (5)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}\left(d_{0i} - \overline{d_0}\right)^2}{n}}\ , \qquad (6)$$

де n – загальна кількість об'єктів.

На наступних етапах оцінювання формується список, або так званий рейтинг партнерів. Побудований таким чином інтегральний показник характеризує рівень професійної відповідності потенційних партнерів синтетично створеному ідеальному партнеру за значеннями ознак (показників підприємств) досліджуваних груп.

Значення інтегрального показника оцінки як рівня розвитку їх професійної відповідності як партнера знаходяться в діапазоні від 0 до 1. Чим ближче отримане значення інтегрального показника розвитку до 1, тим вища вирогідність ефективного партнерства із цим підприємством, чим ближче до 0 – тим нижча, тим гірший рівень розвитку підприємства і його готовності до партнерства та професійної відповідності як партнера.

Якщо значення інтегрального показника є меншим за 0,5, то таке підприємство не відповідає професійності щодо формування з ним партнерських відносин і вибирати його як партнера не слід. Коли всі потенційні партнери оцінені згідно з професійною відповідністю, відбувається остаточний вибір партнера щодо формування з ним партнерських відносин та визначення форми цих відносин.

Використання запропонованого процесу вибору потенційних партнерів підприємства дає змогу: оцінити кожного з можливих партнерів; на підставі результатів оцінки здійснити оптимальний вибір учасників партнерських відносин; мінімізувати рівень ризику у сфері вибору і реалізації цілей підприємства; на основі об'єктивної інформації приймати рішення з формування альтернативних варіантів формування партнерських відносин з урахуванням важливості показників професійної відповідності кожного з партнерів.

Висновки з проведеного дослідження. Багаторівневий характер взаємодії господарюючих суб'єктів зумовлює широкий діапазон підходів до оцінки партнерів підприємства, тому автором проведено ґрунтовний аналіз загальноприйнятих і нових методів і підходів до оцінки, особливо вибору партнерів, виділено переваги та обмеження застосування окремих підходів.

Аналіз досвіду формування партнерських відносин підприємствами промисловості дає змогу стверджувати, що більшість підходів та методів дослідження використовується вітчизняними підприємствами зі слабким урахуванням реакції ринку та фактору часу. Більшість віддає перевагу

дослідженню поточної діяльності підприємства, що не дає можливості здійснювати прогнози та стратегічне планування, це може негативно вплинути на вибір партнера та ефективність формування з ним відносин.

На цій основі автором було запропоновано процес вибору потенційних партнерів підприємства на основі оцінювання їх професійної відповідності за комбінованим підходом з урахуванням виробничих, маркетингових, фінансових, техніко-технологічних, організаційних, інформаційних та соціально-психологічних складників, які об'єднано в інтегральний показник оцінки потенційного партнера, який розраховується з використанням методу таксономічного показника розвитку. Особливістю процесу є можливість оцінки та вибору партнера незалежно від характеру та форм партнерських відносин.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Системные закономерности и системная оптимизация / И.В. Прангишвили, В.Н. Бурков, И.А. Горчидзе. М.: Синтег, 2004. 208 с.
2. Загородній А.Г., Коваль З.О. Управління взаємозв'язками підприємства зі споживачами продукції: монографія. Львів: ЗУКЦ, ПП НВФ БІАРП, 2008. 364 с.
3. Бурак І.О. Оцінка надійності ділових партнерів підприємства. Молодий вчений. Серія «Економічні науки». 2017. № 4(44). С. 619–622.
4. Уоллес Р. Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных отношений и создания совместных предприятий; пер. с англ. М.: Добрая книга, 2005. 288 с.
5. Бутенко Н.В. Партнерські відносини на промисловому ринку: монографія. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2013. 320 с.
6. Turnbull P., Ford D. Interaction, relatioships and networks in business markets: an evolving perspective. Journal of Business and Industrial Marketing. 1996. № 11. P. 44–62.
7. Гребешкова О.М., Махова Г.В. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2008. С. 108–112.
8. Чухрай Н.І., Криворучко Я.Ю. Дослідження пріоритетів у формуванні відносин між бізнес-партнерами. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 7. С. 137–142.
9. Балабанець А.В. Методологічні засади формування стратегічного партнерства в полі маркетингової взаємодії підприємств. Вісник ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського. Серія «Економічні науки». 2010. № 3(47). С. 82–93.
10. Лисенко Н.О. Застосування методів прогнозування при формуванні стратегічних альтернатив. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 4. С. 163–170.
11. Карделл С. Стратегическое сотрудничество: Креативный бизнес-курс; пер. с англ. К. Ткаченко. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. 256 с.
12. Райко Д.В., Цейтлін Л.М. Чинники впливу на розвиток промислового підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 3. С. 149-159.
13. Gummesson E. Total relations marketing: marketing strategy moving from the 4Ps – product, price, promotion, place – of traditional marketing management to the 30 Ps – the thirty relationships – of a new marketing paradigm. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. 350 p.
14. Стрій Л.О. Маркетингове управління на рубежі XXI століття: системне дослідження: монографія. Одеса: Астропринт, 2000. 304 с.
15. Головне управління статистики в Харківській області. Розвиток промисловості (щорічна інформація). URL: http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/stat-informatsiya/promyslovist.
16. Smida / Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України / емітенти / Фінансова звітність підприємств. URL: http://smida.gov.ua/db/emitent.
17. Мороз Л.А., Князик Ю.М. Маркетинг відносин: проблеми понятійного апарату. Вісник НУ «Львівська політехніка». 2007. № 605. URL: http://vlp.com.ua/files/17_31.pdf.
18. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа. М.: Статистика, 1980. 151 с.

REFERENCES:

1. Prangishvili I. V., Burkov V. N., Gorchidze I. A. (2004) Sistemnye zakonomernosti i sistemnaya optimizatsiya [System regularities and system optimization]. Moscow: Sinteg. (in Russian)
2. Zagorodnij A. G., Koval Z. O. (2008) Upravlinnja vzajemozv'jazkamy pidpryjemstva zi spozhyvachamy produkcii': monografija [Management of the relationship of the enterprise with the consumers of the product: monograph]. L'viv: ZUKC, PP NVF BIARP (in Ukrainian)
3. Burak I.O. (2017) Ocinka nadijnosti dilovyh partneriv pidpryjemstva [Evaluation of reliability of business partners] Young scientist. Serija: Ekonomichni nauky. no. 4 (44), pp. 619-622.
4. Uolles R. L. (2005) Strategicheskie al'jansy v biznese. Tehnologii postroenija dolgosrochnyh otnoshenij i sozdanija sovmestnyh predprijatij [Srategic alliances in business. Technologies for building long-term relationships and creating joint ventures]. Moscow: Dobraja kniga (in Russian)
5. Butenko N. V. (2013) Partners'ki vidnosyny na promyslovomu rynku: monografija [Partnership relations in the industrial market: a monograph]. Kamenetz-Podolsky: Aksioma (in Ukrainian)
6. Turnbull P., Ford D. (1996) Interaction, relatioships and networks in business markets: an evolving perspective. Journal of Business and Industrial Marketing, no. 11, pp. 44–62.
7. Grebeshkova O. M., Mahova G. V. (2008) Proektnyj pidhid do formuvannja strategichnyh partnerstv pidpryjemstv [Project approach to formation of strategic partnerships of enterprises] Zbirnyk naukovyh prac' Cherkas'kogo derzhavnogo tehnologichnogo universytetu. Serija: Ekonomichni nauky. Cherkasy: ChDTU, pp. 108–112.

8. Chuhraj N. I., Ja. Ju. Kryvoruchko (2008) Doslidzhennja priorytetiv u formuvanni vidnosyn mizh biznes-partneramy [Research of priorities in formation of relations between business partners] Actual problems of the economy, no 7, pp. 137–142.

9. Balabanyc' A. V. (2010) Metodologichni zasady formuvannja strategichnogo partnerstva v poli marketyngovoi' vzajemodii' pidpryjemstv [Methodological bases of formation of strategic partnership in the field of marketing interaction of enterprises]. Visnyk DonNUET im. M. Tugan-Baranovs'kogo. Serija "Ekonomichni nauky». – Donec'k: DonNUET, no. 3 (47). – pp. 82–93.

10. Lysenko N. O. (2008) Zastosuvannja metodiv prognozuvannja pry formuvanni strategichnyh al'ternatyv [Application of forecasting methods in the formation of strategic alternatives]. Actual problems of the economy, no. 4, pp. 163–170.

11. Kardell S. (2005) Strategicheskoe sotrudnichestvo: Kreativnyj biznes-kurs [Strategic cooperation: Creative business course]. Per. s angl. K.Tkachenko. – Moscow: FAIR-PRESS (in Russian)

12. Rajko D.V., Cejtlin L. M. (2015) Chynnyky vplyvu na rozvytok promyslovogo pidpryjemstva [Chinniki vplyuv on rozvitok promyslovogo pidpriemstva]. Marketyng i menedzhment innovacij, no 3. – pp. 149-159.

13. Gummesson E. (2002) Total relations marketing: marketing strategy moving from the 4Ps – product, price, promotion, place – of traditional marketing management to the 30 Ps – the thirty relationships – of a new marketing paradigm – Oxford: Butterworth-Heinemann. (in English)

14. Strij L. O. (200) Marketyngove upravlinnja na rubezhi XXI stolittja: systemne doslidzhennja: monografija [Marketing management at the turn of the 21st century: systematic research: monograph]. Odesa: Astroprynt, (in Ukrainian)

15. Golovne upravlinnja statystyky v Harkivs'kij oblasti. Rozvytok promyslovosti (shhorichka informacija) [The Main Department of Statistics in the Kharkiv region. Industry development (annual information)]. Available at: http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/stat-informatsiya/promyslovist. (accessed 10 march 2018)

16. Smida. Agentstvo z rozvytku infrastruktury fondovogo rynku Ukrai'ny. Emitenty. Finansova zvitnist' pidpryjemstv [Financial reporting of enterprises]. Available at: http://smida.gov.ua/db/emitent (accessed 12 march 2018)

17. Moroz L. A., Knjazyk Ju. M. (2007) Marketyng vidnosyn: problemy ponjatijnogo aparatu [Marketing relations: problems of the conceptual apparatus], L'vivs'ka politehnika [Lviv Polytechnic]. no. 605 Available at: http://vlp.com.ua/files/17_31.pdf. (accessed 14 december 2017)

18. Pljuta V. (1980) Sravnitel'nyj mnogomernyj analiz v jekonomicheskih issledovanijah. Metody taksonomii i faktornogo analiza [Comparative multidimensional analysis in economic research. Methods of taxonomy and factor analysis]. Moscow: Statistika (in Russian)

Us M.I.
Candidate of Economic Sciences,
Lecturer at Department of Economics and Marketing
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ASSESSMENT OF PROFESSIONAL CONFORMITY OF PARTNERSHIP ENTERPRISES

The emphasis of economic activity shifts from rivalry to more effective forms and mechanisms of interaction in a market economy, which is characterized by an active competitive struggle between industrial enterprises and the dynamism of the environment. A significant role in this process is devoted to the establishment of long-term mutually beneficial relations with partners, which allows not only to adapt to changes in the functioning environment but also to win stable competitive positions in the market for a long time.

The purpose of the article is to review existing methodical approaches to assess potential partners of the company with a view to proposing a well-grounded process of selecting potential partners based on their professional accordance.

By analysing, systematizing and generalizing the scientific works of domestic and foreign scientists, it was determined that the multilevel nature of the business entities interaction predetermines a wide range of approaches to the assessment of enterprise's partners, therefore, a thorough analysis of commonly accepted and new methods and approaches of evaluation was conducted, indicating the features of the choice of partners: comments on the use, advantages and limitations of individual approaches are given.

The experience analysis of the formation of partnership relations with industrial enterprises makes it possible to state that most approaches and research methods are used by domestic enterprises with a weak consideration of market reactions and time factor. Some and first of all leading enterprises in their practice use several approaches to partners' evaluation and selection. However, the majority prefer studying the current activity of the enterprise. This makes impossible to carry out forecasts and strategic planning and can negatively affect the choice of a partner and the efficiency of formation relations with it on a long-term mutually beneficial basis.

The study suggests that since the formation of long-term mutually beneficial relationships and the choice for this purpose of partners consists of many elements, the approach to assessing such relationships should be combined to take into account all possible factors and components.

Based on this, it was proposed the process of choosing potential partners of the enterprise by evaluating their professional compliance in a combined approach with taking into account production, marketing, financial, technical and technological, organizational, informational, and socio-psychological components, which are combined into the integrated indicator of evaluation of a potential partner, which is calculated using the taxonomic indicator of development. The main feature of the process is the ability to evaluate and select a partner irrespective of the nature and forms of the partnership.

In addition, it was identified the perspective direction for further research. It can be described as a necessity to the prediction of the partnership's success and efficiency with each appropriate potential partner with the goal of forming, and further developing of partnership.

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

THE SYSTEM OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISE

УДК 339.138:005.931.1:631

Філіпковська Л.О.
к.т.н., доцент кафедри економіки та маркетингу
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»
Орленко В.Г.
студент
Національний аерокосмічний університет імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Статтю присвячено дослідженню системи маркетингових комунікацій в антикризовому управлінні сільськогосподарським підприємством. Приділено увагу її впливу на формування стратегічних завдань розвитку суб'єктів господарювання. Зроблено аналіз продажів сільгосппродукції. Виявлено критичні моменти, які заважають розвитку комплексу просування. Запропоновано можливі шляхи реалізації системи маркетингової комунікації сільськогосподарського підприємства.

Ключові слова: *маркетингові комунікації, сільське господарство, антикризове управління, реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, персональний продаж.*

Статья посвящена исследованию системы маркетинговых коммуникаций в антикризисном управлении сельскохозяйственным предприятием. Уделено внимание ее влиянию на формирование стратегических задач развития субъекта хозяйствования. Сделан анализ продаж сельхозпродукции. Выявлены критические моменты, которые мешают развитию комплекса продвижения. Предложены возможные пути реализации системы маркетинговой коммуникации сельскохозяйственного предприятия.

Ключевые слова: *маркетинговые коммуникации, сельское хозяйство, антикризисное управление, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, персональная продажа.*

The article is devoted to research of the system of marketing communications in the anti-crisis management of an agricultural enterprise. The attention is paid to its influence on the formation of strategic tasks for the development of a business entity. An analysis of sales of agricultural products is made. The critical moments that hinder the development of the advancement complex are identified. Possible ways of realization of the system of marketing communication of the agricultural enterprise are offered.

Key words: *marketing communications, agriculture, anti-crisis management, advertising, sales promotion, public relations, personal sales.*

Постановка проблеми. Сільське господарство визначає умови підтримки життєдіяльності суспільства. Значення сільського господарства не тільки в забезпеченні потреб людей у продуктах харчування, а й у тому, що воно суттєво впливає на зайнятість населення та ефективність усього національного виробництва. Сільське господарство сприяє збереженню історично освоєних агроландшафтів, культурного різноманіття країни, її економічного зростання.

В умовах економічної кризи змінюються підходи до господарювання – організація виробництва, потреби застосування сучасних технологій, маркетинг сільськогосподарської продукції.

Треба відзначити ще одну тенденцію розвитку сільського господарства: прогресивні підприємства агропромислового комплексу для пошуку нових шляхів, що надають переваги над конкурентами, прагнуть перейти до роботи з локальними ринковими сегментами. Це призводить до посилення конкурентоспроможної боротьби. Невеликі за розміром і більш мобільні підприємства значною мірою відповідають потребам споживача та виграють все більші сегменти ринку сільськогосподарської продукції.

Виходячи із цього, важливим постає питання організації й управління збутом продукції з використанням сучасних методів та інструментів формування ринкового попиту. За таких умов ключовим елементом ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств є формування відповідної комунікаційної системи.

Таким чином, сільське господарство відіграє важливу роль в економічному розвитку України, у досягненні національної безпеки, формуванні агропромислового комплексу та в народному господарстві у цілому. Незважаючи на вигідне географічне розташування України, вікову історію розвитку сільського господарства, державну законодавчу підтримку щодо ринку сільськогосподарської продукції, побудовану протягом багатьох років одну з найбільших у Європі розгалужену транспортну інфраструктуру, сільське господарство має більше проблем, аніж перспектив.

Дослідження процесів досягнення ефективної економіки України, формування інноваційного потенціалу агропромислового комплексу, перетворення механізмів управління сільськогосподарськими підприємствами, розроблення заходів щодо вдосконалення їхньої маркетингової діяльності для адаптації до виявлених змін відповідають вимогам розвитку економіки держави і вимагають відповідного наукового дослідження, тому запропонована тема є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема антикризового менеджменту й заходи подолання економічної кризи аналізуються в різних джерелах. Науковці Н.В. Куденко, Т.С. Максимова, Н.С. Косар, М.В. Кіндій, М.М. Мамчин, А.А. Чухно, З.Є. Шершньова розглядають особливості функціонування підприємств різного профілю у кризових умовах.

Маркетингові процеси функціонування підприємств агропромислового комплексу, особливості

ринку сільськогосподарської продукції вивчалися багатьма науковцями, а саме: М.С. Пантелєєвим, Д.Ф. Крисановим, Я.І. Кологривовим, Т.С. Максимовою, О.С. Ждановою, Є.В. Івченко та ін.

Питання організації та управління комунікаційною діяльністю підприємств агропромислового комплексу привертає увагу багатьох учених-економістів. Теоретичні аспекти організації системи комунікацій знайшли відображення у працях М.І. Андрушко, О.Д. Гудзинського, О.В. Гумена, І.О. Соловйова, Б.І. Панасюка, Т.В. Приймак, В.П. Косіюк, О.М. Шпичака та інших авторів.

Але в наведених дослідженнях не повною мірою й на низькому практичному рівні проведено аналізування системи маркетингової комунікації сільськогосподарських підприємств за постійної зміни економічного середовища, а саме в умовах кризи.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення та формулювання комплексу маркетингових комунікацій сільгоспвиробників для подолання економічної кризи. Для досягнення зазначеної мети поставлені такі завдання: проаналізувати стан сільського господарства, виявити критичні моменти, які потребують вирішення щодо антикризового управління сільгоспвиробників і заважають розвитку комплексу просування їх продукції, обґрунтувати заходи маркетингової комунікації в антикризовому управлінні сільськогосподарським підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільське господарство є первинною ланкою агропромислового комплексу (АПК) і разом із харчовою і деякими галузями легкої промисловості (текстильної, шкіряної, хутрової) становить його основу. Агропромисловий комплекс навіть у кризу приносить прибуток і забезпечує приплив іноземної валюти.

Україна займає лідируючі позиції у світі за виробництвом і експортом багатьох продуктів. На експорті сільськогосподарської продукції Україна заробляє на третину більше, ніж на металах, на 162% більше, ніж на машинобудуванні, й у сім разів більше, ніж на легкій промисловості.

У 2017 р. 12% ВВП забезпечило сільське господарство [1]. Аграрний комплекс став найбільшим джерелом валюти, яка надходить у державу й укріплює міць української гривні.

Незважаючи на політичні фактори, обсяг виробництва сільськогосподарської продукції в країні збільшився або залишався на тому ж рівні (табл. 1). Рис. 1 ілюструє зміну відсотків виробництва основних сільськогосподарських культур у період 2012–2016 рр. відносно 2012 р.

Індекс продукції сільськогосподарських підприємств за два місяці 2018 р. до відповідного періоду минулого року зріс на 2,1% [1].

Індекс продукції господарств населення за звітний період на 3% нижчий, аніж у січні-лютому 2017 р.

Водночас у тринадцяти областях України індекс сільгосппродукції зріс, зокрема найбільше в Київській області – на 7%, у Херсонській – на 6,9%, у Вінницькій – на 5,1%.

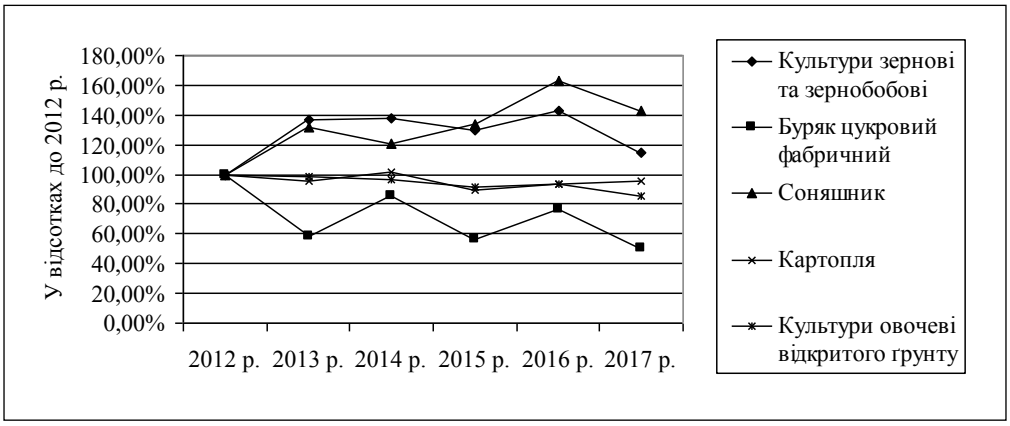


Рис. 1. Зміни обсягів виробництва основних сільськогосподарських культур

Таблиця 1

Виробництво основних сільськогосподарських культур в Україні

Культура	2012 р. (тис. т)	2013 р. (тис. т)	2014 р. (тис. т)	2015 р. (тис. т)	2016 р. (тис. т)	2017 р. (тис. т)
Культури зернові та зернобобові	46216,2	63051,3	63859,3	60125,8	66088	52757,4
Буряк цукровий фабричний	18438,9	10789,4	15734,1	10330,8	14011,3	9193,3
Соняшник	8387,1	11050,5	10133,8	11181,1	13626,9	11937,8
Картопля	23250,2	22258,6	23693,4	20839,3	21750,3	22166,6

З погляду узгодження інтересів господарюючих суб'єктів ефективному функціонуванню сільськогосподарських підприємств сприятиме розвиток теорії та практики маркетингової діяльності на продовольчому ринку.

Маркетинг у сільському господарстві являє собою самостійний напрям сучасного маркетингу і передбачає вивчення, прогнозування і здійснення підприємницької діяльності господарюючих суб'єктів ринку у сфері виробництва, переробки, зберігання, транспортування і реалізації сільськогосподарської продукції для отримання високих результатів ринкової діяльності [2, с. 78].

Завдання маркетингу в сільському господарстві:

– вибір товару, визначення його споживчих властивостей;

– встановлення якісних параметрів виробництва;

– контроль над дотриманням чинних екологічних та медичних вимог;

– обґрунтування обсягів та термінів виробництва сільськогосподарської продукції;

– розрахунок необхідності залучення додаткових фінансових засобів з указівкою джерел їх залучення;

– формування вимог до упакування продукції;

– розроблення бізнес-плану та умов здійснення комерційних операцій.

Концепція маркетингу полягає у тому, що планування і координація всієї діяльності підприємства ґрунтується на реалізації основної цілі – задоволення потреб споживача.

Маркетинг як інструмент ринкової діяльності забезпечує просування сільськогосподарських товарів. Однак упровадження та застосування маркетингової концепції серед сільгоспвиробників в Україні відбувається дуже повільно, тому постає питання про ступінь розвиненості інформування й переконання споживачів у нинішніх умовах господарювання, а це й є заходами щодо реалізації маркетингової політики комунікацій [3, с. 60].

Саме за допомогою комунікаційного обміну і здійснюються такі цілі просування, як формування попиту і стимулювання збуту. Вивчивши підходи провідних фахівців у сфері маркетингу до визначення просування, авторами зроблено висновок, що просування в сільському господарстві – це форма комунікаційного обміну між сільгоспвиробником і учасниками ринку, яка спрямована на забезпечення зростання збуту сільгосппродукції або виконання сільгосппослуг у заданому періоді, що здійснюється за допомогою застосування будь-яких форм інформування або переконання покупця про переваги і вигоди придбання конкретної сільгосппродукції або отримання сільгосппослуги для розвитку виробництва й отримання норми прибутку.

Авторами систематизовано критерії ефективності маркетингових комунікацій сільгоспвиробника:

1) рівень інформованості цільового ринку про категорію сільгосппродукції або сільгосппослуги. Наприклад, може здійснити аналіз часових рядів для підрахунку рекламного ефекту до та після завершення рекламної кампанії;

2) ступінь лояльності цільового ринку до товару або бренду. Дослідження ступеню лояльності споживачів може бути проведено на основі побудови й аналізу карт сприйняття;

3) динаміка обсягів продажу та обчислення рентабельності комунікаційних заходів.

Комунікаційна діяльність є важливою умовою досягнення успіху на ринку сільськогосподарської продукції, оскільки цільова орієнтація та комплексність сприяють створенню системи оперативного обліку запитів споживачів, тим самим підвищуючи рівень ділової активності сільгоспвиробника.

Звертаючи увагу на важливість діяльності сільськогосподарських підприємств, механізм здійснення державного контролю полягає у подальшому реформуванні аграрної сфери економіки й утвердженні ринкових засад функціонування агропромислового комплексу.

Основними факторами сільськогосподарського виробництва є такі:

– забезпечення раціонального використання та належної охорони земель сільськогосподарського призначення;

– вплив навколишнього середовища;

– державна підтримка для фінансування сільського господарства (на відміну від інших сфер економіки вкладений в сільськогосподарське виробництво капітал приносить менший прибуток);

– регулювання податкової політики;

– зважена цінова політика;

– капітальні витрати та інвестування в сільське господарство;

– засоби стимулювання продажів сільгосппродукції та виконання сільгосппослуг.

Автори визначають мету антикризового управління – розроблення та реалізація заходів, спрямованих на активізацію виробничої діяльності підприємства для нейтралізації небезпечних шляхів та підвищення адаптаційних можливостей суб’єкта господарювання з подолання кризових явищ. Звертається увага на реалізацію заходів щодо просування сільгосппродукції.

На основі вищесказаного автори виокремили ключові проблеми сільськогосподарських підприємств для регулювання антикризового управління, які наведено в табл. 2 (як і в роботі [4, с. 50], використано формулювання чотирьох проблем антикризового управління). Щодо їх вирішення пред-

Таблиця 2

Ключові проблеми, які потребують вирішення щодо антикризового управління сільгоспвиробників

№ з/п	Проблема	Заходи щодо вирішення проблеми
1.	Розпізнавання передкризових ситуацій	1. Моніторинг та діагностика стану підприємств сільського господарства. 2. Адміністрування на підприємствах, орієнтоване на попередження та пом'якшення впливу довгострокових негативних наслідків кризи.
2.	Забезпечення діяльності сільгосппідприємства	1. Стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції відповідно до потреб населення шляхом підвищення рівня забезпеченості матеріально-технічними ресурсами. 2. Забезпечення раціонального використання та належної охорони земель сільськогосподарського призначення. 3. Розвиток інфраструктури аграрного ринку, зокрема біржової торгівлі продовольчими ресурсами, із залученням до участі в такій торгівлі сільськогосподарських підприємств, фермерських та особистих селянських господарств, врегулювання діяльності оптових продовольчих ринків. 4. Інвестування в розвиток виробництва сільгосппродукції та виконання сільгосппослуг. 5. Формування і виконання конкретних економічно доцільних проектів щодо оптимізації роботи сільгоспвиробника. 6. Застосування активного управління ситуаціями як процесу зміни значень параметрів виробництва.
3.	Забезпечення антикризового управління	1. Використання економіко-математичного апарату для прогнозування криз, здобуття необхідної економіко-фінансової інформації. 2. Забезпечення раціонального використання та належної охорони земель сільськогосподарського призначення. 3. Подолання кризи за рахунок використання державою більш ефективних фінансово-кредитних важелів і підвищення бюджетних вкладень у сільське господарство. 4. Введення раціонального реформування сільгосппідприємств та системності в процес управління для забезпечення продовольчої безпеки та розвитку підприємництва. 5. Розроблення інноваційних стратегій сільгоспвиробником. 6. Упровадження досягнень науково-технічного прогресу, зокрема новітніх технологій і техніки. 7. Вдосконалення державної підтримки сільського господарства, забезпечення її спрямування на зростання продуктивності, підвищення конкурентоспроможності та технологічного рівня сільськогосподарського виробництва. 8. Забезпечення формування в повному обсязі та ефективності використання державного резерву продовольства.
4.	Мотивація трудового колективу та стимулювання ринку сільгосппродукції	1. Підвищення рівня організаційного менеджменту, удосконалення методів управління економічною діяльністю підприємств. 2. Підвищення мотивації до продуктивної праці у сільському господарств шляхом впровадження технічного прогресу та раціоналізації виробництві. 3. Забезпечення розвитку інфраструктури сільських територій та соціальної сфери села. 4. Забезпечення належної якості й безпеки продовольчої продукції, що реалізується на внутрішньому ринку. 5. Забезпечення цінової доступності сільгосппродукції для населення країни. 6. Впровадження періодичних досліджень потреби ринку сільгосппродукції, результати яких ураховуються під час підготовки планів розвитку. 7. Стабілізація ринку сільгосппродукції, гарантоване постачання внутрішнього ринку. 6. Забезпечення надійності надання транспортних послуг. 8. Розроблення ринкової, товарної, цінової та комунікаційної стратегій. 9. Формування маркетингових служб. 10. Реалізація державного регулювання сільського господарства такими методами: цінове регулювання продукції, пряме субсидування, фінансово-кредитне забезпечення, податкове регулювання та системи пільгового оподаткування в сільському господарстві.

ставлено заходи, які можуть бути реалізовані без зовнішнього для країни інвестування.

Вирішення означених проблем буде сприяти реалізації продовольчого потенціалу країни. Офіційна статистика вже свідчить про поступове відновлення сільського господарства в 2016–2017 рр., говорячи про рівень економічної активності, а саме розвиток сільського господарства в середньостроковій перспективі.

Заходи щодо вирішення цих проблем, особливо останньої, передбачають використання комплексу маркетингових комунікацій. Він, ще називаний

Таблиця 3

Визначення комунікаційних каналів сільгоспвиробників

Комунікаційний канал	Характеристика	Засоби
Реклама	1. Це оплачена форма неособистого донесення інформації про товар або послугу. 2. Головними особливостями реклами в АПК є таке: – сезонність (своєчасність); – діловий характер рекламних звернень; – «невидимість» (реклама, як правило, розташовується в спеціалізованих друкованих виданнях, а не на центральних каналах телебачення або в популярних для звичайного споживача ЗМІ); – охоплення місцевого ринку. 3. Роль реклами під час просування в АПК істотно нижче, ніж у споживчому маркетингу, в силу зростаючих витрат на один контакт із цільовою аудиторією.	Вулична реклама, журнали, газети, рекламні листи, презентаційні засоби (листівки, плакати, буклети, каталоги, проспекти, календар).
PR(зв'язки згромадськістю)	1. Це спосіб неособистого звернення до контактної аудиторії, спрямованого на створення атмосфери розуміння діяльності та позитивного ставлення до співпраці із сільгоспвиробником. 2. Основа організації сприятливих взаємин АПК з аудиторією – достовірність, повна інформованість, спрямованість на «контактні аудиторії». 3. Головними особливостями зв'язків із громадськістю в сільському господарстві є такі: – більш цілеспрямований й особистісний характер; – націлення, перш за все, на аудиторію зацікавлених інвесторів, банків та інших кредитних організацій, адміністрацію міста або району, посередників або постачальників.	«Сарафанне» радіо,конкурси й розіграші призів, співпраця зі ЗМІ.
Стимулювання збуту у сфері сільського господарства	1. Це короткострокове використання різноманітних стимулів, що мотивують здійснення покупки товару або послуги сільгоспвиробника. 2. Застосування засобів стимулювання збуту повинно забезпечити стійкий попит на сільгосптовари і залучити нових покупців для налагодження тривалих взаємин. 3. Головними особливостями є такі: – досягнення прискорення ефекту від заходів щодо стимулювання збуту, ніж у результаті використання інших елементів комплексу просування. Так, беручи участь у ярмарках чи виставках, сільгоспвиробнику, як правило, вдається вийти на свого споживача, посередника, постачальника, а також укласти вигідний контракт; – можливість здебільшого утримання посередника або покупця за рахунок економічно грамотно розробленої системи бонусів.	Виставки зразків товарів, фотовиставки, ярмарки, розповсюдження іміджевих буклетів серед цільової аудиторії, різного роду бонусні програми для покупців, які безпосередньо залежать від обсягу закупівель (купони, лотереї, конкурси, знижки)
Персональний продаж	1. Це особисте подання сільгосппродукту або послуги потенційному покупцеві для переконання здійснення покупки даного сільгосппродукту або послуги. 3. Головними особливостями персональних продажів в АПК є такі: – відсутність сезонного характеру (на відміну від реклами). Налагодження прямих зв'язків, укладання договорів між виробниками, переробними підприємствами, посередниками може здійснюватися цілий рік, що попереджає втрату якості продукції під час безпосередньої її реалізації; – значне зменшення витрат на один контакт із потенційним контрагентом за збільшення ефективності просування сільгосппродукції або послуги.	Дні відкритих дверей, фотовиставки, професійні конференції.

комплексом стимулювання продажів, складається з чотирьох основних засобів впливу: реклами, стимулювання збуту, зв'язків із громадськістю й персонального продажу.

У табл. 3 наведено інструменти маркетингових комунікацій із погляду особливостей сільського господарства.

Кожний із представлених засобів маркетингових комунікацій має свої переваги та недоліки. Реклама спрямована на пробудження інтересу до продукції, характеризується сезонністю застосування. Зв'язки з громадськістю набувають не масовий характер, а цілеспрямований, особистісний у силу звернення до вузької контактної аудиторії. Засоби стимулювання збуту сільгосппродукції забезпечують стійкий попит, проте їх застосування обмежене, оскільки не всі заходи масового маркетингу підходять до аграрного ринку. Особисті продажі займають важливу позицію серед способів просування сільськогосподарської продукції, вони

здійснюються незалежно від сезону, характеризуються низькою вартістю одного контакту з контрагентом і високим економічним ефектом. Проведений аналіз дає змогу кожному сільгоспвиробнику, враховуючи, особливості діяльності й стратегічні цілі, вибрати такий комплекс маркетингових комунікацій, який максимально врахує всі аспекти його діяльності та буде для нього найвигіднішим.

На нашу думку, у сільському господарстві найдоцільніше використовувати такі маркетингові прийоми, як: реклама в журналах, газетах; рекламні листи, дзвінки; презентаційні засоби (листівки, плакати, буклети, каталоги, проспекти, календарі та ін.); зразки товарів; купони на знижки, які розсилаються поштою, розміщені в газетах і журналах, купони, як безпосередньо вручають споживачам; конкурси, лотереї й ігри (для великих сільгоспвиробників); демонстрації на ярмарках; знижки; професійні конференції та конкурси продавців (для великих сільгоспвиробників).

Висновки з проведеного дослідження. Антикризове управління сільськогосподарського підприємства є складовою частиною державного управління економікою. Ефективність такого управління зумовлена коригуванням стратегій діяльності сільгоспвиробників. Визначені корективи стосуються адаптивних заходів щодо зовнішнього середовища, ринку сільськогосподарської продукції та потреб споживачів, а отже, насамперед, комплексу маркетингових комунікацій.

Маркетинговий комплекс просування у сільському господарстві відрізняється від класичного підходу до просування і зумовлений специфікою аграрного ринку. Пріоритет під час розроблення заходів маркетингових комунікацій має вибір каналів збуту сільгосппродукції. Автори визначають, що всі складники комплексу просування функціонально пов'язані між собою в єдину систему, що дає змогу раціонально вирішити поставлені перед виробником завдання.

Для впровадження в практику діяльності сільгоспвиробників маркетингових інструментів стимулювання продажів на всіх рівнях управління необхідно:

– здійснення цілеспрямованих дій зі стимулювання просування сільгосппродукції в рамках загальної стратегії маркетингу аграрного сектора економіки;

– розвиток цілісної маркетингової інформаційної системи, яка буде забезпечувати обмін інформацією про сільгосппродукцію, її якісні характеристики, ділову репутацію сільгоспвиробника для підвищення престижності товарних марок і динаміки продажів;

– подальше об'єднання сільгоспвиробництва й маркетингу для планування і прогнозування попиту, розроблення сільгосптоварів ринкової новизни, гнучкого ціноутворення, залучення фінансових та інвестиційних ресурсів, рекламування товарних марок та ін.

Проте практична реалізація заходів комплексу маркетингових комунікацій підприємств сільського господарства вимагає визначення їх ефективності, що повинно стати предметом подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України (2018). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.

2. Єранкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: монографія. К.: КНЕУ, 2009. 419 с.

3. Маркетинг в антикризовому управлінні підприємством / Н.С. Косар, М.В. Кіндій, М.М. Мамчин. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2010. № 682. С. 59–64.

4. Антикризове управління підприємствами агропромислового комплексу / М.С. Пантелєєв, І.О. Геращенко, О.В. Бережна. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2014. № 3(27). С. 48–56.

REFERENCES:

1. Ofitsiynyy veb-sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny (2018) (elektronnyy resurs) [Official website of the State Statistics Service of Ukraine (2018) (electronic resource)]. – Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/. (in Ukrainian)

2. Yerankin O. O. [2009] Marketynh v APK Ukrayiny v umovakh hlobalizatsiyi: monohrafiya [Marketing in the AIC of Ukraine in the globalization: monograph]. K. : KNEU, 419 p. (in Ukrainian)

3. Kosar N. S., Kindiy M. V., Mamchyn M. M. [2010] Marketynh v antykryzovomu upravlinni pidpryyemstva [Marketing in the anti-crisis management of the enterprise]. Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnika, no. 682: Menedzhment i pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya ta problemy rozvytku, pp. 59–64. (in Ukrainian)

4. Pantelyeyev M. S., Herashchenko I. O., Berezhna O. V. [2014] Antykryzove upravlinnya pidpryyemstvamy ahropromyslovoho kompleksu [Anticrisis Management of Agricultural Enterprises]. Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy mashynobudivnoyi haluzi: problemy teoriyi ta praktyky, no. 3 (27), pp. 48–56. (in Ukrainian)

Filipkovska L.O.
Candidate of Technical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economy and Marketing
M.E. Zhukovsky National Aerospace University
"Kharkiv Aviation Institute"
Orlenko V.G.
Graduate Student,
M.E. Zhukovsky National Aerospace University
"Kharkiv Aviation Institute"

THE SYSTEM OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISE

Agriculture meets the needs of people in food and also significantly affects the employment of the population and the effectiveness of all national production.

Anti-crisis management of an agricultural enterprise is an integral part of the state management of the economy. The effectiveness of such management is due to the adjustment of strategies of agricultural producers, adaptive measures are being implemented in relation to the external environment, the agricultural market, and the needs of consumers.

The effective functioning of agricultural enterprises contributes to the development of theory and practice of marketing activities in the food market.

However, the introduction and application of the marketing concept among agricultural producers in Ukraine are very slow. Objectives for the promotion of agricultural products carried out by means of a communication exchange are the formation of demand and the promotion of sales. The authors systematized the criteria for the effectiveness of marketing communications of the agricultural producer; they are the level of awareness of the target market about the category of agricultural products, the degree of loyalty of the target market to the product or brand, the dynamics of sales volumes, and the calculation of profitability of communication activities.

The marketing complex of promotion in agriculture is determined by the specifics of the agrarian market. Priority in the development of marketing communications activities has a choice of distribution channels for agricultural products. Advertising is aimed at awakening interest in products, characterized by seasonality of use. Public relations do not acquire a mass character, but a purposeful, personal, because of the appeal to narrow contact audiences. The means to sales promotion of agricultural products provide a steady demand but their use is limited since not all mass marketing activities are suitable for the agricultural market. Personal sales occupy the main position among the ways of promoting agricultural products; they are carried out regardless of the season, characterized by the low cost of one contact with the counterparty and a high economic effect.

All components of the promotion of goods are functionally linked to each other in a single system.

The implementation of a number of measures is necessary for introducing marketing tools of the sale promotion at all levels of management of agricultural producers. The development of an integrated marketing information system will ensure the exchange of information about agricultural products, its quality characteristics, the business reputation of the agricultural producer in order to increase the prestige of trademarks and sales dynamics. Further integration of agricultural production and marketing will ensure planning and forecasting of demand, development of agricultural products of market novelty, flexible pricing, the attraction of financial and investment resources, advertising of trademarks, etc.

Communication activity is an important condition for achieving success in the agricultural products market. Target orientation and complexity contribute to the creation of a system for promptly recording customer inquiries and increasing the level of business activity of the agricultural producer.

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: СУТНІСТЬ ТА ПОЛІТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

FINANCIAL AND ECONOMIC SAFETY IN THE SYSTEM OF BUSINESS MANAGEMENT: PROVIDING NATURE AND POLICY

УДК 338.23

Чернецька О.В.
к.е.н., доцент кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Саванчук Т.М.
старший викладач кафедри обліку, аудиту та управління фінансово-економічною безпекою
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

У статті досліджено сутність та мету забезпечення фінансової безпеки підприємств; проаналізовано процес формування фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємством; визначено формуючі елементи фінансово-економічної безпеки; акцентовано увагу на необхідності системності реалізації фінансово-економічної безпеки; окреслено заходи з підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства; зазначено доцільність поєднання політики забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства на зовнішньому та внутрішньому рівнях.

Ключові слова: *фінансово-економічна безпека, система управління підприємством, елементи фінансово-економічної безпеки, політика забезпечення фінансово-економічної безпеки.*

В статье исследованы сущность и цели обеспечения финансовой безопасности предприятия; проанализирован процесс формирования финансово-экономической безопасности в системе управления предприятием; определены формирующие элементы финансово-экономической безопасности; акцентировано внимание на необходимости системности реализации финансово-экономической безопасности; определены меры по повышению финансово-экономической безопасности предприятия; указано на целесообразность сочетания политики обеспечения финансово-экономической безопасности предприятия на внешнем и внутреннем уровнях.

Ключевые слова: *финансово-экономическая безопасность, система управления предприятием, элементы финансово-экономической безопасности, политика обеспечения финансово-экономической безопасности.*

The article examines the nature and purpose of a financial business management providing; it was analysed the process of financial and economic safety formation in the system of business management; forming units of the financial and economic safety are specified; an attention is focused on the necessity of realization systematicity of the financial and economic safety; measures to increase the financial and economic security of the enterprise are determined; it is specified a reasonability of combination of providing policy of the financial and economic security of the enterprise at the external and internal levels.

Key words: *financial and economic safety, business management system, elements of financial and economic safety, policy of providing financial and economic safety.*

Постановка проблеми. Однією з основних вимог функціонування будь-якої економічної системи є забезпечення її ефективної та стабільної діяльності. У сучасних умовах актуальними стають проблеми стабільного розвитку й антикризового управління. Сьогодні все більше науковців наголошують на необхідності створення фінансової безпеки як окремої складової частини системи економічної безпеки, що має забезпечувати безпеку сфери фінансових відносин.

Процес формування фінансово-економічної безпеки в умовах антикризового управління підприємством підпорядковується впливу як зовнішніх, так і внутрішніх чинників діяльності господарюючих суб'єктів. Вищезазначене зумовлює необхідність розроблення комплексу заходів менеджерів та становить певну політику забезпечення фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємством, що визначає надзвичайну актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над питанням сутності фінансово-економічної безпеки підприємства проводили дослідження багато українських і зарубіжних учених: О.О. Бондаренко, В.А. Сухецький [1], Н.В. Бондарчук, М. Гуменчук [2], Л.І. Васечко [3], Н.А. Дехтяр, О.В. Дейнека [4], О.В. Орлик [5], Н.М. Федорів, М.Г. Ващенко [6].

О.О. Бондаренко та В.А. Сухецький проаналізували погляди вчених на сутність фінансово-економічної безпеки, виділивши теоретичний та практичний аспекти [1]; Н.В. Бондарчук та М. Гуменчук наводять основні індикатори, що характеризують рівень фінансово-економічної безпеки на підприємствах України [2]; Л.І. Васечко акцентує увагу на необхідності системного підходу до вивчення поняття «фінансово-економічна безпека» [3]; Н.А. Дехтяр та О.В. Дейнека доводять визначальну роль фінансово-економічної безпеки в забезпеченні стабільного ефективного розвитку підприємства та систематизують її види за основними критеріями [4]; О.В. Орлик досліджує механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства, визначає структуру та зміст його основних складників [5]; Н.М. Федорів та М.Г. Ващенко здійснили оцінку фінансово-економічної безпеки досліджуваного підприємства за допомогою декількох підходів [6]. Отже, різноманітність досліджень у галузі фінансово-економічної безпеки підприємства доводять значущість проблемних аспектів антикризового управління.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності фінансово-економічної безпеки, аналіз процесу її формування в системі управління підприємством, визначення елементів процесу формування та окреслення заходів політики

забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Н.В. Бондарчук та М. Гуменчук уважають, що фінансово-економічна безпека – це такий фінансово-економічний стан підприємства, який сприяє забезпеченню захищеності його фінансово-економічних інтересів від негативних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища і створенню необхідних фінансово-економічних умов для безперервної успішної діяльності та сталого розвитку підприємства [2].

Н.А. Дехтяр та О.В. Дейнека відзначають, що фінансово-економічна безпека підприємства є динамічною ознакою, що змінюється під впливом чинників і загроз внутрішнього та зовнішнього середовища, та відображає рівень ефективності та стабільності функціонування суб'єкта господарювання в поточній та довгостроковій перспективах [4].

Л.І. Васечко наголошує, що фінансово-економічна безпека являє собою специфічний стан корпоративних ресурсів (ресурсів капіталу, інформації і технології, персоналу, техніки та устаткування) і підприємницьких можливостей, який гарантує найбільш результативне їх використання для запобігання негативним впливам, стабільного функціонування та динамічного науково-технічного і соціального розвитку [3].

Погоджуємося з О.О. Бондаренко та В.А. Сухецьким, які визначають фінансово-економічну безпеку підприємства як поняття складне і комплексне, що є результатом: сукупності робіт, які забезпечують платоспроможність підприємства та ліквідність його оборотних активів; організації контролю всіх видів діяльності підприємства для підвищення його ефективності; кваліфікації, компетентності та активності менеджерів; ефективності використання усіх видів ресурсів; процесу попередження можливих збитків через внутрішні та зовнішні загрози тощо [1].

Отже, головною метою фінансової безпеки виступає гарантування фінансової стійкості та максимально ефективного функціонування підприємства в поточному періоді та високий потенціал розвитку в майбутньому [5].

Зауважимо, що фінансово-економічна безпека підприємства є достатньо складною системою, що включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективного вико-

Рис. 1. Процес формування фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємством

Джерело: складено авторами за [1; 4]

ристання матеріальних, трудових, інформаційних та фінансових ресурсів [4]. Необхідність побудови ефективної системи управління підприємством зумовлена наявною тенденцією до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, появою чинників впливу на рівень фінансово-економічної безпеки, необхідністю застосування обґрунтованих підходів до визначення та оцінки рівня фінансово-економічної безпеки в умовах невизначеності, а також необхідністю пошуку ефективних методів та алгоритмів забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

О.О. Бондаренко та В.А. Сухецький наголошують, що безпеку варто розглядати через призму її функціональних складників, що дає змогу: здійснювати моніторинг чинників, які впливають на стан як функціональних складників, так і фінансово-економічної безпеки загалом; досліджувати процеси, які здійснюють вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки; проводити аналіз розподілу і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні індикатори, що відображають рівень забезпечення функціональних складників; розробляти заходи, які сприятимуть досягненню високого рівня складників, що призведе до посилення фінансово-економічної безпеки підприємства загалом [1].

Отже, процес управління на підприємстві має бути організований так, щоб сприяти формуванню належного рівня фінансово-економічної безпеки підприємства (рис. 1).

Таким чином, процес формування фінансово-економічної безпеки на підприємстві має бути вмонтований у його загальну систему управління. Причому витрати на формування фінансово-економічної безпеки підприємства мають бути мінімальними. Тобто формування фінансово-економічної безпеки, на нашу думку, має здійснюватися на основі переведення управління підприємством на якісно новий рівень.

Л.І. Васечко наголошує, що проблеми управління фінансово-економічною безпекою є досить актуальними, з огляду на необхідність забезпечення стабільного розвитку підприємства та його інвестиційної привабливості, і виділяє основні формуючі елементи фінансово-економічної безпеки підприємства (рис. 2) [3].

Встановлення цілі фінансово-економічної безпеки підприємства здійснюється виходячи з особливостей його діяльності та галузі. При цьому Л.І. Васечко вважає, що до таких цілей належать досягнення мети діяльності, забезпечення ефективного використання ресурсів та їх збереження, адаптація до впливу зовнішніх чинників, фінансова стійкість та платоспроможність, захист інформації та комерційної таємниці, безпека персоналу, захист інтелектуальної власності і т. д. [3].

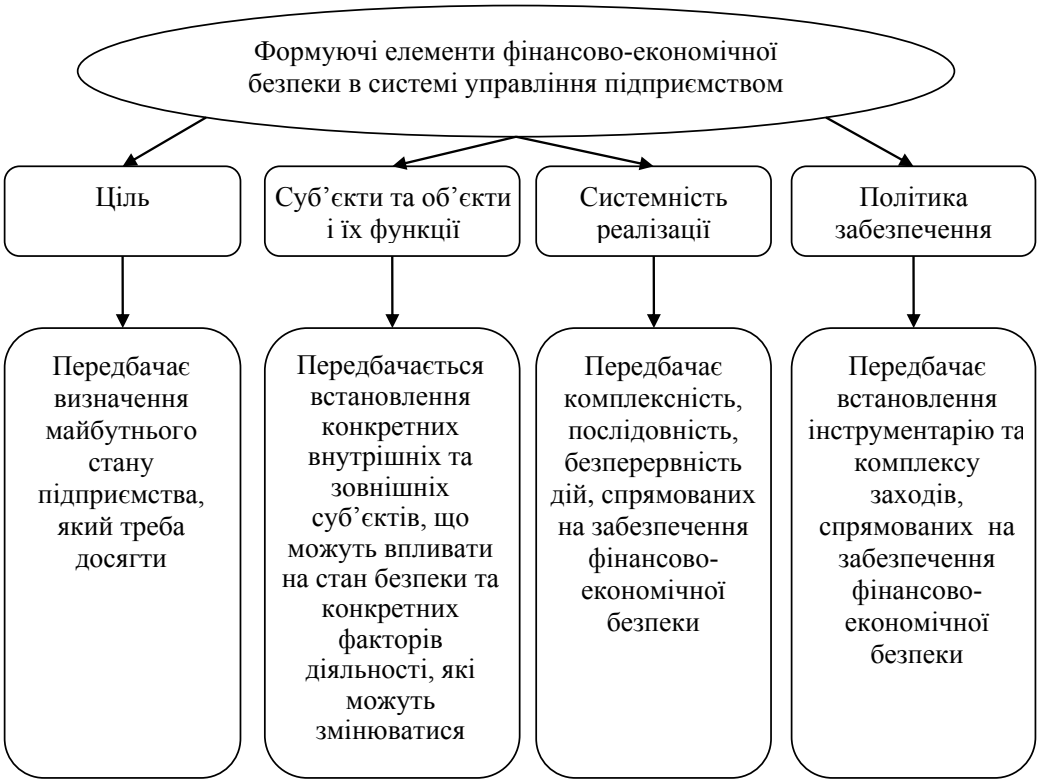


Рис. 2. Основні елементи формування фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємством

Джерело: складено авторами за [3]

Суб'єктами управління фінансовою безпекою є власники, керівництво підприємства та фінансові менеджери, які шляхом проведення аналітичних досліджень як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства розробляють відповідні пропозиції щодо запобігання фінансовим проблемам у майбутньому [5].

Крім того, підприємство в процесі свого функціонування піддається впливу зовнішніх суб'єктів управління його фінансово-економічною безпекою. До таких суб'єктів можна віднести законодавчі та виконавчі органи влади, правоохоронні та судові органи, систему навчально-наукових закладів та установ, недержавні охоронні агентства,

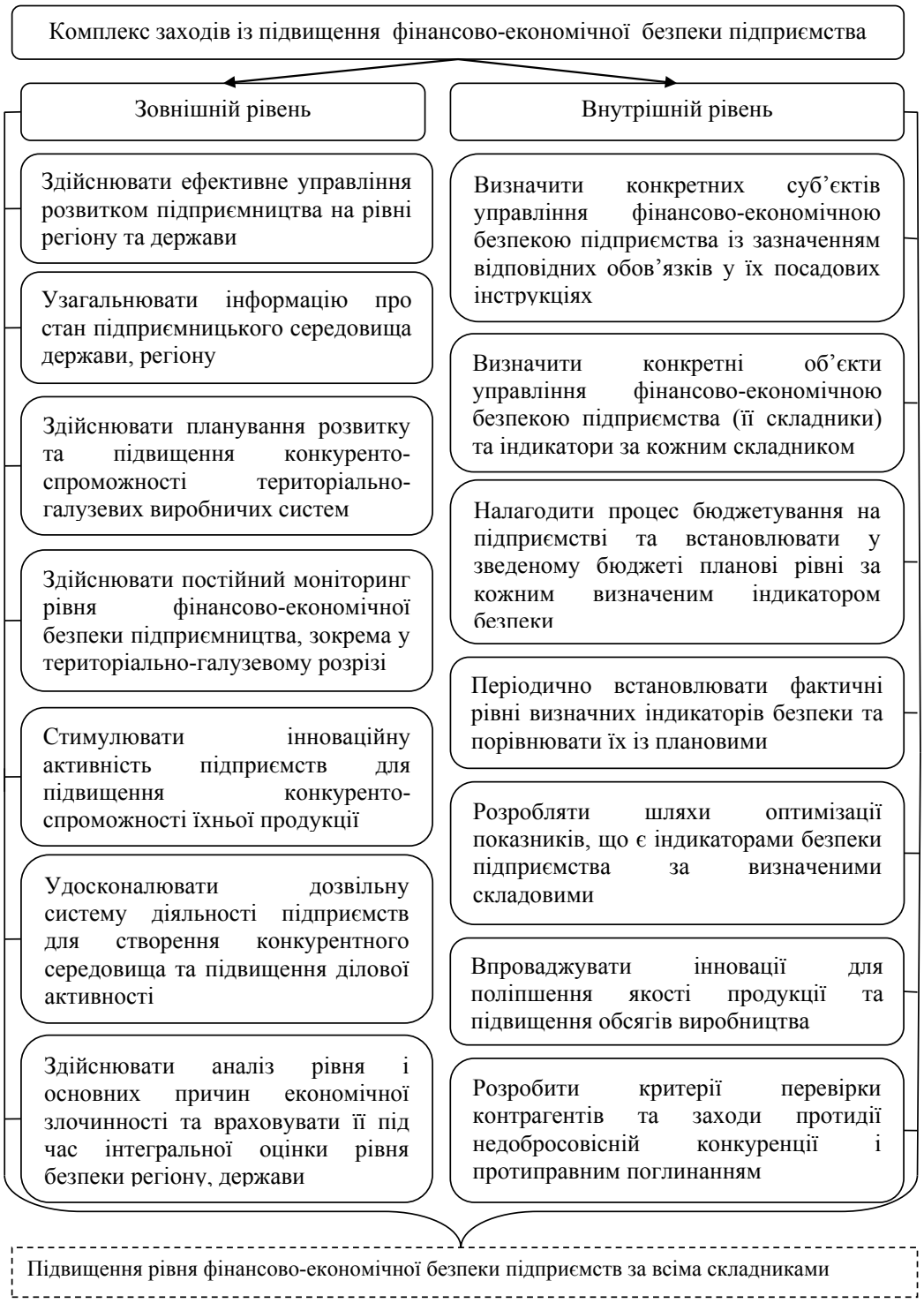


Рис. 3. Політика забезпечення фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємством

Джерело: побудовано авторами за [3] та доповнено

аналітичні, консалтингові та інформаційні служби, страхові компанії [3].

Н.М. Федорів та М.Г. Ващенко зазначають, що об'єктом фінансово-економічної безпеки для підприємства може бути кожен фактор діяльності, який сприяє підвищенню ефективності її функціонування та дохідності [6].

Виходячи із цього, системність реалізації фінансово-економічної безпеки передбачає вивчення взаємозв'язку між факторами діяльності, що впливають на стан фінансово-економічної безпеки підприємства та дослідження їх на основі комплексного підходу [3]. Крім того, системність реалізації фінансово-економічної безпеки, на нашу думку, повинна передбачати проведення аналітичних процедур для визначення стану безпеки підприємства на постійній основі зі спеціально визначеною періодичністю та побудову певного алгоритму дій щодо поліпшення стану підприємства.

Саме системний підхід має стати основою побудови політики забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, яка передбачає розроблення комплексу заходів, спрямованих на досягнення та підтримку безпечного фінансово-економічного стану підприємства виходячи з його стратегічної мети на всіх етапах його розвитку [3].

Крім того, на нашу думку, політика забезпечення фінансово-економічної безпеки конкретного підприємства має також передбачати певний інструментарій реалізації наміченого комплексу заходів на підприємстві виходячи з умови його функціонування та фінансових можливостей.

Л.І. Васечко вважає, що для поліпшення фінансово-економічної безпеки підприємств необхідно активізувати управлінські функції органів влади у напрямі безпечного підприємницького середовища, та наводить низку заходів, які можуть стати основою політки забезпечення економічної безпеки підприємства [3]. Ми вважаємо, що паралельно із визначеними вченим заходами, відповідний їх комплекс необхідно сформувати й на рівні підприємства (рис. 3).

Таким чином, поєднання політики забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства на зовнішньому та внутрішньому рівнях дасть можливість підвищити економічну безпеку підприємства за всіма визначеними складниками. Разом із тим у сучасних умовах, на нашу думку, основою політики забезпечення економічної безпеки підприємств усе ж є внутрішній рівень, адже на цьому рівні підприємство в змозі підвищити свою фінансово-економічну безпеку шляхом пошуку внутрішніх резервів, а дії державних органів можна розглядати як зовнішні чинники внутрішньої політики забезпечення економічної безпеки підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, визначення сутності фінансово-економічної безпеки в системі управління підприємством дає можливість зробити висновок, що процес управління на підприємстві має бути організований так, щоб сприяти формуванню належного рівня фінансово-економічної безпеки підприємства. При цьому процес формування фінансово-економічної безпеки на підприємстві має бути вмонтований у його загальну систему управління, а витрати на її формування мають бути мінімальними. Основні елементи формування фінансово-економічної безпеки підприємства – її цілі, суб'єкти, об'єкти, системний підхід та політика реалізації. Така політика має включати зовнішній та внутрішні рівні і вимагає в подальшому розроблення інструментарію реалізації визначених заходів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко О.О., Сухецький В.А. Фінансово-економічна безпека підприємства: теоретичний та практичний аспекти. Ефективна економіка. 2014. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3580.

2. Бондарчук Н.В., Гуменчук М. Сутність фінансово-економічної безпеки підприємства та необхідність її забезпечення. Ефективна економіка. 2016. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5409.

3. Васечко Л.І. Сутність фінансово-економічної безпеки підприємства. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 5. С. 119–122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2014_5_30.

4. Дехтяр Н.А., Дейнека О.В. Фінансово-економічна безпека підприємства : сутність та механізм забезпечення. Стратегії економічного розвитку: держава, регіон, підприємство: колективна монографія: у 2-х т.; за заг. ред. К.С. Шапошникова та ін. Херсон: Гельветика, 2015. Т. 2. С. 1–17.

5. Орлик О.В Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства та його основні складові. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2015. Вип. 2. С. 222–232. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2015_2_27.

6. Федорів Н.М., Ващенко М.Г. Управління системою фінансово-економічної безпеки підприємства у кризових умовах. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 9. Ч. 2. С. 68–71.

REFERENCES:

1. Bondarenko O., Sukhetsky V. (2014) Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpryiemstva: teoretychnyi ta praktychnyi aspekty [Financial and economic security of the enterprise: theoretical and practical aspects] available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3580 (Accessed 31 Aug. 2017) (in Ukrainian).

2. Bondarchuk N., Gumenchuk M. (2016) Sutnist finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstva ta neobkhidnist yii zabezpechennia [The essence of financial and economic security of the enterprise and the need for its provision] available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5409 (Accessed 31 Aug. 2017) (in Ukrainian).

3. Vasechko L. (2014) Sutnist finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstva [The essence of financial and economic security of the enterprise] available at:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2014_5_30. (Accessed 31 Aug. 2017) (in Ukrainian).

4. Dehtyar N., Deineka O. (2015), Finansovo-ekonomichna bezpeka pidpryiemstva : sutnist ta mekhanizm zabezpechennia [Financial and economic security of the enterprise: the essence and mechanism of provision] Kherson, Ukraine (in Ukrainian).

5. Orlik O. (2015) Mekhanizm upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu pidpryiemstva ta yoho osnovni skladovi [Mechanism of management of financial and economic security of the enterprise and its main components] available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fkd_2015_2_27 (Accessed 31 Aug. 2017) (in Ukrainian).

6. Fedorov N., Vashchenko M. (2014) Upravlinnia systemoiu finansovo-ekonomichnoi bezpeky pidpryiemstva u kryzovykh umovakh [Management of the system of financial and economic security of the enterprise in crisis conditions] Scientific Herald of Kherson State University vol. 9, pp. 68-71 (in Ukrainian).

Chernetska O.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Accounting, Audit,
Financial and Economic Security Management
of Dnipro State Agrarian and Economic University
Savanchuk T.N.
Senior Instructor at Department of Accounting, Audit,
Financial and Economic Security Management
of Dnipro State Agrarian and Economic University

FINANCIAL AND ECONOMIC SAFETY IN THE SYSTEM OF BUSINESS MANAGEMENT: PROVIDING NATURE AND POLICY

The article examines the nature and purpose of financial business management provision. It is specified that the financial and economic security of the enterprise is quite a difficult system, which includes a defined set of internal characteristics, oriented to provide an effective use of material, labour, information, and financial resources. The main purpose of financial safety is a guaranteeing of financial stability and maximally effective operation of the business in the current period and a high development potential in future.

It was analysed the process of financial and economic safety formation in the system of business management. It is emphasized that the control process at the enterprise has to be organized in such a way as to promote an adequate level of financial and economic security of the enterprise. An attention is focused on the necessity to minimize costs for the formation of financial and economic security of the enterprise on the basis of the enterprise management system transmission to a new level.

Forming units of the financial and economic safety are specified, particularly, a purpose, subjects and objects, their functions, realization systematicity and providing policy. The management entities of financial safety are defined as owners, business administration and financial managers (inner level), as legislative and executive authorities, law enforcement and judicial authorities, a system of scientific training organizations and institutions, non-government security agencies, analytic, consulting and information services, insurance companies (external level).

An attention is focused on the necessity of realization systematicity of the financial and economic safety. It is emphasized that it is a systematic approach that has to become a basis for the composition of providing policy of the financial and economic factory safety, which foresees a plan package development, directed to the achievement and support for the safe financial and economic business performance, based upon its strategic target at all stages of its development. It is noted that realization systematicity of the financial and economic safety has to foresee the conduction of analytical procedures for the determination of the enterprise security status on a permanent basis with specially designated frequency and composition of the specific algorithm of actions regarding an enterprise state improvement.

Measures to increase the financial and economic security of the enterprise are specified. It was determined that the providing policy of the financial and economic safety of certain enterprise has to foresee the certain realization tools of the targeted plan package at the enterprise, according to the conditions of its functioning and financial possibilities.

It is specified a reasonability of combination of providing a policy of the financial and economic security of the enterprise at the external and internal levels. It is emphasized that under current conditions, the basis for enterprises economic safety providing is the inner level, as at this level an enterprise can increase its financial and economic safety by searching for internal reserves, and the acts of the state bodies can be considered as external factors of the internal policy of an enterprise economic security providing.

АНАЛІЗ НАПРЯМІВ УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

ANALYSIS OF DIRECTIONS OF FINANCIAL DIAGNOSIS SYSTEM IMPLEMENTATION AT ENGINEERING ENTERPRISES

УДК 658.338

Чернишов В.В.
старший викладач кафедри фінансів
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті визначено мотиваційні переваги під час упровадження системи фінансової діагностики на підприємствах машинобудівної промисловості. Оцінено мотиваційні напрями впровадження фінансової діагностики на підприємствах машинобудівної промисловості. Встановлено послідовність дій під час оцінки мотиваційних напрямів упровадження фінансової діагностики на підприємствах машинобудівної промисловості. Проведено факторний аналіз рентабельності власного капіталу. Виділено основні особливості щодо аналізу рентабельності власного капіталу на підприємствах машинобудівної промисловості.

Ключові слова: *промисловість, машинобудування, фінансова діагностика, мотивація, рентабельність, ресурсовіддача, модель компанії «Дюпон».*

В статье определены мотивационные преимущества при внедрении системы финансовой диагностики на предприятиях машиностроительной промышленности. Оценены мотивационные направления внедрения финансовой диагностики на предприятиях машиностроительной промышленности. Установлена последовательность действий при оценке мотивационных направлений внедрения финансовой диагностики на предприятиях машиностроительной промышленности. Проведен факторный анализ рентабельности собственного капитала. Выделены основные особенности проведения анализа рентабельности собственного капитала на предприятиях машиностроительной промышленности.

Ключевые слова: *промышленность, машиностроение, финансовая диагностика, мотивация, рентабельность, ресурсоотдача, модель компании «Дюпон».*

The article defines motivational advantages in introducing the system of financial diagnostics at enterprises of the machine-building industry. Motivational directions of the introduction of financial diagnostics at the enterprises of machine-building industry are estimated. The sequence of actions is determined in the estimation of motivational directions of the introduction of financial diagnostics at the enterprises of the machine-building industry. A factor analysis of the return on equity was conducted. The main features of the analysis of profitability of equity capital at the enterprises of machine-building industry are highlighted.

Key words: *industry, mechanical engineering, financial diagnostics, motivation, profitability, resource efficiency, DuPont model.*

Постановка проблеми. Машинобудування є основою промисловості і відіграє вирішальну роль у реалізації досягнень науково-технічного прогресу в усіх формах господарства. Фінансова діагностика підприємства займає важливе місце у процесі прийняття управлінських рішень, бо саме на її результатах базується заходи щодо подальшого розвитку підприємства.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України від 17.07.2013 № 603-р, зазначено, що комплексне розв'язання проблемних питань функціонування промислового сектора економіки України шляхом розроблення організаційно-економічного механізму та залучення ресурсів для реалізації завдань структурно-технологічної модернізації вітчизняної промисловості у напрямі збільшення частки високотехнологічних видів діяльності в обсягах виробництва та експорту, задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції власного виробництва, зростання зайнятості та підвищення завдяки цьому добробуту населення [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблем методики фінансової діагностики підприємства присвячено багато наукових праць таких провідних спеціалістів і науковців, як: Г.А. Семенов [2], Е.С. Васильчук [3], Н.А. Кизим [4], Г.М. Котенко [5], О.В. Гребеннікова [6], О.А. Гарасюк [7], Т.Г. Рзаєва [8], В.І. Фучеджи [9], О.Г. Мельник [10], Д.А. Жукова [11].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз і оцінка характеристик фінансових станів щодо виділення напрямів упровадження фінансової діагностики машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діагностика на підприємствах проводиться для оцінювання всіх сфер діяльності, виявлення вузьких місць, перспектив розвитку, негативних чинників, що впливають на процес функціонування підприємства, та розроблення відповідних заходів у діяльності підприємства.

Запропоновано визначити мотиваційні переваги під час упровадження системи фінансової діагностики на підприємствах машинобудівної промисловості. Автором запропоновано питання десятьом керівникам підприємства щодо оцінки мотиваційних напрямів упровадження фінансової діагностики на підприємствах для визначення економічного стану та очікуваних перспектив його розвитку.

Аналіз мотиваційних напрямів упровадження фінансової діагностики проведено на 22 підпри-

ємствах областей України, а саме: Харківської, Львівської, Донецької, Одеської, Житомирської, Херсонської, Запорізької, Луганської, Черкаської та Київської.

На перше питання: «За якими показниками оцінюється успішність діяльності підприємства?» керівники віддали перевагу рентабельності виробництва (продажу), рентабельності активів та прибуток. Стратегічно важливими активами для підприємства вважають: клієнтську базу, систему партнерських зв'язків з основними контрагентами та ділову репутацію.

Щодо змін конкурентної позиції підприємства на зовнішніх ринках у межах ЄС керівниками зазначено, що під впливом кризової ситуації в економіки країни стан не змінився.

Щодо поточного обсягу іноземних інвестицій (за відсутності іноземних замовлень оцінено експортний попит) на виробництво продукції зазначено, що він недостатній (нижче норми).

Аналіз мотиваційних переваг свідчить, що під час вибору цілей керівники вважають найважливішими для підприємства підвищення рівня рентабельності та вихід на міжнародні ринки.

З наведених управлінських нововведень, що впроваджувалися на підприємстві, вибрано: розроблення (перегляд) стратегії підприємства; моделювання (формалізація) бізнес-процесів підприємства; впровадження системи збалансованих показників підприємства; розроблення нової системи управлінського обліку.

На підставі отриманих результатів щодо мотиваційних напрямів упровадження діагностики на підприємствах запропоновано послідовність дій для змін в економічному стані підприємств машинобудівної промисловості та перспектив його розвитку, що представлено на рис. 1.

Як видно з рис. 1, у рамках проведеного аналізу мотиваційних напрямів упровадження фінансової діагностики машинобудівних підприємств визначено інформацію щодо основних недоліків та перспектив розвитку, що залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Однією з найважливіших проблем залишається незадовільний фінансовий стан машинобудівних підприємств. Насамперед це залежить від недостатності обігових коштів, відсутності реальних джерел фінансування, недо-

Рис. 1. Послідовність дій під час оцінки мотиваційних напрямів упровадження фінансової діагностики на підприємствах машинобудівної промисловості

статнього технічного переоснащення, нерозвиненості інфраструктури внутрішнього ринку.

Автором запропоновано проаналізувати рентабельність власного капіталу, що дасть змогу засвідчити про ефективність механізму регулювання фінансової діяльності машинобудівних підприємств.

Проведено факторний аналіз рентабельності власного капіталу з використанням 22-х підприємств за 2014–2016 рр., для формування фінансової діагностики підприємств машинобудівної промисловості.

Зазначено, що модель компанії «Дюпон» використовується в аналізі фінансових коефіцієнтів для визначення потенціалу компанії в збільшенні коефіцієнта рентабельності власного капіталу (ROE). Модель компанії «Дюпон» визначає фактори, що мають вплив на ефективність роботи машинобудівних підприємств й оцінити цей вплив. Показник рентабельності власного капіталу показує, як ефективність діяльності трансформується у вигоди власників. З'ясування причин, що забезпечують зміну рентабельності, необхідно, тому що позитивна динаміка цього показника говорить про привабливість підприємства для інвестора, а негативна тенденція засвідчує наявність проблем.

Автором запропоновано встановити залежність коефіцієнта рентабельності власного капіталу від ресурсовіддачі, коефіцієнта фінансової залежності та рентабельності продажу за формулою:

$$R_{ROE} = R_{NPM} \times P_{від} \times K_{зал} R_{ROE} = R_{NPM} \times P_{від} \times K_{зал}, \quad (1)$$

де R_{ROE} – коефіцієнт рентабельності власного капіталу;

R_{NPM} – коефіцієнт чистої рентабельності продажу;

$P_{від}$ – ресурсовіддача;

$K_{зал}$ – коефіцієнт фінансової залежності.

Для проведення факторного аналізу рентабельності власного капіталу машинобудівних підприємств використано метод ланцюгових підстановок. Відповідно до цього методу, загальна зміна рентабельності власного капіталу визначається:

$$\Delta R_{ROE(заг)} = R^1_{ROE} - R^0_{ROE}, \quad (2)$$

де $\Delta R_{ROE(заг)}$ – загальна зміна рентабельності власного капіталу, індекс 1 та 0 відповідно, вказують на значення показника в звітному та базисному періоді.

Зміна коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок змін показника чистої рентабельності продажу визначається:

$$\Delta R_{ROE(R_{NPM})} = R^1_{NPM} \times P^0_{від} \times K^0_{зал} - R^0_{NPM} \times P^0_{від} \times K^0_{зал}, \quad (3)$$

де $\Delta R_{ROE(R_{NPM})}$ – зміна рентабельності власного капіталу за рахунок зміни рентабельності продажу.

Зміна коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок змін показника ресурсовіддачі визначається:

$$\Delta R_{ROE(P_{від})} = R^1_{NPM} \times P^1_{від} \times K^0_{зал} - R^1_{NPM} \times P^0_{від} \times K^0_{зал}, \quad (4)$$

де $\Delta R_{ROE(P_{від})}$ – зміна рентабельності власного капіталу за рахунок змін показника ресурсовіддачі.

Зміна коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок змін коефіцієнта фінансової залежності визначається:

$$\Delta R_{ROE(K_{зал})} = R^1_{NPM} \times P^1_{від} \times K^1_{зал} - R^1_{NPM} \times P^1_{від} \times K^0_{зал}, \quad (5)$$

де $\Delta R_{ROE(K_{зал})}$ – зміна рентабельності власного капіталу за рахунок змін коефіцієнта фінансової залежності.

Сума значення зміни показника рентабельності власного капіталу за рахунок кожного з факторів (рентабельності продажу, ресурсовіддачі та коефіцієнта фінансової залежності) визначає загальне значення коефіцієнта:

$$\Delta R_{ROE(заг)} = \Delta R_{ROE(R_{NPM})} + \Delta R_{ROE(P_{від})} + \Delta R_{ROE(K_{зал})}, \quad (6)$$

де $\Delta R_{ROE(заг)}$ – сума значення зміни показника рентабельності власного капіталу.

Для проведення аналізу рентабельності власного капіталу підприємства визначено таку послідовність:

– розраховано показники рентабельності власного капіталу, чисту рентабельність продажу, ресурсовіддачу та коефіцієнт фінансової залежності;

– розраховано зміни коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок змін показника чистої рентабельності продаж за 2014–2016 рр.;

– розраховано зміни коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок показника ресурсовіддачі за 2014–2016 рр.;

– розраховано зміни коефіцієнта рентабельності власного капіталу за рахунок показника коефіцієнт фінансової залежності за 2014–2016 рр.;

– розраховано суму значення зміни показника рентабельності власного капіталу за рахунок кожного з факторів (рентабельності продажу, ресурсовіддачі та коефіцієнта фінансової залежності), що визначає загальне значення коефіцієнта.

Результати проведеного аналізу впливу факторних показників моделі компанії «Дюпон» на динаміку рентабельності власного капіталу підприємства за 2014–2016 рр. представлено в табл. 1.

Як видно з табл. 1, рентабельність власного капіталу вказує на ефективність використання власного капіталу, тобто скільки прибутку згенеровано на кожну гривню залучених коштів у наступних аналізованих машинобудівних підприємствах, а саме: ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», ПАТ «Самбірський дослідно-експериментальний машинобудівний завод», ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ПАТ «Гребінківський машинобудівний завод», ПАТ «Головний інститут по проектуванню заводів тракторного, автомобільного та сільськогосподарського машинобудування», ПАТ «Сєве-

Таблиця 1

Розрахунок впливу факторних показників моделі «Дюпон» на динаміку рентабельності власного капіталу підприємства за 2014–2016 рр.

Показник	2014 р.	2015 р.	2016 р.	$\Delta R_{ROE(R_{NPM})}$		$\Delta R_{ROE(P_{від})}$		$\Delta R_{ROE(K_{зал})}$	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПАТ «Дрогобицький машинобудівний завод»									
R_{ROE}	-0,09	-0,18	-0,09	-0,23	0,15	0,15	-0,04	-0,02	-0,01
R_{NPM}	-0,21	-0,75	-0,16						
$P_{від}$	0,23	0,12	0,25						
$K_{зал}$	1,87	2,11	2,33						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,1								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,1								
ПАТ «Дружківський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	-0,77	-0,43	0,11	-10,08	0,78	10,51	0	0	-0,23
R_{NPM}	-7,83	-87,97	0						
$P_{від}$	0,02	0,001	0						
$K_{зал}$	6,29	8,91	6,77						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0,43								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,55								
ПАТ «Одеський машинобудівний завод «Червона гвардія»									
R_{ROE}	-2,71	-4,02	1,38	0,63	2,15	-0,76	-1,47	-0,95	4,79
R_{NPM}	-0,66	-0,57	-0,27						
$P_{від}$	0,25	0,33	0,58						
$K_{зал}$	16,73	21,76	-8,83						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-1,08								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	5,47								
ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря»									
R_{ROE}	0,10	-0,05	-0,05	-0,16	0,02	0,02	-0,01	-0,01	-0,01
R_{NPM}	0,16	-0,09	-0,05						
$P_{від}$	0,46	0,28	0,45						
$K_{зал}$	1,40	1,68	1,91						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,15								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0								
ПАТ «Конструкторське бюро коксохімічного машинобудування»									
R_{ROE}	0,58	-2,52	0,20	-1,14	2,76	-0,25	0,96	-1,83	-0,88
R_{NPM}	0,11	-0,11	0,005						
$P_{від}$	0,51	0,73	6,56						
$K_{зал}$	10,2	32,93	6,13						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-3,22								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	2,84								
ПАТ «Коростенський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	-0,29	-0,06	-0,30	0,22	-0,15	-0,02	-0,14	-0,001	-0,10
R_{NPM}	-0,15	-0,03	-0,09						
$P_{від}$	0,74	0,95	0,89						
$K_{зал}$	2,50	2,55	3,76						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0,20								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	-0,39								
ПАТ «Бериславський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	8,65	0,93	0,51	19,56	-0,69	-12,80	0,09	-14,52	0,24
R_{NPM}	-0,32	-1,04	-0,28						

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
$P_{від}$	1,17	0,64	0,86	19,56	-0,69	-12,80	0,09	-14,52	0,24
$K_{зал}$	-23,22	-1,41	-2,13						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-7,76								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	-0,36								
ПАТ «Бердичивський машинобудівний завод «Прогрес»									
R_{ROE}	-0,27	-1,06	0,15	-0,29	1,38	0,07	-0,004	-0,57	-0,15
R_{NPM}	-0,11	-0,23	0,07						
$P_{від}$	0,93	0,81	0,80						
$K_{зал}$	2,63	5,67	2,94						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,79								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	1,23								
ПАТ «Сніжнянський завод хімічного машинобудування»									
R_{ROE}	-0,03	-0,09	-0,02	-0,17	-0,17	0,11	0,25	-0,002	-0,0003
R_{NPM}	-0,09	-0,61	-1,72						
$P_{від}$	0,28	0,13	0,01						
$K_{зал}$	1,16	1,19	1,21						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,06								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	-16,75								
ПАТ «Коростенський завод хімічного машинобудування»									
R_{ROE}	-0,20	-1,36	4,27	-0,33	-0,71	-0,15	0,78	-0,72	5,72
R_{NPM}	-0,04	-0,10	-0,15						
$P_{від}$	0,97	1,23	0,78						
$K_{зал}$	5,71	11,55	-37,35						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-1,2								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	5,79								
ПАТ «Мелітопоьський завод холодильного машинобудування «Рефма»									
R_{ROE}	-0,02	-0,83	-0,06	-0,56	0,68	0,09	0,10	-0,33	-0,01
R_{NPM}	-0,01	-0,28	-0,05						
$P_{від}$	0,73	0,62	0,21						
$K_{зал}$	2,84	4,76	5,82						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,8								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,77								
ВАТ «Геніченськй машинобудівний завод»									
R_{ROE}	-0,04	-0,09	-0,16	0	0	0	0	0	0
R_{NPM}	0	0	0						
$P_{від}$	0	0	0						
$K_{зал}$	1,04	1,13	1,04						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0								
ПАТ «Сєвєродонецький науково-дослідний та конструкторний інститут хімічного…»									
R_{ROE}	0,09	0,11	0,57	0,06	0,18	-0,05	0,13	0,02	0,17
R_{NPM}	0,03	0,05	0,13						
$P_{від}$	0,65	0,43	0,62						
$K_{зал}$	4,41	5,24	7,33						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0,03								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,48								
ПАТ «Український науково-дослідний та конструкторний інститут хімічного…»									
R_{ROE}	0,01	-0,03	-0,004	-0,03	-0,04	-0,001	0,07	-0,005	0,0002

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R_{NPM}	0,01	-0,03	-0,07	-0,03	-0,04	-0,001	0,07	-0,005	0,0002
$P_{від}$	0,81	0,85	0,05						
$K_{зал}$	1,06	1,24	1,18						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,04								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,03								
ПАТ «Головний інститут по проектуванню заводів тракторного, автомобільного та…»									
R_{ROE}	0,002	0,01	0,01	-0,003	0	0,002	0,003	-0,001	0,004
R_{NPM}	0,01	0,003	0,003						
$P_{від}$	0,23	0,71	1,48						
$K_{зал}$	1,65	1,11	1,97						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,002								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,007								
ПАТ «Радомишльський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	0,004	-0,0002	-0,01	-0,01	-0,06	0,0002	0,05	-0,0001	0,0001
R_{NPM}	0,01	-0,001	-0,21						
$P_{від}$	0,43	0,25	0,04						
$K_{зал}$	1,07	1,09	1,08						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,01								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	-0,01								
ПАТ «Монастирський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	0,02	-0,03	-0,003	-0,07	0,04	0,01	-0,0002	-0,002	0,001
R_{NPM}	0,01	-0,02	-0,002						
$P_{від}$	1,25	1,04	1,10						
$K_{зал}$	1,81	1,89	1,54						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-0,06								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,04								
ПАТ «Гребінківський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	0,01	0,02	0,04	0	0	0,01	0,01	0,003	0,01
R_{NPM}	0,01	0,01	0,01						
$P_{від}$	0,49	0,90	1,28						
$K_{зал}$	1,37	1,73	2,30						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0,01								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,02								
ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод»									
R_{ROE}	-0,16	-0,07	0,01	0,14	0,06	-0,01	0,0003	-0,03	-0,001
R_{NPM}	-0,11	-0,01	0,001						
$P_{від}$	0,54	0,95	1,01						
$K_{зал}$	2,68	5,51	4,58						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0,1								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	0,06								
ПАТ «Самбірський дослідно-експериментальний»									
R_{ROE}	0,23	0,17	0,11	8,47	-0,17	-8,24	0	-0,22	0
R_{NPM}	-0,15	-5,67	0						
$P_{від}$	0,89	0,04	0						
$K_{зал}$	-1,71	-0,74	-0,65						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	0,01								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	-0,17								

Закінчення таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе»									
R_{ROE}	2,96	-0,97	1,50	-4,85	-5,87	1,25	3,90	-0,02	4,44
R_{NPM}	0,67	-0,42	-2,99						
$P_{від}$	0,98	0,49	0,21						
$K_{зал}$	4,54	4,66	-2,41						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-3,62								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	2,47								
ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш»									
R_{ROE}	0,51	-1,09	0,35	-0,84	1,53	-0,06	-0,08	-0,61	-0,13
R_{NPM}	-0,15	0,09	-0,05						
$P_{від}$	0,61	0,72	0,62						
$K_{зал}$	-5,75	-15,18	-10,89						
$\Delta R_{ROE(заг)1}$	-1,51								
$\Delta R_{ROE(заг)2}$	1,44								

родонецький науково-дослідний та конструкторний інститут хімічного машинобудування», ПАТ «Коростенський завод хімічного машинобудування», ПАТ «Бердичивський машинобудівний завод «Прогрес», ПАТ «Бериславський машинобудівний завод», ПАТ «Конструкторське бюро коксохімічного машинобудування», ПАТ «Одеський машинобудівний завод «Червона гвардія», ПАТ «Дружківський машинобудівний завод», що характеризувалися відносним збільшенням чистого прибутку. Всі решта підприємств характеризувалися зниженням цього показника, що викликано зменшенням оборотності активів.

Що стосується показника ефективності діяльності підприємств машинобудівної промисловості (рентабельності продажу), то слід відзначити такі підприємства: ПАТ «Гребінківський машинобудівний завод», ПАТ «Головний інститут по проектуванню заводів тракторного, автомобільного та сільськогосподарського машинобудування», ПАТ «Сєвєродонецький науково-дослідний та конструкторний інститут хімічного машинобудування», ПАТ «Бердичивський машинобудівний завод «Прогрес», ПАТ «Конструкторське бюро коксохімії», тобто дані вказують на отримання суми операційного прибутку з кожної гривні проданої продукції. Інші підприємства характеризувалися зниженням цього коефіцієнта, що може бути викликано зростанням витрат на виробництво і реалізацію продукції або падінням загального обсягу продажів.

Показник «ресурсовіддача» (коефіцієнт обертання авансованого капіталу) в усіх аналізованих підприємствах, окрім ВАТ «Геніченськй машинобудівний завод», свідчив, що обсяг реалізованої продукції припадає на одну гривню коштів, вкладених у діяльність.

Щодо показника коефіцієнта фінансової залежності, який є індикатором фінансової стійкості, зазначено, що ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ПАТ «Гребінківський машинобудівний завод», ПАТ «Монастирький машинобудівний завод», ПАТ «Радомишльський машинобудівний завод», ПАТ «Головний інститут по проектуванню заводів тракторного, автомобільного та сільськогосподарського машинобудування», ПАТ «Український науково-дослідний та конструкторний інститут хімічного машинобудування», ПАТ «Сєвєродонецький науково-дослідний та конструкторний інститут хімічного машинобудування», ВАТ «Геніченськй машинобудівний завод», ПАТ «Мелітопоьський завод холодильного машинобудування «Рефма», ПАТ «Сніжнянський завод хімічного», ПАТ «Бердичивський машинобудівний завод «Прогрес», ПАТ «Коростенський машинобудівний завод», ПАТ «Конструкторське бюро коксохімічного машинобудування», ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря», ПАТ «Дружківський машинобудівний завод» здатні проводити прогнозовану діяльність у довгостроковій перспективі. Всім іншім аналізованим підприємствам, нормативне значення яких є нижчим, необхідно залучати додаткові кошти кредитних організацій, банків або інших підприємств. Для зниження залежності необхідно працювати в напрямі збільшення обсягу власного капіталу.

Оцінено рентабельність власного капіталу на прикладі 22-х підприємств машинобудівної промисловості для виявлення факторів, що мають вплив на отриманий результат. Аналізуючи коефіцієнт рентабельності власного капіталу, запропоновано використати модель Дюпона.

Під час проведення аналізу встановлено, що виділені фактори за рівнем значення та тенденціям до змін можуть мати різну специфіку отриманих даних. Виділено основні особливості щодо аналізу рентабельності власного капіталу:

– коефіцієнт рентабельності визначає результат роботи за аналізований період, він не відображає ймовірність та заплановану ефективність довгострокових інвестицій, тобто якщо підприємство переходить на нові технології або нові види продукції, які потребують більших вкладень, показники рентабельності можуть тимчасово знижуватися;

– проблема риска – багато підприємств приймають управлінські рішення щодо вибору, як вірно отримати прибуток за великих рисків або одним із показників риску саме й виступає коефіцієнт фінансової залежності, чим вище його значення, тим рискованіше з позиції інвесторів та кредиторів діяльність підприємства;

– проблема оцінки – чисельник і знаменник показника рентабельності відображається в грошових одиницях різних купівельних спроможностей.

У сучасних умовах актуальною для підприємств є аналіз прибутковості підприємства та виявлення резервів щодо її підвищення. А в умовах економії фінансових ресурсів розроблення шляхів підвищення прибутковості на підприємстві стає більш нагальним завданням. Оцінка прибутковості підприємства є важливим складником фінансової роботи на підприємстві. Проте під час розрахунку рентабельності неможливо врахувати престижність підприємства, торговельну марку, якість управління персоналом, саме тому ринкову ціну акцій часто збільшують за їх облікову вартість.

За результатами проведеного аналізу рентабельності власного капіталу автором запропоновано послідовність дій під час оцінки впливу факторів на отримання ефективного функціонування підприємств машинобудівної промисловості, що представлено на рис. 2.

Рис. 2. Послідовність дій оцінки впливу факторів під час формування системи фінансової діагностики машинобудівних підприємств

Як видно з рис. 2, факторний аналіз рентабельності власного капіталу машинобудівних підприємств, як і оцінку часткових коефіцієнтів, що входять до моделі Дюпона, для кожного підприємства необхідно здійснювати в динаміці, передусім аналізуючи тенденції змінень. Результатом такого аналізу має стати прийняття управлінських рішень, що стосуються як операційної, так і фінансової діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Перспективи поданих досліджень у сфері застосування моделі Дюпона для аналізу ефективності управління машинобудівними підприємствами пов'язані з накопиченням фактичної інформації про прибутковість їхньої діяльності, структуру капіталу й активів, винайденням додаткових факторів, що можуть збільшити економічну достовірність висновків, та використанням цих даних під час формування фінансової діагностики підприємств машинобудівної промисловості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про схвалення Концепції Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року від 17 липня 2013 р. № 603-р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/603-2013-%D1%80.

2. Семенов Г.А., Ярошевська О.В. Діагностика фінансово-економічного стану підприємства. Вісник економічної науки України. 2011. № 1. С. 136–141.

3. Васильчук Е.С., Замалаев П.С. Проблемы и методы прогнозирования финансовой несостоятельности предприятий. Бизнес Информ. 2012. № 5. С. 175–178.

4. Оценка и прогнозирование неплатежеспособности предприятий: монографія / Н.А. Кизим, И.С. Благун, Ю.С. Копчак. Х.: ИНЖЭК, 2004. 144 с.

5. Котенко Г.М. Виявлення переваг та недоліків методів оцінки фінансового стану підприємства. Коммунальное хозяйство городов. Серия «Экономические науки». 2008. Вып. 83. С. 203–212.

6. Гребеннікова О.В., Соломянова-Кирильчук К.О. Аналіз методів прогнозування банкрутства і обґрунтування системи показників визначення кризового стану підприємств машинобудування. Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии: сб. науч. трудов Нац. аэрокосм. ун-ту «ХАИ». 2007. Вып. 34. С. 219–226.

7. Гарасюк О.А., Троян В.І. Удосконалення сутності поняття «банкрутство» та прогнозування ймовірності банкрутства підприємств на основі використання сучасних методик (на прикладі ПрАт «Криворіжаглобуд»). Економіка. Управління. Інновації. 2013. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_11_.pdf.

8. Рзаєва Т.Г., Стасюк І.В. Зарубіжні методики визначення ймовірності банкрутства підприємства. Вісник Хмельницького нац. ун-ту. 2010. № 3. Т. 1. С. 177–181.

9. Фучеджи В.І. Характеристика методів та моделей діагностики кризового стану підприємства. Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку; відп. ред. О.Є. Кузьмін. 2010. № 691. С. 240–245.

10. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Львівська політехніка, 2010. 344 с.

11. Жукова Д.А. Методичне забезпечення аналізу фінансово-економічного стану машинобудівних підприємств. Економіка: реалії часу. 2015. № 3 (19). С. 60–69.

REFERENCES:

1. Pro skhvalennia Kontseptsii Zahalnoderzhavnoi tsilovoi ekonomichnoi prohramy rozvytku promyslovosti na period do 2020 roku vid 17 lypnia 2013 r. № 603-r. [On Approval of the Concept of the National Target Economic Program for the Development of Industry for the period up to 2020 from July 17, 2013 No. 603-p.] (Elektronnyi resurs). – Rezhym dostupu : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/603-2013-%D1%80. (Accessed 25 March 2018).

2. Semenov H. A., Yaroshevska O. V. (2011) Diahnostyka finansovo-ekonomichnoho stanu pidpryiemstva [Diagnostics of the financial and economic condition of the enterprise] Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy, no.1, pp. 136–141.

3. Vasylchuk E. S. (2012) Problemы y metodы prohnozyrovanyia fynansovoi nesostoiatelnosty predpryiatyi [Problems and methods of forecasting financial insolvency of enterprises] Byznes–Ynform, no. 5, pp. 175–178.

4. Kyzym N. A. (2004) Otsenka y prohnozyrovanye neplatezhesposobnosty predpryiatyi : monohrafiia [Estimation and forecasting insolvency of enterprises], Kh.: Yzdatelskyi Dom "YNZhЭK", 144 p. (in Ukrainian)

5. Kotenko H. M. (2008) Vyiavlennia perevah ta nedolikiv metodiv otsinky finansovoho stanu pidpryiemstva [Identify the advantages and disadvantages of methods for assessing the financial condition of the enterprise] Kommunalnoe khaziaistvo horodov, Seryia: Эkonomycheskye nauky, no. 83, pp. 203–212.

6. Hrebenikova O. V., Solomianova-Kyrylchuk K. O. (2007) Analiz metodiv prohnozuvannia bankrutstva i obgruntuvannia systemy pokaznykiv vyznachennia kryzovoho stanu pidpryiemstv mashynobuduvannia [Analysis of bankruptcy forecasting methods and justification of the system of indicators for determining the crisis situation of mechanical engineering enterprises] Otkrыtыe ynformatsyonnыe y kompiuternыe yntehryrovannыe tekhnolohyy : sb.nauch.trudov, nats.aэrokosm.un-t "KhAY", Kh., no.34, pp.219-226.

7. Harasiuk O. A., Troian V. I. (2013) Udoskonalennia sutnosti poniattia "bankrutstvo" ta prohnozuvannia ymovirnosti bankrutstva pidpryiemstv na osnovi vykorystannia suchasnykh metodyk (na prykladi PrAt "Kryvorizhahlobud") [Improvement of the essence of the concept of "bankruptcy" and forecasting the probability of bankruptcy of enterprises based on the use of modern techniques (for example, PrAT "Kryvorizhgalobud")] (Elektronnyi resurs) Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsiiiu, no. 1, Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_11_.pdf. (Accessed 23 March 2018)

8. Rzaieva T. H., Stasiuk I. V. (2010) Zarubizhni metodyky vyznachennia ymovirnosti bankrutstva pid-

pryiemstva [Foreign methods for determining the probability of bankruptcy of an enterprise] Visnyk Khmelnytskoho nats.un-tu, no.3, T.1, pp. 177–181.

9. Fuchedzhy V. I. (2010) Kharakterystyka metodiv ta modelei diahnostyky kryzovoho stanu pidpryiemstva [Characteristics of methods and models of diagnostics of the crisis state of the enterprise] Menedzhment ta pidpryiemstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku :zb. nauk. pr. / Vydavnytstvo "Lvivskoi politekhniky"; vidpovid.redakt. O. Ye. Kuzmin. – Lviv,– Visnyk Nats. un-tu "Lvivska politekhnika", no.691, pp. 240–245.

10. Melnyk O. H. (2010) Systemy diahnostyky diialnosti mashynobudivnykh pidpryiemstv: polikryterialna kontseptsiia ta instrumentarii [Systems of diagnostics of activity of machine-building enterprises: polycrystalline concept and tools], Lviv : Vydavnytstvo "Lvivskoi politekhniky", 344 p. (in Ukrainian)

11. Zhukova D. A. (2015) Metodychne zabezpechennia analizu finansovo-ekonomichnoho stanu mashynobudivnykh pidpryiemstv [Methodical provision of analysis of the financial and economic condition of machine-building enterprises] Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal, no.3(19), pp. 60–69.

Chernyshov V.V.
Senior Instructor at Department of Finance
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ANALYSIS OF DIRECTIONS OF FINANCIAL DIAGNOSIS SYSTEM IMPLEMENTATION AT ENGINEERING ENTERPRISES

The article defines motivational advantages of financial diagnosis system implementation at engineering enterprises. Analysis of the motivation directions for the implementation of financial diagnosis was carried out at 22 enterprises in the following regions of Ukraine: Kharkiv, Lviv, Donetsk, Odesa, Zhytomyr, Kherson, Zaporizhzhia, Luhansk, Cherkasy, and Kyiv. Motivational directions of financial diagnosis implementation at the engineering enterprises were estimated. The analysis of motivational advantages shows that choosing the most important goals for the enterprise managers consider to increase the level of profitability and enter international markets. The plan the motivational directions estimation of financial diagnosis system implementation at the engineering enterprises was determined. The author proposes to analyse the profitability of equity, which will enable to certify the effectiveness of the regulation mechanism of financial activities of engineering enterprises. The factor analysis of equity profitability was conducted using 22 enterprises during 2014–2016 in order to form a financial diagnosis of the engineering enterprises. The dependence of the coefficient of equity profitability on the resource return, the coefficient of financial dependence, and profitability of sale was established. In order to conduct the factor analysis of the engineering enterprises equity profitability, the method of chain substitutions is used. Changes in equity profitability coefficient are due to changes in the net sales profitability indicator. Changes in the coefficient of equity profitability are due to changes in the indicator of resource return. Changes in the coefficient of equity profitability are due to changes in the coefficient of financial dependence. To analyse the equity profitability of the company, the following sequence was defined: the indicators of equity profitability, net profitability of sales, resource return and the coefficient of financial dependence were calculated; the changes in the coefficient of equity profitability were calculated due to changes in net profitability indicators during 2014–2016; the changes in the coefficient of equity profitability by the change of the resource return during 2014–2016 were defined; the changes in the coefficient of equity profitability by the changes of the financial dependence indicator during 2014–2016 were calculated; the total value of change of the equity profitability indicator was calculated considering each of the factors (profitability of sales, resource return and coefficient of financial dependence), which determines the general value of the coefficient. According to the results of the equity profitability analysis, the author proposed a sequence of actions in factors' influence estimation for the effective operation of enterprises in the engineering industry. The main features of the equity profitability analysis at the engineering enterprises are highlighted. The prospects of the research in the sphere of DuPont model use for analysing the management effectiveness of engineering enterprises are related to the accumulation of factual information on the profitability of their activities, the structure of capital and assets, the identification of additional factors that can increase the economic validity of the findings, and the use of this data in the formation of engineering enterprises' financial diagnosis.

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
INTERNET ADVERTISING: TRENDS AND PROSPECTS

УДК 659.1.01

Шаповал А.С.
студент
Донецький національний університет
імені Василя Стуса
Янчук Т.В.
к.е.н., доцент
Донецький національний університет
імені Василя Стуса

У статті проаналізовано та виявлено тенденції у становленні та розвитку ринку Інтернет-реклами. Проаналізовано обсяг рекламного ринку в Україні, а також обсяг ринку Інтернет-реклами. Розглянуто досвід розвитку Інтернет-реклами та визначено найпопулярніші Інтернет-платформи для реклами та рекламодавців в Україні. Зосереджено увагу на ефективності Інтернет-реклами та особливостях її впливу на аудиторію.
Ключові слова: *Інтернет, реклама, маркетинг, рекламодавці, Інтернет-користувачі, мобільний Інтернет, медійна реклама, пошукова реклама.*

В статье проанализированы и выявлены тенденции в становлении и развитии рынка Интернет-рекламы. Проанализированы объем рекламного рынка в Украине и объем рынка Интернет-рекламы. Рассмотрен опыт развития Интернет-рекламы, определены самые популярные Интернет-платформы для рекламы и рекламодателей в Украине. Внимание сосредоточено на эффективности Интернет-рекламы и особенностях ее воздействия на аудиторию.
Ключевые слова: *Интернет-реклама, маркетинг, рекламодатели, Интернет-пользователи, мобильный Интернет, медийная реклама, поисковая реклама.*

The article analyzes and reveals the trends in the development, development market of the Internet advertising. The volume of the advertising market in Ukraine, as well as the volume of the Internet advertising market, has been analyzed. The experience of the development of Internet advertising has been analyzed, the most popular Internet platforms for advertising. The focus is on the effectiveness of Internet advertising and the peculiarities of its impact on the audience.
Key words: *Internet, advertising, marketing, advertisers, Internet users, mobile Internet, media advertising, search advertising.*

Постановка проблеми. Інтернет-реклама – це сучасний та найбільш перспективний сегмент медійно-комунікаційного ринку. Інтернет усе більше починає поглинати всі сфери діяльності суспільства, з кожним роком чисельність користувачів збільшується. Нині Інтернет-реклама є одним із найперспективніших сегментів рекламного ринку, який розвивається доволі швидкими темпами та через це затрудняє роботу рекламодавців, перед якими постає нелегке завдання щодо вибору потрібної Інтернет-платформи на якій можна просувати товари чи послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання становлення і розвитку Інтернет-реклами знайшли широке відображення у працях відомих учених Р. Александера, Г. Армстронга, Б. Бермана, Дж. Гелбрейта, Ф. Котлера, А. Маслоу, М. Портера, Дж. Еванса, котрі заклали підвалини подальших досліджень у галузі маркетингу та реклами. Серед вітчизняних учених, які займалися цією проблематикою, можна виділити таких, як О. Об'єдугіна [1], І. Осадца [2], І. Міщенко [5], Л. Байдалюк [6], Л. Зацна [10] та ін. Водночас існує велика кількість невирішених проблем у розвитку та використанні Інтернет-реклами на практиці, тому є необхідність для подальших наукових досліджень у цьому напрямі.

Постановка завдання. У статті необхідно проаналізувати тенденції розвитку світової мережі Інтернет; визначити найбільш дієві види Інтернет-реклами в сучасному просторі; дослідити український ринок Інтернет-реклами, аудиторію її споживачів та користувачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтернет-реклама вперше з'явилася на початку 1990-х років у США, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари [1]. Першим Інтернет-рекламу почав запроваджувати американський пошуковий сайт Yahoo! у вигляді графічних рекламних повідомлень-банерів. У кінці 1995 – на початку 1996 рр. Yahoo! починає займатися розміщенням банерів на сторінках пошуку. Але лідером ця компанія була недовго, адже вже 4 вересня 1998 р. була створена компанія Google, яка швидко вийшла на передові позиції Інтернет-ринку та стала першою за популярністю у світі пошуковою системою, яка обробляє 41 млрд. 345 млн. запитів на місяць (62,4% всього ринку). На платформі Google базується найбільша в світі система онлайн-реклами – Google AdWords [2].

Із появою Інтернету у сфері організації та ведення економічної діяльності почали виникати нові напрями бізнесу, які значно відрізнялися від існуючих. Так, досягнення науково-технічного прогресу послужили тією базою, на якій розгортається Інтернет-реклама.

Із кожним роком кількість користувачів Інтернетом зростає. Нині до Всесвітньої мережі має доступ 54,4% населення Землі, причому найбільша частка користувачі від числа населення світу належить Азії – 48,7% (табл. 1). Така тенденція пов’язана з тим, що в Азійському регіоні доволі сприятливі економічні, технологічні та демографічні чинники. Також Азія є надзвичайно привабливою для інвесторів та рекламодавців.

Прослідковується також тенденція швидкого переходу від настільного ПК до мобільного телефону (рис. 1). У ІІ кварталі 2017 р. виявлено збільшення частки доходу мобільного зв'язку від Інтернет-реклами до 54%. У річному розрахунку рекламні доходи мобільних пристроїв зросли на

40%, збільшивши свою частку у загальному обсязі надходжень із 47% у 2016 р. до 54% у 2017 р. Саме за рахунок Африканського й Азіатсько-Тихоокеанського регіонів відбувається стрімке зростання ринку мобільного зв'язку. За даними Міжнародної дослідницької компанії Newzoo, список найактивніших користувачів смартфонами очолює Китай, на який припадає 700 млн. користувачів, друге місце посідає Індія – 300 млн. Україна у цьому рейтингу посідає 38-е місце з обсягом користувачів 10 млн.

Стрімке збільшення Інтернет-користувачів можна пояснити тим, що Інтернет полегшує життя майже в кожній сфері, дає змогу швидко та без утрати власного часу купувати необхідні товари, не виходячи з дому, за більш прийнятною ціною з доставкою. Нині за допомогою Інтернету є можливість отримувати чималий дохід. Одним із головних джерел отримання такого доходу є Інтернет-реклама, яка безпосередньо допомагає в просуванні товарів та послуг та з кожним роком стає все більш перспективним і доступним носієм рекламної інформації. Багато сфер бізнесу фінансують в онлайн-рекламу велику кількість коштів для приваблення потенційних покупців та бізнес-партнерів.

Інтернет-реклама допомагає рекламодавцями швидко та якісно зібрати необхідну інформацію про споживачів та інші суб'єкти рекламного ринку, для яких було створене рекламне повідомлення:

– кількість користувачів, що відвідали сторінку з рекламою;
– кількість показів банера;
– кількість кліків на банер;
– частота показів реклами користувачам;
– як часто, коли, скільки часу й які саме сторінки проглядаються користувачами;
– приріст або зменшення кількості переглядів;

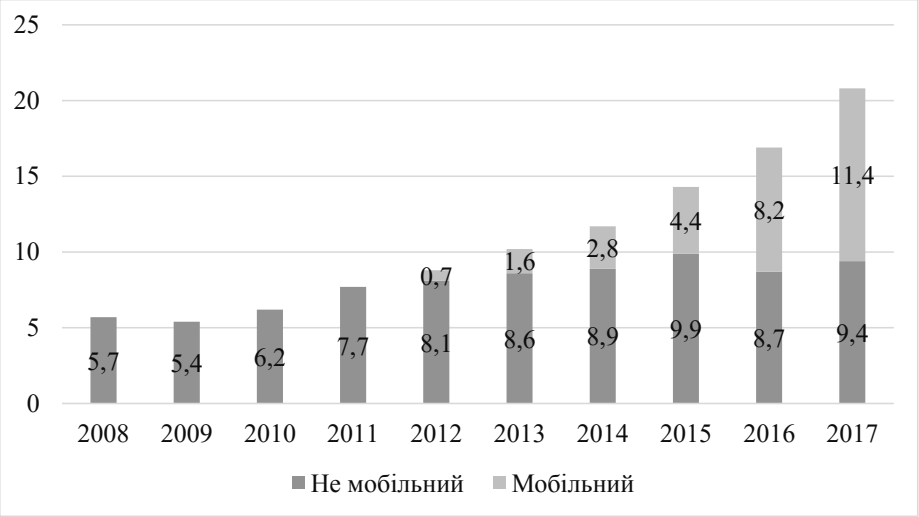


Рис. 1. Динаміка доходів від користування мережею Інтернет у період 2008–2017 рр., млрд. дол. [4]

Таблиця 1

Користування Інтернетом у світі відносно кількості населення [3]

Географічний регіон	Населення (поч. 2018 р.), осіб	Кількість Інтернет-користувачів (на 31 грудня 2000 р.)	Кількість Інтернет-користувачів (на 31 грудня 2012 р.)	Проникнення у 2017 р. (% загальної кількості населення), %	Зростання у 2000–2018 рр., %	Частка користувачів від числа населення світу, %
Африка	1287914329	4514400	453329534	35,2	9,941	10,9
Азія	4207588157	114304000	2023630194	48,1	1,670	48,7
Європа	827650849	105096093	704833752	85,2	570	17,0
Латинська Америка/ Кариби	652047996	593688638	437001277	67,0	2,318	10,5
Ближній Схід	254438981	3284800	164037259	64,5	4893	3,9
Північна Америка	363844662	108096800	345660847	95,0	219	8,3
Океанія/ Австралія	41273454	7620480	28439277	68,9	273	0,7
Разом у світі	**7634758428**	**360985492**	**4156932140**	**54,4**	**1,052**	**100,0**

– особисту інформацію про користувачів під час реєстрації.

Після детального аналізу цієї інформації можна швидко скорегувати рекламну кампанію, виявити помилки, оцінити економічну та комунікаційну ефективність реклами.

Аналізуючи ринок реклами, чітко видно, що сегмент Інтернет-реклами вийшов на передові позиції в США та в 2016 р. становив 72,5%. Із кожним роком прихильність користувачів мережі Інтернет зростає, тим самим дає змогу для отримання високого прибутку (рис. 2).

Через свою популярність Інтернет-реклама має безліч переваг [6]: цілодобову доступність; велике охоплення цільової аудиторії; швидке розповсюдження інформації; високу інформативність; оперативність оновлення інформації; можливість зворотного зв'язку; ненав'язливість рекламного посилання; використання можливостей доведення до користувача інформації – текст, графіка, звук, відеозображення; зручність та простота використання для споживача, можливе контролювання пошуку і одержання інформації; низькі витрати власного часу на пошук інформації.

Сьогодні можна виділити два основних сегменти Інтернет-реклами:

– медійна реклама – текстово-графічні (банерні) рекламні матеріали, які розміщуються на рекламних площах. Сам дохід від медійної реклами в США за останні роки майже не змінився, але за рахунок розширення ринку постійно зростає ціна розміщення.

Головними лідерами з розміщення медійної реклами є Google, Yahoo, «Яндекс», «Рамблер». Із вітчизняних – «Українська банерна мережа», BigBN, Advertarium, AdRock;

– пошукова реклама – текстово-графічні рекламні матеріали, які розміщуються поруч із результатами пошуку. В останні роки у США існує тенденція до зростання даного сегменту. Найвідомішими компаніями, які надають такі послуги, є Google, Yahoo, «Яндекс», MSN, «Мета» (Україна).

Популярним видом пошукової реклами є контекстна реклама в основі якої лежить принцип відповідності змісту рекламного матеріалу контексту (інформації) Інтернет-сайту, на якому розміщується даний матеріал. Це вид реклами є доволі доступним та дешевим порівняно з банерами. Наприклад, у UAнеті місячна медійна кампанія коштує від 2–4 тис. до 7–15 тис. дол., контекстна – лише від 50 до 700 дол. на місяць [7]. Основними представниками даного напряму є іноземні Google AdWords, «Яндекс Директ» та українські «Мета-контекст», «Бігмір- Інтернет».

Отже, за рахунок пошукової та медійної реклами більшість інших напрямів реклами втрачає свої популярність та актуальність.

Розглядаючи конкретно український ринок Інтернет-реклами, то тут також спостерігається значне зростання, хоча ще в 2004 р. він був оцінений лише в 1,5 млн. дол., це пояснюється тим, що Інтернет-реклама у нас була започаткована значно пізніше, ніж в інших європейських країнах. Кількість Інтернет-користувачів зростала повільними темпами через низьку платіжну спроможність населення. Якщо розглянути розподіл обсягу Інтернет-реклами за сегментами, то бачимо, що лідируючі позиції займає банерна реклама – 50% (рис. 3).

В Україні існує велика кількість компаній, які надають послуги Інтернет-реклами: «Мета», холдинг «Бігмір-Інтернет», Target Media Group Ukraine, Exo, сейл-хаус FISH, «УБС», агентство «Раскрутка», AdRock. Хоча лідерство на цьому ринку зберігає загальновизнаний бренд Google.

Інтернет-реклама, як і будь-яка інша реклама, створюється для привернення уваги потенційних

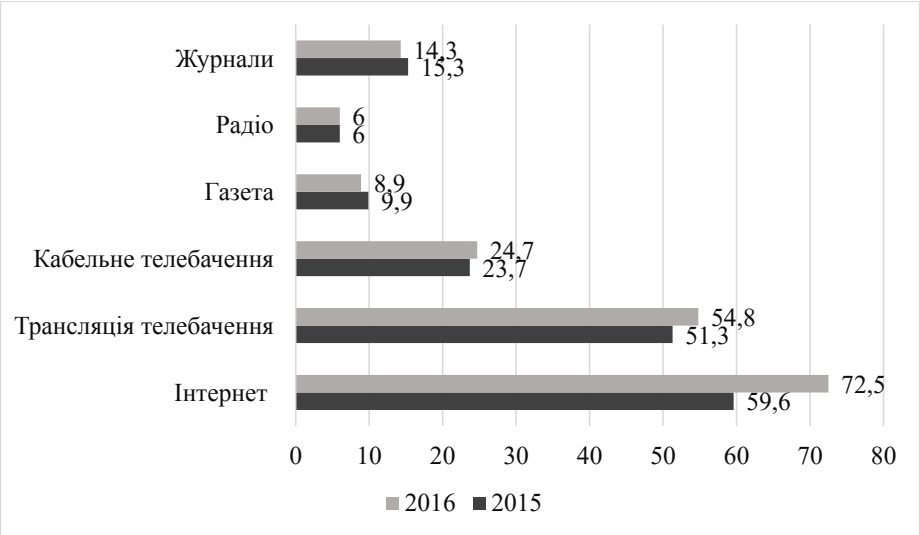


Рис. 2. Річний дохід від Інтернет-реклами за видами у США за 2015–2016 рр., млрд. дол. [3]

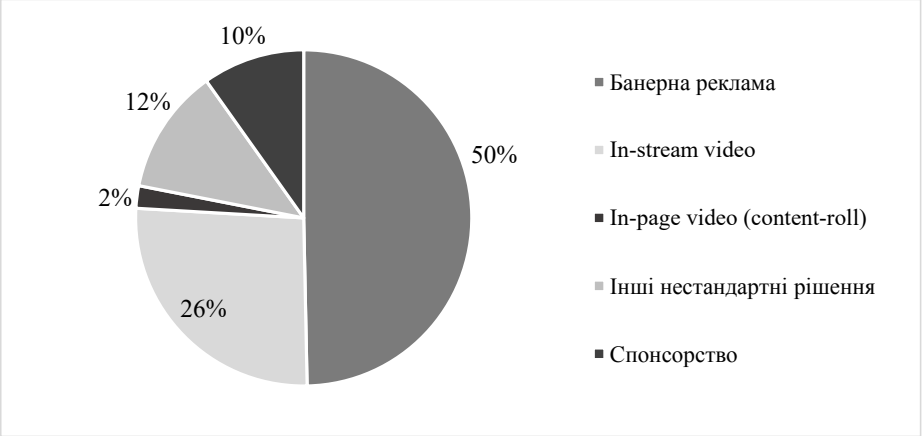


Рис. 3. Частки сегментів медійної Інтернет-реклами в Україні 2017 р. [8]

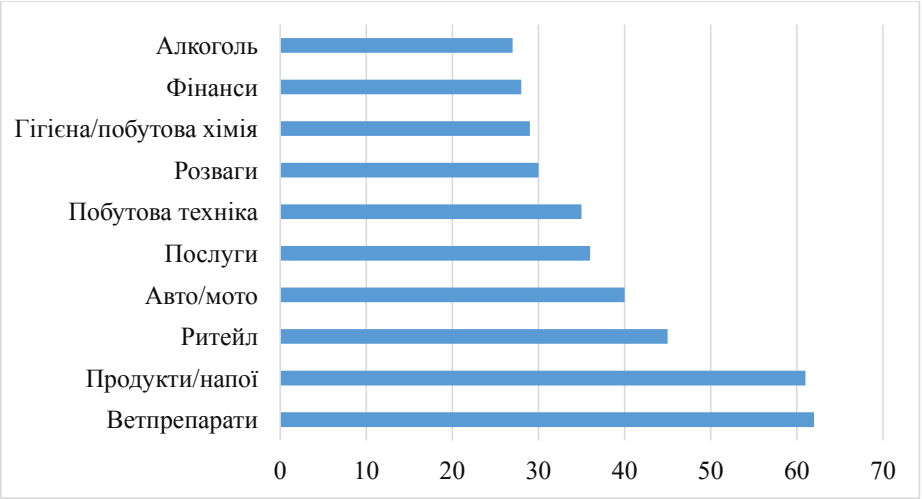


Рис. 4. Кількість рекламодавців в Україні в 2017 р. [9]

клієнтів та підтримання іміджу в наявної аудиторії. Аналізуючи кількість рекламодавців в Україні, можна сказати, що найбільша їх кількість займається просуванням в Інтернеті ветпрепаратів та продуктів і напоїв (рис. 4).

Висновки з проведеного дослідження. У сучасних умовах господарювання реалізація будь-яких товарів або послуг неможлива без активного рекламування їх сучасними засобами. У сучасному світі Інтернет-маркетинг – це невід'ємний складник маркетингової діяльності підприємства, яке прагне бути конкурентоспроможним на сучасному ринку. Інноваційність явища Інтернет-маркетингу полягає у тому, що він сприяє ефективнішому плануванню та реалізації маркетингової політики підприємства. Інтернет-маркетинг дає низку нових інноваційних інструментів для маркетингової діяльності, які допомагають повніше виявити та задовольнити потреби споживачів і, як наслідок, максимізувати прибутки підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Об'єдугіна О.О. Інтернет-маркетинг як засіб маркетингових комунікацій. Управління розвитком. 2014. № 5(168). С. 9–11.
2. Осадца І. Новітні тенденції на ринку інтернет-реклами в Україні та світі: підходи до теми. 2014. С. 45-61.
3. Internet World Stats. URL: http://www.internetworldstats.com/stats.htm.
4. Україна за кількістю користувачів смартфонів. URL: http://watcher.com.ua/2017/05/17/ukrayina-38-ma-v-sviti-za-kilkistyu korystuvachiv-smartfoniv/.
5. Internet Advertising Revenue Report (IAB). URL: https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/04/IAB_Internet_ Advertising_Revenue_Report_FY_2016.pdf.
6. Міщенко І.Ю. Особливість і ефективність інтернет-реклами у маркетинговій політиці підприємств. Управління розвитком. 2013. № 15(155). С. 100–103.
7. Байдалюк Л.В. Становлення ринку інтернет-реклами у вітчизняному просторі. Ефективна економіка. 2010. № 2.
8. Ринок Інтернет-реклами в Україні. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2017/08/21/628263/.

9. Ринок медійної інтернет-реклами у 2017 році. URL: http://detector.media/rinok/article/134263/2018-02-01-rinok-mediinoi-internet-reklami-u-2017-rotsi-sklav-251-mlrn-grn-inau/.

10. Як зростуть ціни на Інтернет-рекламу в 2018 р. URL: https://mind.ua/publications/20181489-yak-zrostut-cini-na-internet-reklamu-u-2018-roci.

11. Зацна Л. Інноваційні можливості застосування комунікацій в Інтернет-маркетингу. Галицький економічний вісник. 2013. № 4 (43). С. 215–221.

REFERENCES:

1. Objedugina O. O. (2014) Internet-marketing yak zasib marketingovih komunikatsiy [Internet marketing as a means of marketing communications]. “Development management”: pp. 9-11.

2. Osadtsa I. (2014) Novitni tendentsiyi na rinku Internet-reklami v Ukrayini ta sviti: pidhodi do temi [Recent trends in the Internet advertising market in Ukraine and in the world: approaches to the topic], pp. 45-61.

3. Internet World Stats [Electronic resource]. – Access mode: http://www.internetworldstats.com/stats.htm

4. Ukrayina za kilkistyu koristuvachiv smart-foniv [Electronic resource]. – Access mode: http://watcher.com.ua/2017/05/17/ukrayina-38-ma-v-sviti-za-kilkistyu korystuvachiv-smartfoniv/

5. Internet Advertising Revenue Report (IAB) [Electronic resource]. – Access mode: https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/04/IAB_Internet_Advertising_Revenue_Report_FY_2016.pdf

6. Mischenko I. Y. (2013) Osoblivist i efektivnist Internet-reklami u marketingoviy polititsi pidpremstv [Feature and effectiveness of online advertising in the marketing policy of enterprises]. “Development management”: pp. 100-103.

7. Baydalyuk L. V. (2010) Stanovlennya rinku Internet-reklami u vitchiznyanomu prostori [The formation of the Internet advertising market in the domestic space]. “Effective economy”: № 2.

8. Rinok Internet-reklami v Ukrayini [Electronic resource]. – Access mode: https://www.epravda.com.ua/news/2017/08/21/628263/

9. Rinok mediynoyi Internet-reklami u 2017 rotsi [Electronic resource]. – Access mode: http://detector.media/rinok/article/134263/2018-02-01-rinok-mediinoi-internet-reklami-u-2017-rotsi-sklav-251-mlrn-grn-inau/

10. Yak zrostut tsini na Internet-reklamu u 2018 rotsi [Electronic resource]. – Access mode: https://mind.ua/publications/20181489-yak-zrostut-cini-na-internet-reklamu-u-2018-roci

11. Zatsna L. (2013) Innovatsiyni mozhlivosti zastosuvannya komunikatsiy v Internet-marketingu [Innovative possibilities of application of communications in Internet marketing]. Galician Economic Herald: pp. 215-221

Yanchuk T.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Vasyl Stus Donetsk National University
Shapoval A.S.
Student
Vasyl Stus Donetsk National University

INTERNET ADVERTISING: TRENDS AND PROSPECTS

The article analyzes and reveals the trends in the formation and development of the market of Internet advertising. The volume of the advertising market in Ukraine, as well as the volume of the Internet advertising market, is analyzed. The experience of the development of Internet advertising is analyzed, the most popular Internet platforms for advertising are considered. Also in the Ukrainian Internet media, it is a widespread phenomenon of hidden political advertising, which constitutes a violation of data media reporters’ principle of the compliance of balance and impartiality. As a result of the study, it is found that, under difficult economic conditions, the priority channels of advertising communications will be television and Internet advertising. Despite the overall decline in the advertising market volume, the Internet as the advertising-communication channel will continue to gain momentum due to flexibility, interactivity, and targeting to the destination groups. With increasing volumes, the efficiency of the Internet advertising use grows. Results of researches show that on rates of development, Internet advertising considerably outgoes the growth of offline advertising market. The focus is on the effectiveness of Internet advertising and the peculiarities of its impact on the audience.

СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА СУТНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

CURRENT VIEW ON NATURE OF ENTERPRISE INTERNATIONAL COMPETITIVE STRATEGY

УДК 339.137.2

Шестакова О.А.
к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті розглянуто погляди на визначення конкурентної стратегії підприємства, встановлено наявність великої кількості розбіжностей у трактуванні самої сутності даної категорії та розглянуто стратегії «блакитного» та «червоного» океанів як сучасний погляд на міжнародну конкурентну стратегію підприємства.
Ключові слова: *конкурентна стратегія, міжнародна стратегія підприємства, конкурентна поведінка, конкурентна боротьба, конкурентоспроможність, «блакитний океан», «червоний океан».*

В статье рассмотрены существующие взгляды на определение конкурентной стратегии предприятия, установлено наличие большого количества разногласий в трактовке самой сущности данной категории и рассмотрены стратегии «голубого» и «красного» океанов, как современный взгляд на международную конкурентную стратегию предприятия
Ключевые слова: *конкурентная стратегия, международная стратегия предприятия, конкурентное поведение, конкурентная борьба, конкурентоспособность, «голубой океан», «красный океан».*

The article discusses current views on the definition of competitive business strategy, the presence of a large number of differences in the interpretation of the very essence of this category is determined, "the blue and red ocean" strategy is considered as a modern view on company competitive strategy.
Key words: *competitive strategy, enterprise international strategy, competitive behaviour, competition, competitiveness, blue ocean, red ocean.*

Постановка проблеми. Глобалізаційні процеси, з одного боку, дають сучасним компаніям нові можливості для роботи та розвитку в площині міжнародної економічної діяльності, а з іншого – призводять до ускладнення механізмів конкурентної боротьби через посилення протистояння між підприємствами в боротьбі за частку зовнішнього ринку, спонукаючи їх до безперервного пошуку нових і нових шляхів формування стійких конкурентних переваг. Важливу роль у цьому процесі відіграє вибір міжнародної конкурентної стратегії підприємства яка б відповідала її стратегічним цілям, наявним можливостям та умовам зовнішнього ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питання міжнародних стратегій конкуренції займалися такі закордонні вчені, як: Ф. Вірсема, Ф. Котлер, Кеніче Омає, Р. Моробон, К.К. Пархалад, М. Портер, Є. Райс, Л. Раменський, Дж. Траут, М. Трейси, Г. Хамел, Чан Кім, а також вітчизняні: І. Должанський, Н. Горбаль, А. Кузнєцов, О. Кузьмін, Л. Піддубна та ін. Але стрімкий розвиток та динамічні зміни міжнародного ринкового середовища вимагають від науковців та управлінців вищої ланки систематизації наявних різновидів міжнародних конкурентних стратегій підприємства та безперервного пошуку нових форм конкурентних стратегій.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз наявних поглядів на визначення сутності такого явища, як конкурентна стратегія підприємства, та розгляд теорії «блакитного» та «червоного» океанів як унікальної, відмінної від інших теорій формування міжнародної конкурентної стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на велику кількість наукових робіт, присвячених питанню визначення та вибору міжнародної конкурентної стратегії підприємства, вчені й досі не дійшли згоди щодо визначення самої сутності поняття «конкурентна стратегія».

Так, І. Ансофф стверджує, що конкурентна стратегія – це стратегія, що концентрується на діях та підходах, які пов'язанні з управлінням і спрямовані на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні) [1, с. 260].

Ю. Іванов уважає, що конкурентна стратегія – це ретельно розроблена програма заходів, які мають бути реалізовані організацією для досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації організації до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі [2, с. 70].

О. Нефедова визначає конкурентну стратегію як спосіб довгострокової поведінки підприємства, проте будь-яка стратегія, зокрема конкурентна, є функцією не часу, а мети. Поставленої мети можна досягти протягом певного періоду часу, який прямо залежить від її особливостей та інших факторів. Окрім того, конкурентну стратегію можна розробляти для досягнення певного рівня конкурентоспроможності, а вже потім спрямувати на «збереження досягнутого рівня конкурентоспроможності чи його підвищення» [3].

П.С. Смоленюк уважає, що конкурентна стратегія – це спосіб отримання стійких конкурентних переваг підприємства шляхом конкурентної боротьби, задоволення різних і мінливих потреб покупців краще, ніж це роблять конкуренти. Конкурентна стратегія підприємства дає змогу дати

відповідь на питання, як підприємство конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого воно витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі [4].

Н. Треньов: «…стратегія конкурентної боротьби за кожним складником портфелю бізнесів у різних видах діяльності» [5, с. 58].

З. Шершньова: «…це ділова стратегія організації, основою якої є стійка конкурентна перевага» [7, с. 24].

М. Портер акцентує увагу на тому, що конкурентна стратегія спрямована на зайняття стійкої і вигідної позиції, яка дасть змогу організації протистояти натиску тих сил, які визначають конкурентну боротьбу в галузі [9, с. 25].

Низка наукових публікацій зарубіжних учених переплітається з дослідженнями М. Портера. Зокрема, відомим японським фахівцем у галузі корпоративних стратегій Кенічі Омає була розроблена модель стратегічного планування 3К (3С). У рамках цієї моделі він виділяє ключові чинники успіху компанії, які, об'єднавши в так званий «стратегічний трикутник» (Корпорація, Клієнт, Конкуренти), можна спрямувати на досягнення сталих стратегічних конкурентних переваг. Стратегія компанії повинна бути націлена на максимізацію переваг щодо конкурентів у найбільш критичних для досягнення успіху напрямах діяльності. Автор концепції вважає, що для перемоги в конкурентній боротьбі компанії немає необхідності бути лідером у всіх функціональних напрямах, важливих для даної галузі. Якщо вона може досягти вирішальної переваги в одному напряму, але найважливішому, то зможе перевершити конкурентів навіть за умови досягнення середньогалузевих показників у всіх інших [8].

Досить цікавим є дослідження В. Чан Кіма та Р. Моборна «Стратегія блакитного океану». На відміну від інших авторів, що пропонують підприємствам використовувати конкурентні стратегії, головною метою яких є забезпечення лідерства з-поміж інших гравців на вибраному полі конкурентної битви, Чан Кім пропонує підприємствам по-новому подивитися на міжнародний ринковий простір та відійти від класичної конкуренції. Ринковий всесвіт Чан Кім пропонує розглядати як два океани – червоний та блакитний.

Яскраво-червоний океан символізує відомі нині галузі, межі яких визначені, а правила гри всім відомі. У міру посилення конкурентної боротьби на такому ринку перспективи зростання й отримання прибутку в компанії стають усе більш сумнівними. Новинки перетворюються в товари масового споживання, а зростаюча конкуренція забарвлює води цього бізнес-океану в криваво-червоний колір. Аналізуючи дані понад тридцяти індустрій за останні сто років, дослідники виявили певну послідовність стратегічного мислення, яке передувало створенню нового ринку або індустрії. Це й було названо «стратегією блакитного океану». Логіка цієї стратегії відрізняється від традиційних моделей галузевої конкуренції, названих авторами «червоним океаном», тобто від конкуренції на наявному ринку та знаходженням компромісу між перевагами пропонованого товару і ціною. «Блакитний океан» – це незаймані ділянки ринку, які дають можливість необмеженого зростання і високих прибутків. Це ще неіснуючі галузі, де конкуренція нікому не загрожує, оскільки правила гри тільки належить сформулювати. Тут є достатньо можливостей для розвитку підприємства, для збільшення прибутку та швидких темпів зростання.

Порівняльну характеристику обох стратегій наведено в табл. 1.

Згідно із цією теорією, навіть на самих досліджених ринках можна ухилятися від конкуренції, знаходити нові ніші й упроваджувати нові стратегії швидко і з оптимальними витратами, насолоджуючись чистими і безпечними водами вільного «блакитного океану». Як найбільш репрезентативний приклад використання стратегії «блакитного океану» розглядається всесвітньо відомий Cirque du Soleil. Ця трупа за двадцять років познайомила зі своїми уявленнями 40 млн. осіб у 90 містах світу й отримує такі прибутки, які й не снилися найстарішим і знаменитим циркам – лідерам цієї індустрії. Секрет Cirque du Soleil полягав у тому, що він не пішов звичайним шляхом переманювання

Таблиця 1

Порівняльний аналіз стратегій «червоного» та «блакитного» океанів

Характеристика	Стратегія «червоного океану»	Стратегія «блакитного океану»
Конкурентний простір	конкурувати на наявному ринку	створювати вільний від конкуренції ринок
Конкурентна поведінка	перемагати конкурентів	викорінювати конкуренцію
Потенціал ринку	використовувати наявний попит	формувати та використовувати новий попит
Ключовий фактор конкурентного успіху	компроміс між перевагами продукту та його ціною	відмова від компромісів між перевагами продукту та його ціною
Конкурентний вибір	адаптувати всю систему операцій компанії відповідно до її стратегічного вибору: унікальні переваги або низька ціна	адаптувати всю систему операцій компанії так, щоб запропонувати за низькою ціною продукти, що наділені унікальними перевагами

дитячої аудиторії у інших цирків. Замість цього він націлився на інших глядачів – дорослих заможних любителів театру, які готові заплатити в кілька разів більше, ніж коштує квиток на звичайний цирк, щоб побачити щось зовсім нове. Зокрема, Cirque du Soleil не прагнув, як інші цирки, залучити найзнаменитіших артистів і найекзотичніших тварин.

Така стратегія лише збільшувала витрати і мало що змінювала в суті циркової вистави. Замість цього вона привнесла в цирк елементи театру: сюжетну лінію, інтелектуальну глибину і вишукану хореографію бродвейських мюзиклів, зберігши при цьому основні елементи цирку. Назва одного з перших проектів Cirque du Soleil говорила саме за себе: «Ми винаходимо цирк заново». Такі уявлення були розраховані вже не на дітей, а на дорослих, і квитки коштували в кілька разів дорожче, ніж у звичайний цирк. Але людей, які звикли до цін на театральні квитки, це не бентежило. Чи можна після цього сказати, що Cirque du Soleil залишається цирком? Або це театр, шоу, опера, балет? Чіткої відповіді не існує саме тому, що Cirque du Soleil створив свій «блакитний океан» – вільний від конкуренції ринковий простір, галузь, для якої досі не придумано назви [6, с. 21–22].

Ще одним яскравим прикладом компанії, яка успішно використала стратегію «блакитного океану», є британська компанія Vertu (Nokia). Історія зародження оригінальних телефонних приладів Vertu пов'язана з ім'ям провідного дизайнера компанії Nokia Френка Нуово. Створюючи Vertu, він не намагався створити телефон, який би перевершував аналогічні вироби конкурентів за стандартними параметрами, за якими зазвичай оцінювалися засоби мобільного зв'язку. Нуово відійшов від класичного бачення мобільного телефону й уперше представив його як дорогий аксесуар для багатих людей із високим соціальним статусом. Він зробив Vertu своєрідним атрибутом, що засвідчує належність його власника до особливого кола осіб. У такий спосіб Френку Нуово вдалося вивести Vertu з конкурентного поля виробників мобільних телефонів і створити свій унікальний, ще недоторканий конкуренцією простір.

Очевидним є той факт, що в перспективі «блакитні океани» стануть основним джерелом економічного зростання, а потенціал більшості традиційних сегментів ринку – «червоних океанів» – поступово скорочуватиметься. І в міру того як торговельні бар'єри між державами і регіонами руйнуватимуться, а інформація про продукцію та ціни ставатиме миттєво доступною всій земній кулі, їхня роль зростатиме.

Висновки з проведеного дослідження. Незважаючи на очевидну привабливість стратегії «блакитного океану», в окремих випадках вибір традиційної конкурентної стратегії є обґрунтованим. Поясненням такого феномена є недосконалість ринку. Наприклад, керівництво підприємства навряд чи буде акцентувати увагу на інноваційній цінності свого продукту, коли підприємство є монополістом на ринку, має вагоме лобі з боку держави або працює на досить стабільному ринку, на якому не спостерігається передумов для зміни кон'юнктури в прогнозованому майбутньому. У цьому разі підприємці, скоріше за все, не інвестуватимуть значні кошти в удосконалення свого продукту або не переглядатимуть цінову політику в бік гуманності по відношенню до споживача.

Ключовою відмінністю підходу до виокремлення такої конкурентної стратегії підприємства, як стратегія «блакитного океану» є те, що він ґрунтується не на визначенні різноманітних типів конкурентної поведінки фірми на міжнародному ринку, а на відмові від конкуренції як такої, з акцентом на створення нових унікальних ринків збуту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф И. Стратегическое управление; пер. с англ.; под ред. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. 519 с.

2. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / Ю.Б. Іванов та ін.; за заг. ред. Ю.Б. Іванова; ХНЕУ. Х.: ІНЖЕК, 2006. 383 с.

3. Нефедова О.Г. Механізм вибору конкурентної стратегії підприємства. Вісник економічної науки України. 2008. № 2(14). С. 117–120.

4. Смоленюк П.С. Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства. Інноваційна економіка. 2012. № 3(29). С. 86–93.

5. Тренев Н.Н. Стратегическое управление: учеб. пособ. М.: ПРИОР, 2000. 282 с.

6. Чан Ким В., Моборн Р. Стратегия голубого океана: Как найти или создать рынок, свободный от других игроков; пер. с англ. И. Ющенко. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 336 с.

7. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник; 2-е вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2004. 699 с.

8. Kenichi Ohmae The mind of the strategist: The art of Japanese business. N.Y.: McGraw-Hill Education, 1991.

9. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. N.Y.: Free Press. 1985.

REFERENCES:

1. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie / I. Ansoff ; per. s angl. ; pod red. L.I. Evenko. – M. : Ekonomika, 1989. – 519 s.

2. Ivanov Ju.B. Teoretychni osnovy konkurentnoi' strategii' pidpryjemstva : Monografija / Ju.B. Ivanov ta in.; Za zag. red. Ju.B. Ivanova ; HNEU. – H.: VD "INZhEK", 2006 – 383 s.

3. Nefedova O. G. Mehanizm vyboru konkurentnoi' strategii' pidpryjemstva / O.G. Nefedova // Visnyk ekonomichnoi' nauky Ukrai'ny – 2008. – № 2(14). – S. 117–120.

4. Smolenjuk P.S. Obg'runtuvannja konkurentnoi' strategii' pidpryjemstva // Innovacijna ekonomika. – 2012. – № 3 (29). – s.86-93., s. 86

5. Trenev N.N. Strategycheskoe upravlenye: ucheb. posobye / N.N. Trenev. – M.: PRYOR, 2000. – 282 s.

6. Chan Kym V. Strategyja golubogo okeana: Kak najty yly sozdat' rыnok, svobodnыj ot drugyhygrokov / V. Chan Kym,Rene Moborn ; per. s angl. Y. Jushhenko. – M. : Mann, Yvano y Ferber, 2017. – 336 s.

7. Shershn'ova Z.Je. Strategichne upravlinnja : pidruchnyk / Z.Je. Shershn'ova. – 2-ge vyd., pererob. i dop. – K. : KNEU, 2004. – 699 s.

8. Kenichi Ohmae The mind of the strategist: The art of Japanese business. – N.Y.: McGraw-Hill Education. – 1991.

9. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – N.Y.: Free Press. – 1985.

Shestakova O.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of International Economy
and Management of International Economic Activity
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

CURRENT VIEW ON NATURE OF ENTERPRISE INTERNATIONAL COMPETITIVE STRATEGY

The article examines the existing views on the definition of the competitive strategy of the enterprise, established the existence of a large number of differences in the interpretation of the very essence of this category, and considered the strategy of “blue and red oceans” as a modern view of the international competitive strategy of the enterprise.

Despite a large number of scientific papers devoted to the definition and selection of an international competitive strategy of the company, scientists have still not agreed on the definition of the very essence of the concept of “competitive strategy”.

Most authors who pursue classical views on competitive strategies offer companies the ability to use competitive strategies whose main goal is to provide leadership among other players in the chosen field of competitive battle.

Quite interesting is the study of W. Chan Kim and Renée Mauborgne’s “Blue Ocean Strategy”. Unlike other authors, they offer companies a new look at international market space and move away from classical competition. Market universe Chan Kim suggests looking like two oceans – red and blue. The bright “Red Ocean” symbolizes the well-known fields of today, the boundaries of which are defined, and the rules of the game are known to all. As competition intensifies in such a market, the prospects for growth and profitability in the company are becoming more and more questionable. Novelties turn into commodities of mass consumption, and the growing competition colours the water of this business ocean in blood-red colour. “Blue Ocean” is a market of virgin land that provides unlimited growth and high profits. This is not yet the case where competition does not threaten anyone because the rules of the game have only to be formulated. There are plenty of opportunities for enterprise development, to increase profits and rapid growth.

Despite the obvious appeal of the strategy of “Blue Ocean” in some cases, the traditional choice of competitive strategy is sound. The explanation for such a phenomenon is the imperfection of the market. For example, the company’s management is unlikely to focus on the innovative value of the product when the company has a monopoly on the market, a significant lobby of the government or running at a fairly stable market, in which there are no reasons to change the situation in the foreseeable future. In this case, entrepreneurs are unlikely to invest heavily in their products development or to review pricing policies towards humanity in relation to the consumer.

The key difference between the approaches to distinguishing such an enterprise’s competitive strategy as the “Blue Ocean” strategy is that it is based not on the definition of the various types of competitive behaviour of the firm in the international market, but on the refusal of competition as such, with the emphasis on creating new unique markets.

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

АРХІТЕКТУРА ФОРМУВАННЯ ПОЛЮСІВ РОСТУ ДЕПРЕСИВНОГО РЕГІОНУ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

ARCHITECTURE FOR THE DEVELOPMENT OF POLES IN THE DEPRESSED REGION IN THE SYSTEM OF SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY

УДК 332.121:336.143.2 (043.3)

Вахович І.М.
професор, д.е.н.,
завідувач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Луцький національний технічний
університет
Купира М.І.
к.е.н., старший викладач викладач
кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Луцький національний технічний
університет

У статті сформовано соціально-економічну архітектуру полюсів росту для депресивного регіону, що утворюється навколо регіонального центру та включає в себе полюс зростання, полюс інтеграції і полюс розвитку, що проходять чотири етапи дифузії до настання в регіоні стану безпеки, враховуючи при цьому відсоток бюджетного забезпечення.
Ключові слова: *депресивний регіон, соціально-економічна безпека, дифузія соціально-економічної безпеки, полюс росту, бюджетне забезпечення.*

В статье сформирована социально-экономическая архитектура полюсов роста для депрессивного региона, которая образуется вокруг регионального центра и включает в себя полюс роста, полюс интеграции и полюс развития, проходящих четыре этапа диффузии до наступления в регионе состояния безопасности, учитывая при этом процент бюджетного обеспечения.
Ключевые слова: *депрессивный регион, социально-экономическая безопасность, диффузия социально-экономической безопасности, полюс роста, бюджетное обеспечение.*

In the article, the socio-economic architecture of the growth poles is formed for the depressed region that appears near a regional centre and includes the increase pole, the integration pole, and the development pole. They pass four stages of diffusion to the increase of the state of security in the region, taking into account the percent of the budgetary provision.
Key words: *depressed region, social and economic security, diffusion of socio-economic security, growth pole, budgetary provision.*

Постановка проблеми. Депресивні території не можуть самостійно подолати наростаючу негативну ситуацію та забезпечити розвиток у довгостроковій перспективі. Вирішення цієї проблеми потребує системного підходу на основі реалізації фінансової санації депресивного регіону, що спрямована на недопущення та лікування наслідків депресивності. Крім того, санація є базою для прийняття різного роду оздоровчих регіональних програм. На її основі місцевими органами влади створюється та реалізується система заходів, спрямованих на лікування депресивного стану в регіоні. У таких умовах виявлення та використання полюсів росту регіонів, пошук незадіяних резервів їх зростання та створення фінансових передумов їх підтримки є пріоритетними завданнями регіональної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем виникнення, шляхів подолання рівня депресивності регіонів, забезпечення належного рівня соціально-економічної безпеки через архітектуру формування полюсів росту депресивного регіону є предметом дослідження вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких: М. Портер, Т. Хагерстранд, Ж. Бодвіль, П. Хаггет, І. Вахович, Г. Фетисов. Однак, незважаючи на вагомі наукові здобутки із зазначених питань, проблема формування полюсів росту депресивного регіону залишається невирішеною.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування нової парадигми теоретичних засад архітектури формування полюсів росту депресивного регіону, орієнтованої на забезпечення соціально-економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Модель реалізації санації у забезпеченні соціально-економічної безпеки в депресивному регіоні передбачає забезпечення фінансової спроможності за трьома напрямами: забезпечення соціально-економічної безпеки через фінансову достатність розвитку регіону, забезпечення соціально-економічної безпеки через фінансову дієздатність розвитку регіону, забезпечення соціально-економічної безпеки через фінансову стійкість соціально-економічного розвитку регіону.

Проте низька дієздатність депресивних регіонів лише посилює небезпеку та не виконує умов взаємозалежності напрямів забезпечення соціально-економічної безпеки, за якими виконання одного напряму посилює ефективність іншого та забезпечує результативність наступного кроку в системі. Однак для більшості регіонів України, віднесених до депресивних, практичне вирішення та впровадження напрямів є проблематичним, що доводить наше твердження про використання індивідуального підходу до системи санації з урахуванням причин та глибини депресії.

Відповідно, рівень забезпечення фінансовими ресурсами дає змогу долати кризові ситуації та забезпечувати безпеку в довгостроковій перспективі.

У зв'язку з диспропорційністю в даному напрямі необхідно здійснювати пошук джерел формування фінансових ресурсів. Це залучені та позикові ресурси депресивного регіону і власні фінансові ресурси депресивного регіону.

Серед власних фінансових ресурсів стратегічно важливими можуть бути: фінансові ресурси тіньового сектору економіки; фінансові ресурси в системі «регіон – центр»; фінансові ресурси населення у вигляді заощаджень; фінансові ресурси, що беруть участь в офшорних схемах; ресурси фінансово-кредитних установ, не задіяних у фінансово-економічному процесі; фінансові кошти суб'єктів господарювання.

Разом із тим, щоб бути фінансово спроможним та посилити бюджетну забезпеченість регіону, доцільно нарощувати власну дохідну базу передусім за рахунок ефективності використання наявного ресурсного потенціалу, тому на сучасному етапі розвитку, забезпечення соціально-економічної безпеки базується на фінансовій спроможності регіону через ефективну дієздатність учасників економічного процесу.

Вирішальним фактором у системі санації депресивного регіону є результативність, яка за М. Портером [1] визначається як «здатність» території ефективно використовувати ресурси, що дислокуються на регіональному рівні. Ця «здатність» безпосередньо залежить від «даймонду», основними складниками якого є: продуктивні сили, економічні відносини та механізм господарювання. До уваги доцільно взяти ще дві додаткові змінні: роль органів місцевого самоврядування та випадкові обставини, які можуть істотно впливати на головні компоненти «даймонду».

Тобто регіону має бути притаманна багаторегіональна ділова активність, що визначає вплив інвестиційного складника на розвиток регіонального «даймонду». Модель М. Портера потребує дослідження умов, які, з одного боку, дають змогу регіону використовувати свої соціально-економічні переваги, а з іншого – визначити механізми оптимізації впливу соціально-економічної небезпеки на депресивний регіон. Окрім того, за утворення та послідовного розвитку територіальних угрупувань у межах регіону суттєво розширюються повноваження органів місцевої влади в напрямі створення регіону соціально-економічної безпеки.

Важливою та складною проблемою у процесі визначення пріоритетів розвитку є скорочення технологічного розриву та визначення лідерів у даному напрямі. Згідно із західною моделлю «наукомісткої спеціалізації», обґрунтуємо спеціалізацію розвинутих регіонів як виробництво та експорт технологічно складних товарів, а депресивних регіонів – як виробництво та експорт ресурсномістких товарів, що потребує швидкої модифікації. Тобто безпека розвинутого регіону визначається нецiновими факторами, а безпека депресивного регіону – ціновими, що призводить до негативного зростання. За таких умов регіону потрібно обмежувати імпорт та посилити внутрішньогалузеву спеціалізацію.

Базуючись на вченні Т. Хагерстранда [2] про вплив дифузії інновації на просторовий розвиток, обґрунтуємо дифузію соціально-економічної безпеки в регіональному аспекті для санації депресивного регіону. Під дифузією будемо розуміти процес упровадження соціально-економічної безпеки та поширення її в усі райони регіону до того часу, поки вона не призведе до вирівнювання диспропорцій та забезпечення стану безпеки.

Дифузія соціально-економічної безпеки проходить у чотири етапи [3]:

– початковий етап – дифузійний процес розпочинається під час виникнення стану депресії в регіоні та супроводжується виведенням регіону із системи «центр – периферія»;

– етап «справжньої дифузії» розпочинається під дією перенесення потужних відцентрових сил, що призводять до утворення нових центрів у депресивних регіонах, віддалених від центру та до скорочення різких регіональних контрастів, що характерно для першого етапу;

– етап «конденсації» – відбувається однаковим поширенням заходів безпеки у депресивних регіонах;

– етап «насичення» – спостерігається загальний, але повільний підйом до максимуму та виведення регіону зі стану депресії.

Тобто дифузія соціально-економічної безпеки на першому етапі виходу з депресії відбувається в містах, потім за ефектом сусідства забезпечується безпека на прилеглих територіях до центру, на останньому етапі дифузія забезпечується у віддалених районах регіону. Швидкість дифузії залежить передусім від трансляційної симетрії та мотиваційного складника розвитку.

Тому санація депресивного регіону передбачає утворення регіонального полюса росту, що являє собою взаємодію трьох компонентів, які інтегруються в регіоні та забезпечують соціально-економічну безпеку в зоні свого впливу.

За Ж. Бодвілем [4] полюси зростання – це міста з диверсифікованою структурою господарства, для яких характерний інноваційно-технологічний аспект. Полюси інтеграції охоплюють систему міст із високим рівнем концентрації промисловості. Полюси розвитку – агломерації з розвиненою структурою агропромислового комплексу (табл. 1).

Соціально-економічна архітектура полюсів росту для депресивного регіону формується навколо центру, включаючи в себе полюс зростання, полюс інтеграції і полюс розвитку, що проходять чотири етапи дифузії до настання в регіоні

Таблиця 1

Архітектура формування полюсів росту депресивного регіону в системі соціально-економічної безпеки

Етапи проходження	Центр росту	Полюс зростання		Полюс інтеграції		Полюс розвитку	
		Інноваційно-технологічний аспект розвитку *(IT-технології, інноваційна інфраструктура, науково-дослідні центри, технологічна модернізація)*		Промисловий аспект розвитку *(високотехнологічна промисловість, транспортно-логістична система, відновлювальна енергетика)*		Агропромисловий аспект розвитку *(створення європейської моделі АПК, імпортозаміщення, конкурентоспроможний експорт продукції)*	
	Початковий етап	Природно-географічні фактори *(населення, ресурси, кліматичні умови, територіальне розташування)*					
I	Етап «справжньої дифузії»	20 %	організаційна підтримка та створення територіальних інноваційних структур, шляхом вдосконалення органів управління, діяльності спеціальних міжвідомчих органів, розроблення та реалізація державних програм, затвердження пріоритетних напрямів діяльності технопарків	25 %	стимулювання науково-дослідних та конструкторських робіт для потреб промисловості, структурне пристосування і модернізація промисловості до умов глобалізації світового господарства	35 %	розроблення та впровадження концепції забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора через систему ефективного використання трудових та природних ресурсів кожного регіону
II	Етап «конденсації»	50 %	розвиток інноваційної інфраструктури регіону, що сприяє збільшенню кількості об'єктів малого та середнього бізнесу, прискорення дифузії нововведень, зростання інноваційного потенціалу регіонів, організація економіки регіону за допомогою новітніх та інноваційних методів, створення нових робочих місць для висококваліфікованих фахівців	50 %	розроблення та впровадження інноваційних проектів та новітньої техніки, реалізація яких є вигідною на регіональному рівні та забезпечує організацію виробничого процесу з найменшою екологічною шкодою, мінімізацію токсичних викидів та рівня забруднення навколишнього середовища, сприяє фінансуванню виробництва та реалізації екологічно чистих товарів	60 %	структурна перебудова агропромислового комплексу, вирішення екологічних проблем та соціальних завдань розвитку, забезпечення якості продукції та збільшення обсягів експорту екологічно чистої продукції; створення умов для розвитку ефективного підприємництва в АПК
III	Етап «насичення»	30 %	формування сприятливої інвестиційної політики, що сприятиме залученню інвесторів для вкладення коштів у виробництво та розбудову інноваційно-технологічного сектору економіки регіону, соціальний захист та раціональне природокористування за рахунок використання інновацій	25 %	зниження частки сировинних галузей у ВВП, стабілізація частки вторинного сектора, обробної промисловості та її ядра – машинобудування зростання маси використовуваних технологічних нововведень у вторинному секторі, лібералізація зовнішньої торгівлі	15 %	нарощування обсягів інвестицій, у тому числі іноземних, та їх інноваційне спрямування; забезпечення сталого розвитку сільських територій, упровадження сучасних технологій переробки сільгосппродукції та підвищення екологічної безпеки харчових виробництв
↓		↓		↓		↓	
Стан безпеки ←		Створення технопаркових структур (зони high-tech: технополіси, технопарки, інноваційні центри) ←		Формування промислової інфраструктури на основі принципу саморозвитку регіону ←		Створення бізнес-інкубаторів	

Джерело: розроблено автором

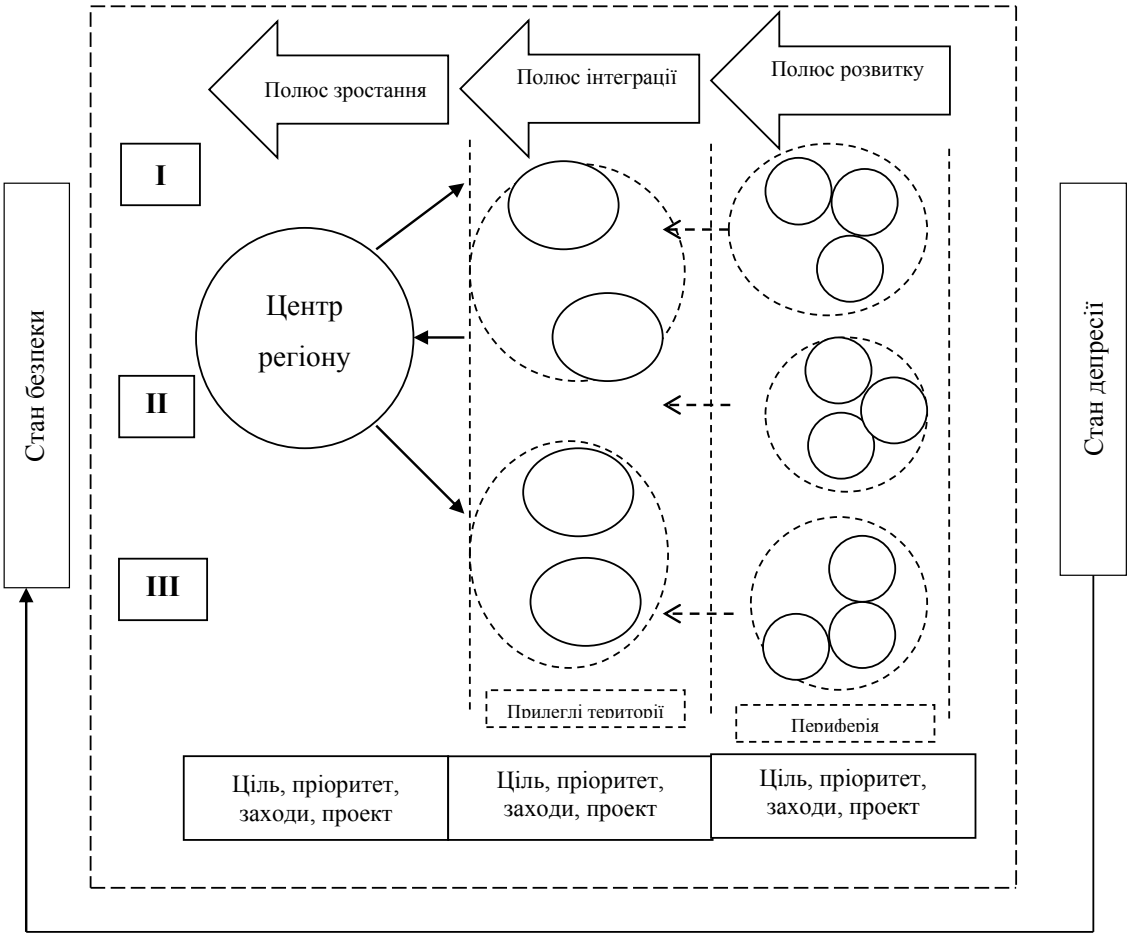


Рис. 1. Система формування полюсів росту депресивного регіону в системі соціально-економічної безпеки

Джерело: розроблено автором

стану безпеки, враховуючи при цьому відсоток бюджетного забезпечення (рис. 1).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, визначено, що вирішальним фактором у системі санації депресивного регіону є результативність, яка за М. Портером визначається як «здатність» території ефективно використовувати ресурси, що дислокуються на регіональному рівні. Ця «здатність» безпосередньо залежить від «даймонду», основними складниками якого є: продуктивні сили, економічні відносини та механізм господарювання. До уваги взято ще дві додаткові змінні: роль органів місцевого самоврядування та випадкові обставини, які можуть істотно впливати на головні компоненти «даймонду».

Сформовано соціально-економічну архітектуру полюсів росту для депресивного регіону, що утворюється навколо регіонального центру та включає в себе полюс зростання, полюс інтеграції і полюс розвитку, що проходять чотири етапи дифузії до настання в регіоні стану безпеки, враховуючи при цьому відсоток бюджетного забезпечення.

Ці напрацювання є важливими під час формування стратегічних та тактичних заходів регіональної політики бюджетного регулювання депресивних регіонів для забезпечення стану соціально-економічної безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пономаренко В.С., Клебанова В.С. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование: монография. Х.: ИНЖЭК, 2004. С. 41.
2. Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process. Postscript and translation by Allan Pred. Translated with the assistance of Greta Haag. Chicago: University of Chicago Press, 1967. 334 p.
3. Хаггет П. Пространственный анализ в экономической географии; под ред. В.М. Гохмана, Ю.В. Медведкова. М. : Прогресс, 1968. 392 с.
4. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: в 5 т; сопред. редкол. Г.Г. Фетисов, А.Г. Худокормов. Т. 4: Век глобальных трансформаций; отв. ред. Ю. Ольсевич. М. : Мысль, 2004. 932 с.
5. Регіональний вимір бюджетного регулювання депресивних територій в системі забезпечення соціально-економічної безпеки: монографія / І.М. Вахович, М.І. Купира. Луцьк: ЛНТУ, 2017. 230 с.

6. Регіональна політика фінансової стабілізації в умовах структурної модернізації економіки: монографія / За ред. І.М. Вахович. Луцьк: ЛНТУ, 2017. С. 169–204.

REFERENCES:

1. Ponomarenko V. S., Klebanova V. S. Zkonomycheskaia bezopasnost rehyona: analyz, otsenka, prohnozyrovanye: monohrafiia. X.: YD "YNZhZK", 2004. S. 41.

2. Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process. Postscript and translation by Allan Pred. Translated with the assistance of Greta Haag. Chicago: University of Chicago Press, 1967. 334 p.

3. Khahhet P. Prostranstvennыi analyz v ekonomycheskoi heohrafyy; pod red. V. M. Hokhmana, Yu. V. Medvedkova. M. : Prohress, 1968. 392 s.

4. Myrovaia эkonomycheskaia mыsl. Skvoz pryzmu vekov: v 5 t; sopred. redkol. H. H. Fetysov, A. H. Khudokormov. T. 4: Vek hlobalnыkh transformatsyi ; otv. red. Yu. Olsevych. M. : Mыsl, 2004. 932 s.

5. Rehionalnyi vymir biudzhetnoho rehuliuvannia depresyvnykh terytorii v systemi zabezpechennia sotsialno-ekonomichnoi bezpeky: Monohrafiia / I.M. Vakhovych, M.I. Kupyra. – Lutsk: IVV Lutskoho NTU, 2017. – 230 s.

6. Rehionalna polityka finansovoi stabilizatsii v umovakh strukturnoi modernizatsii ekonomiky: Monohrafiia / za red. Vakhovych I. M.– Lutsk: RVV LNTU, 2017. – 284 s. – S. 169-204.

Vakhovitch I.M.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Department of Finance,
Banking and Insurance
Lutsk National Technical University
Kupyra M.I.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Finance,
Banking and Insurance
Lutsk National Technical University

ARCHITECTURE FOR THE DEVELOPMENT OF POLES IN THE DEPRESSED REGION IN THE SYSTEM OF SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY

Depressed territories cannot independently overcome an increasing negative situation and provide development in a long-term prospect. The decision of this problem needs an approach of the systems on the basis of realization of financial rehabilitation of the depressed region, which is directed to the non-admission and treatment of consequences of depression. Moreover, sanitation is the basis for the acceptance of different aspects of the health regional programs. On its basis, created local authorities and the system of measures, directed to the treatment of depression in a region will be realized. In such conditions of exposure and use of poles of growth of regions, a search for the uninvolved backlogs of their growth and creation of financial pre-conditions of their support is foreground job of regional policy.

The purpose of the study is forming a new paradigm of theoretical principles of the architecture of forming the growth poles of a depressed region, oriented to providing socio-economic security.

It is determined that the decisive factor in the system of rehabilitation of a depressed region is effectiveness, which, according to M. Porter, is determined to use "ability" of territory resources, which are located at the regional level. This "ability" directly depends on "diamond" the basic components of which are: productive forces, economic relations, and the mechanism of management. Two additional variables – the role of organs of local self-government and casual circumstances, which can substantially influence on the main components of "diamond", are taken into account.

The socio-economic architecture of the growth poles is formed for the depressed region that appears near a regional centre and includes the increase pole, the integration pole, and the development pole. They pass through four stages of diffusion to the increase of the state of security in the region, taking into account the percent of the budgetary provision.

These developments are important at forming strategic and tactical measures of regional policy of the budgetary regulation of depressed regions for the sake of providing the state of socio-economic safety.

ВИЗНАЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ТА ОБ'ЄКТІВ УПРАВЛІННЯ В ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ

DETERMINATION OF SUBJECTS AND OBJECTS OF MANAGEMENT IN TERRITORIAL MARKETING

УДК 658.8

Гірна О.Б.
доцент, к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
Глинський Н.Ю.
доцент, к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
Кобилюх О.Я.
старший викладач кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»

Проведено аналіз наукових підходів у сфері маркетингу територій, визначено основні суб'єкти та об'єкти маркетингової діяльності на користь території, здійснено опис сутності діяльності цих суб'єктів та проведено класифікацію цільових ринків у територіальному маркетингу.
Ключові слова: *територія, маркетинг, суб'єкт, об'єкт.*

Проведен анализ научных подходов в сфере маркетинга территорий, определены главные субъекты и объекты маркетинговой деятельности в пользу территории, осуществлено описание сущности деятельности этих субъектов и проведена классификация целевых рынков в территориальном маркетинге.
Ключевые слова: *территория, маркетинг, субъект, объект.*

The authors have conducted an analysis of scientific approaches in the sphere of marketing of territories, the main subjects and objects of marketing activity in favour of a territory were determined, the description of the essence of these subjects' activities was carried out, the classification of target markets in the territorial marketing was conducted.
Key words: *territory, marketing, subject, object.*

Постановка проблеми. Швидкий процес розвитку економічних взаємовідносин між суб'єктами комерційної діяльності на початку XX ст., перехід від ринку продавця до ринку покупця спонукали до переходу підприємств у практиці власної діяльності на засади маркетингу. Сутність цієї концепції полягає у діяльності комерційних суб'єктів в умовах конкуренції за ринки збуту (а отже, за споживача), що, своєю чергою, як основну передумову ефективності діяльності ставить якнайповніше врахування потреб споживача.

Розвиток концепції маркетингу та новий погляд на простір її інтересів розпочалися вже на початку 70-х років разом із появою переломної за своїми наслідками тези Ф. Котлера та С. Леві про «розширення та поглиблення маркетингу», а також нової інтерпретації процесу товарообігу між відповідними суб'єктами. Як наслідок, на основі загальної концепції маркетингу, яка концентрує увагу на товарообмінних відносинах, що базуються на купівлі-продажі споживчих благ, постали маркетингові субконцепції, які розглядають «обмін вартості», джерелом якої, крім товарів, послуг, ідей, технологій (класична концепція маркетингу), можуть бути особи (політичний маркетинг), події (маркетинг подій), місця (територіальний маркетинг).

Про актуальність останньої сфери застосування маркетингу – маркетингу територій – свідчать як значна кількість теоретичних напрацювань з даної тематики, так і широка практика його застосування у таких країнах, як США, Німеччина, Франція, Польща і т. д.

Одним із ключових питань у розумінні концепції територіального маркетингу є точне визначення як можливих суб'єктів діяльності у сфері територіального маркетингу, так і ймовірних її адресатів (об'єктів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Висвітленню проблеми визначення суб'єктів та об'єктів територіального маркетингу приділяли увагу такі автори, як Ф. Котлер, М.А. Окландер, А.П. Панкрухін, А. Шромнік, В.І. Дубницький та ін. Так, Ф. Котлер уважає основним суб'єктом – ініціатором маркетингових дій в інтересах певної території та її населення місцеві органи влади, об'єктами ж цих дій виступатимуть як населення (основний споживач), так і підприємницькі структури і неприбуткові організації, які своїми діями прямо або опосередковано позитивно впливають на розвиток даного регіону, території.

В.І. Дубницьким пропонується головним суб'єктом діяльності в рамках регіонального маркетингу вважати певний регіональний маркетинговий центр, який «може стати істотною альтернативою регіональним органам управління» [2]. При цьому його функції окреслюються як послуги з управління, консультування господарюючих суб'єктів, які, власне, і виступають головними адресатами його діяльності.

Іншими авторами (М.А. Окландером, А.П. Панкрухіним, А. Шромніком, Б. Дилік) пропонується доволі детальний поділ цільових адресатів територіального маркетингу за різними їх ознаками. Наприклад, їх пропонується поділяти на:

– фізичних та юридичних осіб;
– зовнішніх та внутрішніх по відношенню до даної території об'єктів;
– туристів, візитерів, потенційних інвесторів і т. д.

До основних ініціаторів маркетингової діяльності на користь певного регіону, території відносять як місцеві адміністрації, так і органи влади

вищого рівня, неприбуткові та комерційні організації, населення [7–10].

Вищезгаданими авторами проведено ґрунтовний аналіз цієї тематики, проте не повністю розкрито суть діяльності даних суб'єктів у сфері територіального маркетингу, існує певна неузгодженість дефініцій суб'єкта та об'єкта діяльності.

Постановка завдання. Цілями статті є:

– дослідження наукових джерел із тематики територіального маркетингу щодо визначення понять суб'єкту та об'єкту маркетингової діяльності на користь окремої території;

– визначення суб'єктів маркетингової діяльності, що діють на користь певної території та об'єктів їхнього впливу;

– розкриття суті діяльності даних суб'єктів у сфері територіального маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. За умов демократичного середовища одним з основних суб'єктів ініціативи, впливу, прийняття рішення у сфері територіального маркетингу виступає територіальна громада. Згідно з Конституцією та Законом України «Про місцеве самоврядування», передбачається її право на місцеве самоврядування здійснювати як безпосередньо через форми прямої демократії (місцевий референдум, місцеві вибори, загальні збори), так і через діяльність виборних та інших органів місцевого самоврядування [4; 5].

Безпосередня діяльність громади в процесі управління адміністративно-територіальною одиницею може здійснюватися також іншими способами. Зокрема, до способів безпосереднього прийняття участі громадою в поточному управлінні територіальною одиницею слід віднести також участь в органах самоорганізації населення, загальних зборах громадян, громадських слуханнях, виступах із місцевими ініціативами тощо [4]. Очевидно, що поряд з іншими добровільними методами (участь в анкетуванні, телефонному опитуванні, дебатах) вищезгадані методи участі громадян у місцевому самоврядуванні передбачають діяльність громади у сфері територіального маркетингу як суб'єкту дії, впливу.

Окремою сферою впливу територіальної громади є її безпосередня участь у стратегічному плануванні розвитку території (села, міста, регіону) шляхом делегування власних представників, авторитетних особистостей до групи планування, метою якої є розроблення стратегічного плану розвитку території. У рамках діяльності цієї групи представники громади разом із представниками підприємницьких кіл та органів місцевого самоврядування відображають думку щодо пріоритетних напрямів розвитку території у сферах освіти, медицини, екології і т. д. При цьому всі вищезгадані суб'єкти об'єднує одна спільна мета – підвищення привабливості територіальної одиниці, що спонукає до тісної співпраці між собою, опрацьовуючи на користь маркетингу свого міста, села, регіону відповідні оцінки, бачення, прогнози, програми, а також безпосередньо чи опосередковано реалізовуючи визначені заходи.

Такий підхід до сприйняття територіальної громади як суб'єкта опосередкованого впливу є певним чином схожим із роллю акціонерів або наглядової ради в акціонерному товаристві. Так, громада на підставі місцевих виборів формує місцеві органи влади, які умовно можна вважати аналогом ради директорів у певному акціонерному товаристві.

Суб'єктом у територіальному маркетингу, крім, власне, населення регіону, виступають також органи місцевого самоврядування [7]. Їхня діяльність у цьому разі може трактуватися як діяльність організацій, метою яких є виробництво товарів та надання послуг не для отримання прибутку, а для отримання позитивного соціального ефекту. Таким чином, даний підхід відповідає трактуванню діяльності неприбуткової організації та робить можливим застосування на практиці в діяльності органів місцевого самоврядування принципів маркетингу некомерційних суб'єктів (non-profit marketing).

У рамках діяльності органу місцевого самоврядування соціальний ефект на відміну від комерційної організації виступає в ролі головного результату діяльності. Величина і значущість соціального ефекту для громади у цілому або її окремих сегментів повинні визначати спроможність обраних представницьких місцевих органів щодо ефективного управління територією. При цьому керівники (мери міст, сільські голови) та інші народні обранці відповідають перед засновниками, тобто громадою, за досягнення наміченого соціального ефекту такою ж мірою, як і головні менеджери комерційних структур перед акціонерами за забезпечення цільового прибутку.

Маркетингова діяльність органу місцевого самоврядування як некомерційного суб'єкта виходячи з її суті є об'єктивно націленою на максимізацію результату діяльності в умовах зовнішнього середовища, що реально склалося (конкурентне становище по відношенню з іншими регіонами, пріоритетність загальнодержавних цілей соціально-економічного розвитку, які можуть вступати у конфлікт із цілями окремої територіальної громади), та за оптимального стану його внутрішнього середовища (наявних природних, фінансових, людських та інших ресурсах). Ця ціль досягається, з одного боку, через максимізацію соціального ефекту, що нерозривно пов'язаний із рівнем задоволення попиту на цей специфічний некомерційний продукт (в окремих літературних джерелах його називають територіальний мікс, або територіальний мегатовар), а з іншого – через оптимізацію витрат у результаті маркетингових досліджень цільових

ринків, передусім через моніторинг потреб та прагнень мешканців даного міста, села, регіону.

Проте діяльність органу місцевого самоврядування як неприбуткової організації включає, крім некомерційної, й комерційну діяльність. Цим двом видам діяльності відповідають окремі складники маркетингу, виділені з певним ступенем умовності: маркетинг у некомерційній та комерційній сферах. З одного боку, перший складник працює на соціальний ефект, другий – на економічний ефект, який, своєю чергою, покликаний збільшувати соціальний.

Таким чином, виникає завдання забезпечення інтеграції некомерційного і комерційного складників, яке у цьому разі припускає не тільки їх безболісне співіснування, а й органічне поєднання і «взаємовигідну взаємодію» (маються на увазі як два складника діяльності, так і два складника маркетингу) [1].

Некомерційний складник маркетингу націлений на збільшення соціального ефекту, що сприяє створенню позитивного образу у свідомості не лише місцевого населення, а й інвесторів та туристів. Так, наприклад, окрім забезпечення безпосередньої діяльності органу місцевого самоврядування, комерційний складник його маркетингової діяльності націлений на збільшення економічного ефекту (прибутку), що, своєю чергою, сприяє розширенню матеріальної і фінансової бази для його некомерційної діяльності.

Більше того, симбіоз некомерційного і комерційного складників маркетингової діяльності органів місцевого самоврядування в ідеалі може забезпечувати синергізм некомерційної діяльності, який знаходить своє вираження у максимізації соціального ефекту – підвищенні якості життя населення. Або, інакше кажучи, в основі такої інтеграції повинна бути не проста «арифметична сума» некомерційного і комерційного складників, а й міститися можливість досягнення соціального ефекту на новому якісному рівні.

Крім того, суб'єктами територіального маркетингу можуть бути комерційні організації:

– суб'єкти маркетингу, які функціонують, знаходяться в даній територіальній одиниці;

– суб'єкти маркетингу, не пов'язані безпосередньо з даною територією [10].

Так, підприємства, які безпосередньо провадять свою діяльність на даній території та планують її здійснювати протягом тривалого періоду, можуть бути зацікавлені у стратегічному розвитку цієї території (міста, села, області, регіону), використовувати її імідж у власних комерційних цілях.

З іншого боку, опосередковано зацікавленими у просуванні інтересів певного регіону можуть бути підприємства-нерезиденти, оскільки їхня діяльність певним чином пов'язується із цим регіоном. Наприклад, туристичні агенції, що надають туристичні послуги, не пов'язані з регіоном їхнього базування, є зацікавленими у рекламуванні території, якої стосуються пропоновані ними послуги, та здійснюють безпосередній її «продаж» кінцевим споживачам – туристам.

Неприбуткові організації також можуть виступати суб'єктами територіального маркетингу, цільовими адресатами дій яких можуть бути як внутрішні, так і зовнішні по відношенню до даного регіону особи. До таких організацій слід віднести:

– благодійні організації;
– місцеві спілки, об'єднання підприємців;
– місцеві громадські об'єднання і т. ін.

Окремо як суб'єкт маркетингової діяльності стосовно певної території слід виділити державні органи влади вищого рівня. У цьому разі їхня діяльність визначається через сукупність маркетингових програм, в яких опосередковано бере участь дана територіальна одиниця. До таких програм передусім належать галузеві та секторові програми розвитку, метою яких є стимулювання розвитку галузей та окремих видів діяльності, які визначено державою як пріоритетні. У цьому разі презентація характеристик певного сектору економіки, його структури, галузей промисловості одночасно відіграє роль презентації регіону, міста, села, які спеціалізуються в даній галузі економічної діяльності.

Щодо визначення категорії об'єкту у сфері територіального маркетингу, тобто «предмету, явища або особи, на які спрямована діяльність» [3], то слід відзначити, що різні автори трактують це поняття по-різному. Певну цінність має поділ цих об'єктів на групи з огляду на ефекти маркетингового впливу:

• особи та організації, вплив маркетингових заходів на які спрямований не на стимулювання переміщення (мобільності) їхніх матеріальних благ, фінансових ресурсів та їх самих. Метою ж такого впливу є зміна самого способу мислення відповідних суб'єктів. До цієї групи можна віднести мешканців даного регіону, внутрішніх інвесторів, місцеві підприємства і організації;

• особи та організації, вплив на яких маркетингових заходів спрямований на стимулювання переміщень їхніх фінансових, матеріальних, трудових ресурсів. До цієї групи належать потенційні зовнішні інвестори, бізнес-спілки, галузеві об'єднання підприємств, закордонні урядові організації, благодійні фонди та фонди сприяння розвитку, громадські організації, органи влади вищого рівня;

• особи та організації, вплив маркетингових заходів на яких спрямований на їх фізичне переміщення тимчасово або назавжди [10]. У [8] така діяльність трактується автором як маркетинг населення, персоналу.

Споживачами ж мегатовару території (міста, села, області, регіону) можуть бути фізичні ц юри-

дичні особи, які: а) дуже важливі для населеного пункту (наприклад, містоутворюючі підприємства); б) представляють для нього інтерес (разові відвідувачі); в) не представляють для нього інтересу (кримінальні елементи) [6].

Ф. Котлером також було виділено чотири великі групи об'єктів впливу в рамках маркетингової діяльності на користь певної території:

1) приїжджі;
2) жителі і працюючі по найму;
3) наявні та потенційні інвестори;
4) зовнішні по відношенню до регіону ринки збуту товарів і послуг, що виробляються в регіоні.

Якщо коротко охарактеризувати ці групи, то, зокрема, до ринку приїжджих можна віднести ділових (бізнесмени, комівояжери і т. д.) і приватних (туристи, мандрівники, друзі або родичі) відвідувачів. Очевидно, основною за ступенем своєї вагомості є цільова група туристів, про що свідчить значна кількість наукових розробок саме у сфері маркетингу територіально-рекреаційного комплексу.

Кожний відвідувач витрачає гроші на харчування, нічліг, купівлю інших товарів і послуг. Ці витрати з мультиплікативним ефектом впливають на доходи населення, зайнятість і податкові надходження до бюджету. Чим більша кількість відвідувачів (або чим довшим є термін їх перебування) і чим меншими є питомі витрати на них, тим більшими є чисті доходи бюджетів населених пунктів, тому дії на користь певної території повинні бути спрямовані на залучення тих відвідувачів, чиї щоденні витрати є найвищими, а перебування – найтривалішим.

Другий важливий цільовий ринок представляють жителі і працюючі по найму. Так, регіони, які відчувають нестачу робочої сили, можуть стимулювати приплив окремих категорій високооплачуваних працівників і фахівців, стимулювати народжуваність. З іншого боку, переселені території прагнуть, навпаки, до нульового приросту населення, у тому числі за рахунок міграції.

Третю категорію цільових ринків утворюють інвестори (наявні та потенційні). Як правило, всі територіальні утворення намагаються посилити свій економічний базис, щоб створити для своїх жителів робочі місця і отримати додаткові надходження до бюджету. Передумовою виступає відповідність території важливим для інвестора критеріям вибору: інвестиційному клімату, якості життя, вартості та якості ресурсів і т. д.

Тут слід відзначити можливі варіанти або їх комбінації. По-перше, можливість підтримання наявних підприємств, принаймні тих, подальша діяльність яких (із різних причин) бачиться бажаною. По-друге, підтримується їх зовнішня експансія. По-третє, полегшується процедура створення нових підприємств. По-четверте, притягуються підприємства і виробництва з інших місць, причому інтерес територій сьогодні зміщується від традиційних (важка промисловість, автомобілебудування) до більш сучасних галузей (наукоємне, високотехнологічне виробництво, сфера послуг).

Четверта група цільових ринків – це зовнішні по відношенню до території вітчизняні і міжнародні ринки. Тобто здатність місцевої економіки виробляти товари і послуги необхідні тим, що знаходяться за її межами, як фізичним, так і юридичним особам.

Експорт у цьому разі важливий передусім (у разі малих територій, не здатних самостійно забезпечити себе навіть мінімумом необхідного, – життєво важливий) для забезпечення зустрічного ввезення тих товарів, які або не виробляються на даній території, або виробництво яких є економічно чи екологічно недоцільним.

Хоча запропонований Ф. Котлером та ін. підхід до визначення об'єктів у територіальному маркетингу має очевидне практичне та наукове значення, у ньому, на нашу думку, присутня концептуальна похибка. Основним вигодонабувачем у цьому разі розглядається не територіальна громада, а регіон, територія. Це може призвести до того, що окремі маркетингові заходи, які реалізуються в рамках стратегії розвитку регіону, можуть вступати в конфлікт з інтересами населення цього регіону, що, звичайно, не є припустимим. Зокрема, залучення до регіону високо- чи низькокваліфікованої робочої сили не завжди може бути ціллю маркетингової діяльності на користь певної території, оскільки це призводитиме до підвищення рівня безробіття в межах самої території. Аналогічно метою маркетингової діяльності в межах переселених територій повинно бути не стимулювання відпливу населення, а пошук шляхів вирішення проблеми щодо впорядкування умов проживання та підвищення рівня зайнятості населення, яке в даний момент проживає на території.

Висновки з проведеного дослідження. Глобалізація процесів конкуренції, яка супроводжується нівелюванням економічних кордонів країн, зниженням рівня вагомості порівняльних переваг територій, лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності, посилює роль територіальних утворень різного рівня як безпосередніх суб'єктів конкуренції за обмежені фінансові та трудові ресурси. Це, своєю чергою, посилює вимоги до ефективності управління територіальними одиницями різного рівня: регіону, адміністративно-територіального утворення в рамках окремо взятої країни (область, район, місто, село). Саме комплексна та взаємоузгоджена діяльність усіх визначених суб'єктів територіального маркетингу, їхній вплив на цільові ринки дадуть змогу сформувати конкурентоспроможну пропозицію потенційному покупцеві (туристу, інвестору) такого специфічного товару, як територія (місто, село, область, регіон).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андреев С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов. М.: Финпресс, 2009. 312 с.
2. Добуш Ю.Я. Регіональний маркетинг розвитку бальнеологічних курортів: автореф. дис. … к.е.н.: спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіки; ЛНТУ. Луцьк, 2014. 24 с.
3. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. Львів: Львівська політехніка, 2011, 844 с.
4. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні». URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр/print1522378020482125.
5. Конституція України. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр/print1522378020482125.
6. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, Д. Хайдер, И. Рейн и др. Москва: МИФ, 2005, 382 с.
7. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни. Київ, 2002. 168 с.
8. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий; 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. 416 с.
9. Dylik B. Marketing terytorialny w zarządzaniu rozwojem miast na przykładzie Gdańska, Krakowa, Poznania oraz Wrocławia. Refleksje. 2015. № 11. P. 13–26.
10. Szromnik A. Marketing Terytorialny. Miasto i region na rynku. Warszawa: Wolters Kluwer, 2016, 537 p.

REFERENCES:

1. Andreev S.N. (2009) Marketynh nekommercheskykh subektov [Marketing of non-profit organization]. M: Fynpress, 2009. – (in Russian);
2. Dobush Y. (2014) Rehionalnyi marketynh rozvytku balneolohichnykh kurortiv [Regional marketing of balneological resort developement] (PhD Thesis). Lutsk: LNTU.
3. Zahorodnii A. (2011) Finansovo-ekonomichnyi slovnyk. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniky (in Ukrainian).
4. The Law of Ukraine On local government in Ukraine. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр/print1522378020482125 (in Ukrainian).
5. Constitution of Ukraine. Verkhovna Rada of Ukraine. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр/print1522378020482125 (in Ukrainian).
6. Kotler F. and others (2005) Marketynh mest. Pryvlechenye ynvestytsyi, predpryiatyi, zhytelei y turystov v horoda, kommuny, rehyony y strany Evropy. Moskow: MIF (in Russian).
7. Oklander M. (2002) Problemy formuvannia marketynhovoi systemy krainy. – Kyiv (in Ukrainian_.
8. Pankrukhyn A. (2006) Marketynh terrytoryi: 2 ed. Saint-Petersburg: Piter (in Russian).
9. Dylik B. (2015) Marketing terytorialny w zarządzaniu rozwojem miast na przykładzie Gdańska, Krakowa, Poznania i Wrocławia / Refleksje. № 11. – p. 13-26.
10. Szromnik A. (2016) Marketing Terytorialny. Miasto i region na rynku. Warszawa: Wolters Kluwer.

Girna O.B.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Marketing and Logistics
Hlynskyy N.Yu.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Marketing and Logistics
Kobyliukh O.Ya.
Senior Instructor at Department of Marketing and Logistics
Lviv Polytechnic National University

DETERMINATION OF SUBJECTS AND OBJECTS OF MANAGEMENT IN TERRITORIAL MARKETING

The authors have conducted an analysis of scientific approaches in the sphere of marketing of territories. The authors have determined that in the process of managing a territory, a local community can carry out direct activities, except direct forms of democracy, using other methods as well. Particularly, methods of direct participation of a local community in the current management of a territorial unit should include participation in bodies of self-organization of a population, general meetings of citizens, public hearings, taking local initiatives, etc. Alongside with other voluntary methods (participation in questionnaires, phone surveys, debates), the above-mentioned methods of participation of citizens in local self-governing contemplate activity of a local community in the sphere of territorial marketing as an entity of an action and influence.

The authors have ascertained that bodies of local self-governing are the main entity of territorial marketing, except other groups of parties interested in development. In this case, their activity may be defined as the activity of organizations aimed at the production of goods and rendering services for the purpose of gaining a positive social effect rather than earning a profit. Thus, this approach conforms to a definition of activity of non-profit organizations and enables to apply principles of marketing of non-commercial entities in activities of bodies of local self-governing.

The authors have proven several assertions. Unlike the commercial sector, a social effect on activity in the sphere of territorial marketing plays the role of the main result of the activity. An amount and significance of a

social effect for citizens in general or its certain segments should indicate an ability of elected representative local bodies regarding the effective management of territories.

The authors determine that newcomers, citizens, employers, current and potential investors being external to a region, markets of distribution of goods and services produced in a region may be considered as objects of influence within marketing activity in favour of a particular territory. Together with general recognition of the above-mentioned approach, the article presents the content of activity of each group interested in the development of territories of the parties.

ПОТЕНЦІАЛ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ УТВЕРДЖЕННЯ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

THE POTENTIAL OF WATER TRANSPORT OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PARADIGM

УДК 338.49

Іванова Н.В.
д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту
та державної служби
Чернігівський національний
технологічний університет

Розвиток інфраструктурного комплексу здійснюється на принципах сталого розвитку в напряму досягнення оптимальної структури окремих видів транспорту з урахуванням потреб національної економіки, наявних ресурсів і глобальних тенденцій. У статті акцентовано увагу на відновленні водного транспорту, діяльність якого чинить менший негативний вплив на навколишнє середовище. Найбільш важливими екологічними ефектами транспортних перевезень є вплив на зміну клімату, забруднення повітря, рівень шуму, виснаження біорізноманіття та природних ресурсів. Дані висновки мають практичне значення для розроблення регіональних стратегій і програм розвитку в контексті вектору європейської інтеграції.

Ключові слова: *водний транспорт, сталий розвиток, інфраструктурний потенціал, навколишнє середовище, екологічна безпека, транспорт.*

Развитие инфраструктурного комплекса осуществляется на принципах устойчивого развития в направлении достижения оптимальной структуры отдельных видов транспорта с учетом потребностей национальной экономики, наличных ресурсов и глобальных тенденций. В статье акцентировано внимание на возрождении водного транспорта, деятельность которого оказывает меньшее негативное воздействие на окружающую среду. Наиболее важными экологическими эффектами транспортных перевозок являются влияние на изменение климата, загрязнение воздуха, уровень шума, истощение биоразнообразия и природных ресурсов. Данные выводы имеют практическое значение в разработке региональных стратегий и программ развития в контексте вектора европейской интеграции.

Ключевые слова: *водный транспорт, устойчивое развитие, инфраструктурный потенциал, окружающая среда, экологическая безопасность, транспорт.*

The development of the infrastructure complex is based on the principles of sustainable development towards the optimal structure of different types of transport, taking into account the needs of the national economy, available resources, and global trends. The article's research focuses on the revival of water transport, whose activities have a less negative impact on the environment. The most important environmental effects of transport are impacts on climate change, air pollution, noise levels, depletion of biodiversity and natural resources. These findings have practical value in the development of regional strategies and programs of development in the context of the European integration vector.

Key words: *water transport, sustainable development, infrastructure potential, environment, ecological safety, transport.*

Постановка проблеми. Забезпечення економічної безпеки регіону потребує особливої уваги та комплексного підходу до вирішення проблем збалансованого соціо-еколого-економічного розвитку інфраструктурного потенціалу як системи. Інтеграція національної інфраструктурної системи, зокрема транспортного складника, в європейську та світову логістичні мережі має відбуватися з урахуванням не тільки економічних, технічних, просторових, ринкових та соціальних умов. Одним із вагомих факторів, який впливає на успішність входження в європейський економічний простір, відповідно до засад сталого розвитку, є екологічний.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем сталого розвитку регіонів України зробили: О.М. Алимов, О.І. Амоша, М.П. Бутко, В.М. Василенко, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, Л.В. Дейнеко, М.І. Долішній, С.І. Дорогунцов, В.І. Захарченко, І.І. Лукінов, Л.Г. Мельник, Л.Г. Руденко, Л.Г. Чернюк, А.А. Чухно та багато інших вітчизняних і закордонних учених. Незважаючи на різноманіття робіт із зазначеної тематики, недостатньо дослідженим є ресурсне забезпечення практичної реалізації парадигми сталого розвитку в сучасних реаліях вітчизняної економіки.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ролі водного транспорту, зокрема в частині його відновлення та модернізації, та розроблення концептуальних підходів до реалізації парадигми сталого розвитку в аспекті екологізації транспортних перевезень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільшу питому вагу в системі інфраструктурного забезпечення регіонів України за обсягами діяльності та значенням має транспортна галузь. Водночас транспорт чинить суттєве техногенне навантаження на довкілля, є джерелом третини шкідливих речовин в Україні. Більшою мірою це стосується автомобільного транспорту в містах, де його частка у викидах шкідливих речовин досягає 90%.

Екологічні норми на викиди шкідливих речовин транспортних засобів ЄВРО були введені Європейською економічною комісією ООН ще в 1993 р. Невідповідність транспорту, який застосовується на території України, цим стандартам є однією з найбільших проблем. Проте поступово національне законодавство обмежує використання застарілого та екологічно небезпечного транспорту. Водночас ЄС задекларував потребу кардинального скорочення викидів парникових газів

у світі, маючи на меті обмежити кліматичні зміни менше ніж 2°С, що знайшло підтримку міжнародної спільноти. Загалом ЄС до 2050 р. необхідно скоротити викиди на 80–95% нижче рівнів 1990 р., причому для досягнення цієї мети розвинуті країни повинні здійснювати необхідні скорочення як єдина група. Аналіз Комісії свідчить про те, що хоча в інших секторах економіки можна досягти значніших скорочень, від транспортного сектору, який є значним і всезростаючим джерелом парникових газів, вимагається їх зменшення принаймні на 60% порівняно з 1990 р. [1; 2].

До 2030 р. транспорту поставлено за мету скоротити викиди парникових газів приблизно на 20% від їх рівня у 2008 р. І при цьому, зважаючи на значне зростання транспортних викидів за останні два десятиріччя, вони перевищуватимуть рівень 1990 р. на 8%.

Автодороги є одним із джерел утворення пилу в приземному повітряному шарі, під час руху автомобілів відбувається стирання дорожніх покриттів і автомобільних шин, продукти зносу яких змішуються з твердими частинками відпрацьованих газів [3].

Іншою екологічною проблемою розвитку транспорту є підвищений шум. Його створюють не тільки наземні транспортні засоби, а й авіаційні двигуни повітряних суден, допоміжні силові установки літаків, спецавтотранспорт різного призначення, обладнання стаціонарних об’єктів, на яких проводиться технічне обслуговування та ремонт літальних апаратів. Рівні шуму досягають на перонах аеропортів 100 дБ, у приміщеннях диспетчерських служб від зовнішніх джерел – 90–95 дБ, усередині будівель аеровокзалів – 75 дБ.

Отже, політика сталого розвитку в національному та регіональному аспектах повинна розроблятися на принципах забезпечення екосистемної цілісності та інтегрованого управління, в основі яких є динамічний процес ефективного використання ресурсів на засадах гармонізації економічних, екологічних та соціальних інтересів [4, с. 41].

Особливого значення, з огляду на негативний вплив на навколишнє середовище наземного транспорту, набуває модернізація водних перевезень. Транспортування вантажів та пасажирів водними артеріями є одним з найбільш дешевих та екологічно безпечних видів перевезень. В Україні завдяки її унікальному географічному розташуванню сформована мережа внутрішніх водних шляхів та зовнішній морський транспорт. До внутрішнього водного транспорту належать річковий транспорт та морський у каботажному плаванні, котрий виконує важливу роль у мультимодальних перевезень.

Вітчизняний морський транспортний комплекс є багатофункціональною структурою, що задовольняє потреби національної економіки у транспортному забезпеченні [5]. Морські порти є складовою частиною транспортної і виробничої інфраструктури держави з огляду на їх розташування на напрямках міжнародних транспортних коридорів. Від ефективності функціонування морських портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності системи управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку. Основними перевагами морської портової галузі України є:

– високий експортний потенціал вантажів чорних металів, вугілля, залізорудного концентрату та зернових;

– наявність потужностей з обробки вантажів;

– вигідне розташування морських портів для забезпечення транзитних вантажопотоків;

– наявність нормативно-правової бази щодо можливості залучення приватних інвестицій для розвитку портової галузі;

– наявність висококваліфікованих спеціалістів портової галузі.

Незважаючи на суттєве зменшення потенціалу водного транспорту України, яке відбулося протягом останніх п’яти років у зв’язку з анексією Криму, навіть із тими водним ресурсами, які залишилися, можна отримати мультиплікативний ефект. Адже одне робоче місце у сфері водного транспорту стимулює створення чотирьох-п’яти робочих місць у суміжних галузях економіки країни [5]. Сьогоднішній потенціал водних ресурсів країни у частині внутрішніх перевезень представлений трьома судноплавними річками, дві з яких входять до ТОП-5 найбільших річок Європи.

До складу Укррічфлоту входять п’ять найбільших річкових портів: Дніпропетровський, Запорізький, Нікопольський, Херсонський і Миколаївський, три з яких (Дніпропетровський, Запорізький, Нікопольський) розташовані в промислових регіонах, які є експортоутворюючими і слугують воротами для імпортних вантажопотоків. Херсонський і Миколаївський порти розташовані в гирлах Дніпра і Південного Бугу відповідно і не обмежені міжнавігаційним періодом, тому спеціалізуються як на стандартних видах портових послуг, так і на рейдових перевантаженнях [6].

В Україні, як і в усьому світі, нині зростає попит на перевезення внутрішнім водним транспортом. Вантажовласники, насамперед металовиробники і зернотрейдери, в умовах економічної нестабільності, зростання цін на пальне, збільшення випадків перебоїв у роботі залізничного та автомобільного транспорту через конфлікт на сході країни намагаються скоротити транспортні витрати та поліпшити логістику перевезень. Очевидним є необхідність перенесення значної частини вантажопотоку на річковий транспорт, який має низку

переваг перед іншими видами вантажоперевезень, і насамперед − це економічність.

Із погляду суспільних переваг розвиток річкового транспорту в Україні та включення його в систему мультимодальних перевезень дасть змогу не тільки знизити енергетичні витрати та скоротити шкідливі викиди в атмосферу, а й транспортувати товари суднами типу «ріка – море» між великими промисловими центрами країни та чорноморськими портами без додаткового перевантаження, крім того, знизити навантаження на автомобільні дороги та «оздоровити» залізниці, звільнивши їх від частини нерентабельних перевезень, і, таким чином, сприяти реформам, що відбуваються на залізничному та автомобільному транспорті [5].

Загальна довжина судноплавних річок України, які використовуються як водні шляхи, становить 2 241 км, з яких Дніпро є найважливішою воднотранспортною магістраллю. Басейн Дніпра займає близько 65% річкового простору України. У 1990 р. обсяг внутрішніх перевезень річковим транспортом в Україні становив майже 67 млн. т на рік, нині цей показник скоротився до 8 млн. т.

У цілому вантажообіг водного транспорту України має щорічну стійку тенденцію до скорочення (табл. 1).

У 2016 р. питома вага морського транспорту в перевезенні вантажів становила 0,20%, річкового – 0,24%, що у структурі вантажообігу становить 0,7% та 0,4% відповідно. Як свідчать наведені дані, скорочення навіть порівняно з 2000 р. становить більш ніж утричі. Середня відстань перевезення однієї тонни вантажів морським транспортом у 2016 р. становила 837 км (у міжнародному сполученні – 1 165 км), річковим транспортом – 402 км і 885 км відповідно.

Якщо морські вантажні перевезення економічно доцільні та поширені в міжнародному напрямі, то для річкового транспорту притаманне обслуговування вантажопотоків, для яких важлива не швидкість, а ритмічність доставки, це зерно, пісок, метал, добрива, руда тощо (табл. 2). Саме тому за нинішніх умов економічно обґрунтованим в Україні розглядається перевезення річковим транспортом до 25 млн. т вантажів (що у три-чотири рази більше, ніж зараз).

Проте існує низка факторів, які перешкоджають відновленню внутрішнього водного транспорту України та збільшенню обсягів перевезень річковим транспортом, а саме:

– відсутність удосконаленої нормативно-правової бази на річковому транспорті;

– застаріла портова інфраструктура, високий рівень її фізичного та морального зносу;

– нестача спеціалізованих сучасно оснащених логістичних терміналів;

– неналежний рівень оновлення флоту;

– недостатнє фінансування розвитку інфраструктури внутрішнього судноплавства тощо.

Крім того, річка Дніпро закрита для вільного проходження суден під іноземним прапором без відповідного одноразового дозволу, а також для роботи іноземного флоту між портами України (каботаж) без дозволу на каботажні перевезення [5].

Саме на вирішення вищезазначених проблем повинні бути спрямовані зусилля для розвитку внутрішнього водного транспорту та інтеграції його до європейської транспортної мережі.

Стратегічне значення для економіки України має морський транспорт. Для морського транспорту так само чітко задекларована потреба у використанні та контролю дотримання високих стандартів технічної та громадської безпеки, захисту навколишнього середовища та умов праці на загальносвітовому рівні, а також щодо викорінення піратства. Екологічні показники мор-

Таблиця 1

Вантажообіг за видами транспорту

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
***Вантажообіг**, млрд. т/км*									
Транспорт, всього	**394,1**	**473,6**	**418,7**	**445,7**	**412,6**	**399,6**	**353,6**	**334,7**	**344,2**
залізничний	172,8	224,0	218,1	243,9	237,7	224,4	210,2	195,1	187,6
морський	8,6	9,6	5,2	5,1	3,6	3,2	4,1	3,9	2,5
річковий	5,9	6,3	3,8	2,2	1,7	1,4	1,3	1,6	1,5
автомобільний – усього	19,3	35,3	53,9	57,3	57,5	58,7	56,0	53,3	58,0
у т.ч. автопідприємства	5,8	11,6	17,0	17,4	19,9	20,5	20,7	20,2	21,8
авіаційний	0,0	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
трубопровідний	187,5	198,1	137,3	136,8	111,7	111,6	81,8	80,7	94,4
Структура вантажообігу за видами транспорту, %									
залізничний	43,8	47,3	52,1	54,7	57,6	56,2	59,4	58,3	54,5
морський	2,2	2,0	1,2	1,1	0,9	0,8	1,2	1,1	0,7
річковий	1,5	1,3	0,9	0,5	0,4	0,3	0,4	0,5	0,4
автомобільний	4,9	7,5	12,9	12,9	13,9	14,7	15,8	15,9	16,9
авіаційний	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
трубопровідний	47,6	41,8	32,8	30,7	27,1	27,9	23,1	24,1	27,4

Таблиця 2

Структура перевезень вантажів річковим транспортом, %

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усі вантажі	100	100	100	100	100	100	100	100	100
За видами вантажів									
нафта і нафтопродукти	–	0,2	0,0	–	–	–	–	–	–
вугілля	2,9	9,4	8,8	5,7	5,8	11,5	7,1	2,7	3,4
кокс	2,9	1,2	4,2	1,3	1,1	1,4	1,8	1,1	1,3
руда різна	19,1	24,0	32,2	22,8	12,0	8,4	12,7	14,7	16,3
будівельні	45,4	45,8	43,3	56,1	62,6	48,3	38,5	37,2	35,7
хімічні і мінеральні добрива	1,4	1,6	1,3	1,6	3,0	4,4	4,4	5,3	3,4
лісові	0,1	0,0	–	0,1	–	0,0	0,5	0,1	0,8
папір	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
метали різні	19,2	6,2	2,7	2,2	1,8	6,9	16,5	15,2	14,0
машини і устаткування	0,6	0,3	0,4	0,5	0,6	0,0	0,0	–	0,0
цукор	0,1	0,3	0,0	–	–	–	–	–	–
хлібні	2,5	7,2	4,1	5,1	9,9	13,8	15,0	17,8	13,5
бавовна, льон	0,0	–	–	–	–	–	–	–	–
вантажі в контейнерах	0,3	–	0,1	–	–	–	–	0,0	–
інші вантажі	5,4	3,6	2,8	4,5	3,1	5,3	3,5	5,8	11,5
За видами сполучення									
закордонного	51,8	45,3	47,5	36,4	28,6	40,4	36,7	37,7	38,4
каботажного	48,2	54,7	52,5	63,6	71,4	59,6	63,3	62,3	61,6

ських перевезень можуть і повинні бути поліпшені як за рахунок технологій, так і сучасних видів пального та більш ефективної організації перевезень. Так, згідно з прийнятою транспортною стратегією ЄС, опублікованою у вигляді White Paper on Transport («Біла книга – транспорт. План розвитку єдиного європейського транспортного простору – на шляху до конкурентоспроможної та ресурсоефективної транспортної системи»), викиди вуглецевого газу в ЄС, які припадають на морський транспорт, повинні бути скорочені на 40% (якщо практично можливо – 50%) до 2050 р. порівняно з рівнями 2005 р. [2].

Також передбачається 30% автомобільних вантажних перевезень на відстані понад 300 км перевести на інші види транспорту, наприклад залізницю чи морський транспорт, до 2030 р., і понад 50% – до 2050 р., причому цьому сприятимуть ефективні та «зелені» вантажні коридори. Виконання цього завдання вимагатиме також розвитку відповідної інфраструктури.

Загальна політика Євросоюзу у цьому напрямі така: на узбережжі необхідно мати більше пунктів виходу на європейський ринок, сучасних та ефективно функціонуючих, для уникнення зайвих перевезень через Європу. Морські порти відіграють провідну роль як логістичні центри і потребують ефективних сполучень із внутрішніми регіонами країни. Їхній розвиток має принципове значення для переробки зростаючих обсягів вантажів, які доставляються як каботажними перевезеннями всередині ЄС, так і з усього світу. Все більшу роль, зокрема у перевезенні товарів у внутрішні регіони країн та у поєднанні європейських морів, має відігравати внутрішній водний транспорт, де ще існує невикористаний потенціал [2].

ЄС у реалізації екологічної політики, крім інших принципів, керується двома основними, які необхідно закласти в основу методології екологізації інфраструктурної системи України [1].

Перший принцип *«забруднювач платить»* був суттєво підкріплений прийнятою у 2004 р. Директивою 2004/35/ЄС про цивільну відповідальність за забруднення довкілля. Ця Директива передбачає відшкодування винною особою шкоди, завданої нею навколишньому природному середовищу. Цей принцип може бути застосований під час вирішення проблем фінансування виробничої інфраструктури в Україні. Так, продаж дозволів на викиди у атмосферу, або «продаж викидів», дасть змогу забезпечити додаткове надходження коштів, які згодом будуть спрямовані на оновлення основного капіталу інфраструктурної системи.

Другий принцип – *запобігання* – також визнаний у багатьох міжнародних угодах. Для логістичної системи України він може знайти своє втілення, крім інших напрямів, у розвитку екологічно безпечного транспорту. Йдеться не лише про електромобілі, які поступово починають отримувати поширення й у нашій країні, а й про такі нові види транспорту, як монорейковий автотранспорт і монокар, електробайк, геліотранспорт.

З екологічними засадами сталого розвитку інфраструктурного потенціалу пов'язують термін «сталий транспорт» (або «зелений транспорт»), який застосовують для позначення будь-якого

виду транспорту з низьким впливом на довкілля. Сталий розвиток транспорту належить до різних видів транспорту, який є стійким у частині соціальних, екологічних та кліматичних впливів.

Термін «сталий транспорт» став використовуватися як логічне продовження та у межах парадигми сталого розвитку. Є багато визначень сталого розвитку транспорту і пов'язаних із ними термінів «сталий транспорт» та «стала мобільність» [7]. Одне з таких визначень, запроваджене Радою Європейського Союзу міністрів транспорту, визначає сталу транспортну систему, якщо:

1) задоволення базових потреб, розвиток потреб та доступ до транспортних послуг приватних осіб, компаній і суспільства повинні гарантувати безпеку й бути реалізованими згідно зі здоров'ям людини та екосистеми, а також сприятиме справедливості в межах одного та між послідовними поколіннями;

2) є доступним, працює раціонально та ефективно, пропонує вибір виду транспорту, а також підтримує конкурентоспроможну економіку і сприяє збалансованому регіональному розвитку;

3) лімітовані викиди і відходи, які планета у здатності поглинути. Транспортною системою використовуються відновлювані у межах одного покоління ресурси і невідновлювані ресурси на рівні або нижче темпів розвитку поновлюваних замінників. Водночас має бути зведений до мінімуму рівень використання території та шумоутворення.

Сталість виходить за межі дотримання операційної ефективності та контролювання викидів, проте охоплює весь життєвий цикл надання інфраструктурної послуги. Оцінка екологічної безпеки протягом усього життєвого циклу є більш важливою, ніж акцент на одному факторі, наприклад підвищенні енергоефективності чи інших.

Компоненти для оцінювання сталості транспорту включають:

– конкретні транспортні засоби (наземного, водного або повітряного транспорту);

– джерело енергії;

– інфраструктура, що використовується для розміщення транспорту (дороги, залізниці, повітряні лінії та водні шляхи, канали і термінали).

Транспортна сталість значною мірою вимірюється за економічною ефективністю та рівнем екологічних і кліматичних впливів транспортної системи [8].

Короткострокові заходи часто полягають у поліпшенні використання палива і зниженні викидів у навколишнє середовище, проте довгострокові цілі повинні передбачати перехід транспорту з видобувної енергії на інші альтернативи, такі як поновлювані джерела енергії, та використання інших поновлюваних ресурсів. Весь життєвий цикл транспортних систем є предметом забезпечення сталості розвитку та оптимізації [9].

Захист довкілля має стати проактивним, спрямованим на подолання не лише наслідків функціонування інфраструктурного сектору, а й негативних тенденцій впливу людської діяльності на навколишнє середовище. Комплекс практичних заходів, зокрема, сполучає створення екологічно безпечних конструкцій інфраструктурних об'єктів, запровадження ресурсозберігаючих технологій, оптимізація перевезень за екологічним критерієм тощо.

Створення системи технічно безпечного транспорту має принципове значення для європейської спільноти. Буде розроблено європейську стратегію для безпеки цивільної авіації, яка включає адаптацію до нових технологій та, безсумнівно, міжнародну співпрацю основних партнерів. На морському транспорті питання технічної безпеки пасажирських суден повинні розглядатися в режимі випередження. Контроль руху суден та інформаційна система SafeSeaNet мають стати основою для використання всіх відповідних інформаційних технологій під час морських перевезень, що дасть змогу забезпечити технічну та громадську безпеку морського транспорту, а також захист навколишнього середовища від забруднення. Отже, європейською транспортною політикою передбачено створення спільного середовища обміну інформацією для спостереженням за морською територією ЄС21 та сприяння формуванню єдиного морського простору [2].

Єдиний європейський транспортний простір повинен полегшити пересування громадян та вантажів, скоротити витрати та підвищити екологічну сталість європейського транспорту. Щодо морського транспорту, то «блакитний пояс» у морях навколо Європи повинен спростити формальності для суден, які рухаються між європейськими портами, і має бути створена відповідна програма дій для контролю над виконанням загальноєвропейських завдань у сфері внутрішнього водного транспорту. Необхідно й далі поліпшувати ринковий доступ до портів. Для цього європейською транспортною політикою передбачено низку напрямів щодо реалізації принципів сталого розвитку водного транспорту наступного характеру [2]:

1. Економічно-інформаційні:

– поєднати використання всіх інструментів контролю всіма відповідними органами, забезпечити повну експлуатаційну сумісність систем інформаційних технологій у секторах водного транспорту, гарантувати спостереження за суднами та вантажами (блакитний пояс) та створити відповідні портові потужності («блакитні смуги»);

– запровадити систему надання свідоцтв про звільнення від лоцманського проведення в портах ЄС;

– проаналізувати обмеження на надання портових послуг;

– заохочувати прозорість фінансування портів, визначаючи спрямування державних коштів на різні види діяльності порту, для запобігання будь-якому порушенню конкуренції;

– запровадити оптимальну структуру для оптимізації внутрішнього ринку внутрішнього водного транспорту та зняття бар'єрів, які перешкоджають його більшому використанню. Оцінити та визначити необхідні завдання та механізми для їх виконання, у тому числі з огляду на максимально можливе територіальне охоплення.

2. Соціальні:

–підвищити контроль виконання Конвенції про працю на морі (MLC) Міжнародної організації праці (ILO) з урахуванням країни прапору, країни порту та країн кадрового забезпечення;

– поширити на всіх або частину працівників, які виходять у море і сьогодні знаходяться поза сферою дії, декілька законодавчих директив ЄС про працю або надати їм такий самий рівень захисту іншими засобами;

– оновити директиву про навчання моряків (2008/106/EC) відповідно до перегляду Конвенції Міжнародної морської організації (IMO) про навчання та сертифікацію моряків (Конвенція STCW). Створити систему навчання портових працівників у різних сферах діяльності порту, яка матиме спільне визнання.

3. Екологічні:

– перетворити SafeSeaNet у базову систему для всіх відповідних інструментів морської інформації, які необхідні для підтримки технічної та громадської безпеки на морі та захисту морського середовища від забруднення, спричиненого суднами;

– оцінити доцільність створення реєстру ЄС та прапору ЄС для морського та внутрішнього водного транспорту, котрі будуть уособлювати знак якості, яким сертифікуються безпечні у всіх відношеннях (технічному, громадському, екологічному) судна;

– цінити доцільність спільного виконання функцій берегової охорони в ЄС, зокрема для забезпечення технічної та громадської безпеки на морях та захисту навколишнього середовища.

Європейський морський транспортний простір без бар'єрів повинен у подальшому перетворитися у «блакитний пояс» для вільного морського руху в Європу і навколо Європи, а водний транспорт повинен максимально використовувати свій потенціал.

Висновки з проведеного дослідження. Існують ризики повної втрати конкурентоспроможності національної транспортної системи України, які виявлять себе у неспроможності країни брати участь в обслуговуванні основних транснаціональних і трансконтинентальних вантажопотоків між Заходом і Сходом та остаточній утраті транзитного потенціалу.

Для поліпшення ситуації, що склалася в транспортній галузі, прискорення її виходу з кризи та надання необхідного імпульсу для подальшого розвитку потрібно розробити і здійснити низку економічних, структурних, організаційних, технологічних та інституційних перетворень на транспорті. Напрями державної політики мають виходити із завдань євроінтеграції, передбачати всебічну підготовку української транспортної системи до імплементації Угоди про асоціацію з ЄС. При цьому пріоритетами мають стати формування в Україні ефективного конкурентоспроможного ринку транспортних послуг та побудова збалансованої за видами транспорту національної транспортної системи, здатної задовольнити в повному обсязі потреби економіки та населення у перевезеннях, забезпечити належну якість і безпеку перевізного процесу, зменшити негативний вплив транспорту на довкілля, а також повною мірою реалізувати транзитний потенціал України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Транспортна політика України та її наближення до норм Європейського Союзу / Т. Сирийчик та ін.; за ред. М. Свєнчіцкі. К.: Аналітично-дорадчий центр Блакитної стрічки, 2010. 102 с.

2. White Paper on Transport, Luxembourg: Publications Office of the European Union. 2011. 32 p.

3. Ivanova N.V. Environmental Aspects of the Integration Process of the National Logistics System in the European Space. Nauka i studia. 2016. № 16(29). P. 70–74.

4. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». К.: НІСД, 2015. 684 с.

5. Міністерство інфраструктури України – офіційний сайт. Інформація про водний транспорт України. URL: https://mtu.gov.ua/content/informaciya-provodniy-transport-ukraini.html.

6. Укррічфлот – офіційний сайт. URL: http://urf.ua/ua/.

7. Todd Litman (2009). Sustainable Transportation and TDM. Online TDM Encyclopedia / Victoria Transport Policy Institute. URL: http://www.vtpi.org/tdm/tdm67.htm.

8. Ivanova N.V. The Use Of IT Solutions In the Infrastructure Maintenance of the Economy. Středoevropský Věstník Pro Vědu A Výzkum. Praha: Publishing house Education and Science s.r.o., 2016. № 21 (152). P. 42–45.

9. Іванова Н.В. Модернізація інфраструктурної сфери регіональної економіки в умовах євроінтеграції: монографія. Чернігів: ЧНТУ, 2016. 347 с.

REFERENCES:

1. Svinchytski, M.(ets) (2010) Transportna polityka [Transport policy of Ukraine and its approximation to the

norms of the European Union]. K : Analitychno-doradchyi tsentr Blakytnoi strichky, P. 102. (in Ukrainian)

2. White Paper on Transport, Luxembourg: Publications Office of the European Union (2011), P. 32.

3. Ivanova N.V. (2016) Environmental Aspects of the Integration Process of the National Logistics System in the European Space. Przemysl : Sp. z o.o. "Nauka i studia", № 16 (29), pp. 70–74.

4. Analitychna dopovid do Shchorichnoho Poslannia Prezydenta Ukrainy do Verkhovnoi Rady Ukrainy "Pro vnutrishnie ta zovnishnie stanovyshche Ukrainy v 2015 rotsi" [Analytical report to the Annual Address of the President of Ukraine to the Verkhovna Rada of Ukraine "On the Internal and External Situation of Ukraine in 2015«]. K : NISD, 2016, P. 684 (in Ukrainian)

5. Ministerstvo infrastruktury Ukrainy – ofitsiinyi sait. Informatsiia pro vodnyi transport Ukrainy [The Ministry of Infrastructure of Ukraine: is the official site. Information about the water transport of Ukraine] (in Ukrainian). URL: https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro-vodniy-transport-ukraini.html

6. Ukrrichflot – ofitsiinyi sait [Ukrrichflot: is the official site] (in Ukrainian). URL: http://urf.ua/ua/

7. Todd Litman (2009), Sustainable Transportation and TDM. Online TDM Encyclopedia // Victoria Transport Policy Institute. URL: http://www.vtpi.org/tdm/tdm67.htm.

8. Ivanova N.V. (2016), The Use Of IT Solutions In the Infrastructure Maintenance of the Economy. Středoevropský Věstník Pro Vědu A Výzkum. Praha : Publishing house Education and Science s.r., № 21 (152). pp. 42–45

9. Ivanova N. V. (2016), Modernizatsiia infrastrukturnoi sfery rehionalnoi ekonomiky v umovakh yevrointehratsii : monohrafiia [Modernization of the infrastructure sphere of the regional economy in the conditions of European integration]. Chernihiv : ChNTU, P. 347. (in Ukrainian)

Ivanova N.V.
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Professor at Department of Management and Public Administration
Chernihiv National University of Technology

THE POTENTIAL OF WATER TRANSPORT OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PARADIGM

Integration of national logistic system in the European and global logistic network should take place, taking into account not only the economic, technical, spatial, market, and social conditions.

Today the worldwide topical issue is the realization of the principles of sustainable development paradigm. The concept of "sustainable development" means to ensure continuity of balanced development as a process based on the harmonization of quantitative and qualitative changes triad economy – society – nature.

Maritime transport complex is a multifunctional structure that meets the needs of the national economy in transportation provision. Seaports are the part of the transport and industrial infrastructure of the state due to their location in areas of international transport corridors. The competitiveness of the domestic transport complex in the world market depends on the efficiency of seaports, level of their technological and technical equipment and management system and infrastructure development compliance with modern international requirements. The main advantages of sea port industry of Ukraine are:

– high ferrous metals, coal, iron-ore concentrate and grain export potential;
– facilities for cargo handling availability;
– advantageous location of seaports for transit cargo traffic;
– availability of the legal framework regarding the possibility of attracting private investments for the development of the port sector;
– availability of highly qualified professionals in the port industry.

The transformation of the infrastructure capacity in the region is defined as a process of deep changes in the quantitative and qualitative characteristics of the multisectoral infrastructure complex on the principles of sustainable development in the direction of achieving the optimum, tailored to the needs of the regional parameters of its operation, taking into account global trends and inherited experience. The authors constructed a conceptual framework based on the transformation of infrastructure transformation sector. Transport-related activities have many impacts on the environment. The most important effects are a contribution to climate change, to local air pollution, to noise levels, to biodiversity loss, and natural resources depletion.

Nowadays in Europe, there is a spreading of the concept of "sustainable transport" (or "green transport"), which is used to describe any type of transport with a low environmental impact. In Ukraine, there are signs of implementations of the principle of prevention in the field of environmental policy about sustainable transport. Thus, on 26 June 2015, Ukraine signed a protocol about sustainable transport to the Convention on the Protection and Sustainable Development of the Carpathians.

In cities, switching to cleaner transport is facilitated by the lower requirements for vehicle range and higher population density. Public transport choices are more widely available, as well as the option of walking and

cycling. Cities suffer most from congestion, poor air quality, and noise exposure. Urban transport is responsible for about a quarter of CO_2 emissions from transport, and 69% of road accidents occurring in cities.

In the implementation of environmental policies, among other principles, the EU guides two main policies, which should be laid to the basis of the ecological methodology of the logistic system in Ukraine.

The first principle “polluter pays” has been significantly strengthened with the adoption in 2004 the Directive 2004/35/EC about the civil responsibility for environmental pollution: the polluter provides a compensation of the damage caused to the environment. This principle can be applied in solving the problems of financing industrial infrastructure in Ukraine. Thus, the sale of permits for emissions into the atmosphere will provide additional funds, which will be used to reconstruct the capital of the logistic system.

The second principle “preservation” is recognized in many international agreements. For a logistic system of Ukraine, it may be implemented, among other areas, in the development of environmentally friendly transport. It is not only about electric cars, which are spreading in our country, but also about some new types of transports as a monorail transport and monocar, electric bicycles, heliotransport.

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕГІОНУ

CLUSTER APPROACH IN PROVIDING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF A REGION

УДК 338.47

Клочковська В.О.
к.е.н., доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки
Донецький національний університет імені Василя Стуса

У статті розглянуто проблему забезпечення конкурентоспроможності регіону на основі кластерного підходу. Наведено сутність конкурентних переваг, проаналізовані підходи до регулювання конкурентного середовища в регіоні. Виділено характерні особливості кластерів, визначено їх вплив на регіональний розвиток.
Ключові слова: *регіон, кластер, конкурентні переваги, кластерний підхід, регіональний розвиток.*

В статье рассмотрена проблема обеспечения конкурентоспособности региона на основе кластерного подхода. Приведена сущность конкурентных преимуществ, проанализированы подходы к регулированию конкурентной среды в регионе. Выделены характерные особенности кластеров, определено их влияние на региональное развитие.
Ключевые слова: *регион, кластер, конкурентные преимущества, кластерный подход, региональное развитие.*

Problems of ensuring the competitiveness of a region on the basis of a cluster approach are considered in the article. The essence of competitive advantages is presented; approaches to the regulation of the competitive environment in the region are analysed. Distinctive features of clusters are distinguished, their influence on regional development is determined.
Key words: *region, cluster, competitive advantages, cluster approach, regional development.*

Постановка проблеми. Динамічність сучасної соціально-економічної системи країни багато в чому зумовлена зовнішнім вектором глобалізації та станом внутрішньої модернізації економіки, супроводжується посиленням конкуренції на всіх рівнях (товарів, послуг, підприємств, галузей, територій, держави у цілому). Конкурентоспроможність країни складається з конкурентних переваг її регіонів, кожен з яких має специфічні особливості, зважаючи на наявний природно-ресурсний, індустріальний, інвестиційний, інноваційний, трудовий та інші види потенціалів.

Сьогодні регіони розглядаються як самостійні учасники конкурентних відносин. Експерти Міжнародного економічного форуму у своїх дослідженнях конкурентоспроможності країн світу поряд із країнами оцінюють конкурентоспроможність окремих регіонів цих країн, причому дуже часто регіони посідають у рейтингу кращі позиції, ніж країна у цілому. Для забезпечення сталого розвитку регіон має зайняти свою нішу у світогосподарській системі, передумовою чого є підвищення його міжнародної конкурентоспроможності та визначення конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності регіонів та їх конкурентних переваг розглянуто у працях таких зарубіжних дослідників, як: С. Брю, Е. Брюн, Дж. Кейнс, М. Кламут, Ф. Котлер, К. Макконнелл, Ф. Найт, М. Портер, Дж. Робінсон, П. Самуельсон, Дж. Сакс, Е. Чемберлін, І. Шумпетер. Окремі питання конкурентних переваг, регіональної конкурентоспроможності та її чинників досліджували М. Ахматова, П. Бубенко, Н. Бутко, Н. Калюжнова, В. Кондратьєв, Ю. Перський, Л. Подоляк, В. Решетило, В. Саблин та ін. Проте багато питань забезпечення та підвищення конкурентоспроможності регіону залишаються досі не визначеними та потребують подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження регіональної конкурентоспроможності через використання конкурентних переваг та впливу ресурсного потенціалу регіону на підвищення конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передумовою успішної участі регіону в конкурентній боротьбі є наявність у нього конкурентних переваг, тобто факторів, які створюють певну перевагу над конкурентами [1, с. 18]. Відповідно до теорії конкурентних переваг, одним із засновників якої є професор М. Портер, будь-яка країна або регіон із приблизно однаковим рівнем економічного розвитку має певний, як правило, властивий тільки їм набір конкурентних переваг: більш високий рівень продуктивності праці, кваліфікація виробничого, технічного, комерційного персоналу, якість і технічний рівень продукції, що виготовляється, управлінська майстерність, стратегічне мислення на різних рівнях управління [2].

Конкурентні переваги регіону – це інтегральний показник, що утворюється з переваг підприємств і організацій, які виробляють конкурентоспроможні товари й послуги. Виробництво в регіоні конкурентоспроможної продукції, що користується попитом споживачів на вітчизняному і світовому ринках, є одним з основних чинників його конкурентної переваги. Регіон як соціально-економічна система самостійно повинен сприяти формуванню конкурентних переваг підприємств, що знаходяться на його території, шляхом створення конкурентного середовища та розвитку відповідної інфраструктури [3, с. 142–144].

У сучасній практиці господарювання склалися два підходи до регулювання конкурентного

середовища в регіоні. За першого підходу адміністрація регіону виступає в ролі представника держави і тому визначає правила конкуренції для підприємств і організацій регіону, що займаються виробництвом та реалізацією товарів і послуг. Регулювання розвитку регіону, підвищення його соціально-економічної ефективності здійснюється за допомогою законодавчої та нормотворчої діяльності. За другого підходу адміністрація регіону виступає в ролі керівника регіонального господарства, до складу якого входять усі господарюючі на його території суб'єкти. Одне із завдань у цьому разі – ефективність, прибутковість, інше – домагатися, щоб населення регіону відчувало себе комфортно.

З позицій економічної доцільності другий підхід не може забезпечити максимально можливу ефективність діяльності підприємств і організацій, стимулювати до завоювання конкурентної переваги на ринку, оскільки у цьому разі не враховуються об'єктивні закони економічної поведінки людей в умовах ринку. З першим підходом теж важко погодитися, тому що ігноруються механізми узгодження інтересів адміністрації регіону, керівників підприємств і організацій, а також жителів регіону. В обох випадках рішення проблеми підвищення якості вироблених товарів і послуг не носить клієнтоорієнтований характер, оскільки у формуванні конкурентного середовища задіяні лише адміністрація регіону і власники (керівники) підприємств і організацій.

Найбільш доцільним є підхід, заснований на поєднанні державного та недержавного (громадського) регулювання конкурентного середовища. Самоорганізація суб'єктів регіону є тим напрямом, де сховано вагомі резерви підвищення активності господарської діяльності як самих суб'єктів, так економіки регіону і країни у цілому. У зв'язку із цим громадськими організаціями можуть виступати союзи виробників (продавців) товарів і послуг та спілки споживачів, яких необхідно розглядати як самостійних суб'єктів регулювання ринку. Об’єднання різних зацікавлених сторін дасть змогу досягти ефекту синергії в економічному розвитку регіону.

Як показав світовий досвід, одним з основних факторів підвищення національної та регіональної конкурентоспроможності в умовах сучасної інноваційної економіки є кластерний розвиток [4; 5]. Аналіз теорій кластерного розвитку регіону дає змогу зробити висновок, що підвищення конкурентоспроможності кластеру та конкурентоспроможності регіону є взаємозумовлюючими процесами. З одного боку, будь-який регіон є унікальним і має свій набір конкурентних переваг, які використовує кластер для свого розвитку. З іншого боку, кластер створює додаткові конкурентні переваги регіону, в якому він діє.

Етимологія слова «кластер» походить від англійського cluster, що в перекладі означає скупчення, концентрація, сукупність, групу тощо [6, с. 123]. Поняття кластеру використовується в різних галузях знань, і хоча трактування цього поняття є різним, сутність залишається незмінною: кластер – об’єднання декількох однорідних елементів, які можуть розглядатися як самостійна одиниця з притаманними їй певними ознаками [1, с. 21]. Кластерний підхід збільшує життєвий рівень населення, посилює конкурентоздатність бізнесу, розташованого на території конкретного регіону, підтримує ефективний бізнес-клімат, який збільшує переваги задіяних компаній і забезпечує перехід до комплексного використання потенціалу всієї держави.

У Білій книзі кластерної політики фахівці Міжнародної організації економічних знань та розвитку підприємництва (International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development) виділяють характерні риси, притаманні кластерам [7, с. 27]:

1) географічна концентрація: географічна близькість до чинників виробництва дає учасникам кластеру такі переваги, як доступ до специфічних ресурсів певного регіону, зниження транзакційних витрат, доступ до інформації, соціального капіталу;

2) спеціалізація: кожний кластер об’єднує учасників у певній сфері діяльності;

3) множинність учасників: кластери включають у себе не лише фірми, а й громадські організації, навчальні заклади, представників фінансового сектору, інститути співробітництва;

4) конкуренція та кооперація: саме поєднання цих двох видів взаємодії між учасниками характерне для кластеру;

5) критична маса: необхідна для досягнення внутрішньої динаміки;

6) життєвий цикл кластеру: діяльність кластерів орієнтована на довгострокову перспективу;

7) інновації: фірми – члени кластеру залучені до процесу технологічних, комерційних та/або організаційних змін.

Стратегічне значення створення регіональних кластерів полягає, по-перше, в економії за рахунок масштабу і можливості здійснення спільних інвестицій. Масштаби деяких проектів не дають змоги окремим господарюючим суб'єктам здійснити їх фінансування. Реалізація значної кількості дрібних проектів за рахунок коштів одного господарюючого суб'єкта призводить до розпорошення і неоптимального витрачання ресурсів. Об'єднання в кластер дає змогу вирішити зазначені проблеми. Під час експортної діяльності кластер дає можливість своїм членам спільно брати участь у виставках і ярмарках, бізнес-місіях у країні і за кордоном, доступу до загальної бази даних щодо бізнес-пропозицій.

По-друге, значимість кластерів у підвищенні конкурентоспроможності регіону полягає у тому, що в регіоні, де сформовано кластер, існує концентрація спеціалізованих постачальників, які в більш короткий час, якісніше і дешевше можуть виконувати доставку сировини, комплектуючих виробів та напівфабрикатів для задоволення виробничих потреб. Також регіон пропонує робочу силу, яка навчається в даній області і має кваліфікацію та навички. Таким чином, кластер забезпечує доступ до спеціалізованих ресурсів і робочої сили.

По-третє, кластер сприяє оптимізації ланцюжків постачань, отримання нових клієнтів і розширення ринків збуту за рахунок надання клієнтам продукції більш високої якості за нижчою ціною, сприяючи розширенню ринків збуту. Кластер дає змогу поліпшити імідж як окремої компанії, так і всього кластера і регіону в цілому. Спільні маркетингові заходи, презентації кластера і регіону формують їх бренди, залучаючи в регіон і кластер нові компанії та інвесторів із суміжних галузей.

Кластер як важливий носій знань генерує відкриті інновації, створює нові ідеї та забезпечує їх поширення в мережах співпраці. Не випадково Європейський меморандум кластерів уважає їх формою регіональної концентрації взаємопов'язаних компаній і установ, які створюють сприятливі умови для інноваційної діяльності [12].

Кластерний підхід в управлінні регіональним розвитком реалізується у формі кластерної політики, яка розглядається як «комплекс дій держави і бізнесу, спрямованих на об'єднання в кластери економічних суб'єктів і агентів» [4]. У світовій практиці можна виділити дві моделі, у рамках яких здійснюється кластерна політика: ліберальну і дирижистську. Ліберальну кластерну політику проводять США, Великобританія, Австралія, Канада. У рамках даної моделі кластер розглядається як ринковий організм, а роль федеральної влади полягає у знятті бар'єрів для його природного розвитку. Дирижистська модель характерна для Японії, Кореї, Сінгапуру, Швеції, Франції, Фінляндії, Словенії, в яких здійснюється активна державна політика розвитку кластерів.

Однак, незважаючи на безперечні переваги кластерної організації економіки для окремої території та для держави у цілому, існують різноманітні перешкоди на цьому шляху: погана інфраструктура; брак капіталу та кваліфікованої робочої сили; ієрархія кластерів – труднощі для постачальників нижнього рівня; ефект блокування, тобто поодинокі компанії можуть бути більш конкурентними порівняно з кластерними; загроза гіперспеціалізації кластера і надмірна брендизація; незацікавленість державних органів влади, нерозуміння вигод від кластерного підходу [8, с. 17].

Доцільним на регіональному рівні є формування галузевих кластерних схем за сферами та галузями економіки з виділенням напрямів, що визначають потенційні стійкі конкурентні переваги. Такий підхід дає змогу сконцентрувати інноваційні технології навколо пріоритетних галузей і видів діяльності та отримати мультиплікативний ефект. Так, для Вінницького регіону такими сферами є:

1. Інноваційна діяльність, яка стимулює появу у регіону додаткових можливостей прискореного переходу на інноваційно орієнтований тип розвитку економіки, що забезпечує сталий розвиток конкурентних переваг.

2. Освіта і наука, що сприяють активізації інтелектуального потенціалу для залучення інвесторів і створення сприятливих умов для здійснення фундаментальних та прикладних досліджень згідно зі стратегією соціально-економічного розвитку регіону.

3. Мале підприємництво являє собою великий ресурс, який використовується в регіоні вкрай недостатньо, що є досить перспективним.

4. Туристичний бізнес, виділення якого зумовлено сприятливими географічним положенням і кліматичними особливостями, багатим природно-ресурсним потенціалом, наявністю культурних та історичних об'єктів на території регіону.

5. Сільське господарство, що є традиційною галуззю економіки регіону, показники розвитку якого багато в чому визначають конкурентні переваги регіону.

Висновки з проведеного дослідження. У цілому формування і розвиток кластерів у регіоні призводить до інтегральних конкурентних переваг: підвищення конкурентоспроможності економіки, активізації інноваційних процесів і реальних механізмів узгодження інтересів влади, бізнесу, науки та освіти під час розроблення стратегії розвитку як на рівні окремого суб‘єкта господарювання, учасника кластера, так і на рівні регіону в цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єрмакова О.А. Підвищення конкурентоспроможності приморських регіонів України на основі кластерної моделі: монографія. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2011. 221 с.

2. Портер М. Конкуренция; пер. с англ. М.: Вильямс, 2005. 608 с.

3. Рибчинська Л. Аналіз впливу регіональних особливостей на формування конкурентних переваг кластерів. Економічний аналіз. 2012. Вип. 11. Ч. 4. С. 141–145.

4. Дмитрієва І.О. Кластерний розвиток у туризмі як чинник активізації економіки України. Вісник Університету банківської справи НБУ. 2013. № 2 (17). С. 10–14

5. Кластери як інструмент регіонального розвитку: матеріали науково- практичного семінару / За ред. проф. В.В. Мамонової. Х.: ХарРІ НАДУ, 2012. 115 с.

6. Wordpower Oxford Dictionary / edited by M. Steel. Oxford: Oxford University Press, 2000. 794 p.

7. The Cluster Policies Whitebook / T. Andersson, S. Schwaag-Serger, J. Sorvik, E. Wise Hansson. Sweden: IKED, 2004. 266 p.

8. Кузьмін О., Жежуха В. Кластери як чинник інноваційного розвитку підприємств і територіальних утворень. Економіка України. 2010. № 2. С. 14–23.

REFERENCES:

1. Yermakova O.A. (2011) Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti prymorskykh rehioniv ukrainy na osnovi klasternoi modeli [Increasing the competitiveness of the coastal regions of Ukraine on the basis of a cluster model]. Odesa: Instytut Problem Rynku Ta Ekonomiko-Ekolohichnykh Doslidzhen NAN Ukrainy. (in Ukrainian)

2. Porter M. (2005) Konkurentsyia (Competition). Moscow: Vil'yams. (in Russian)

3. Rybchynska L. (2012) Analiz vplyvu rehionalnykh osoblyvostei na formuvannia konkurentnykh perevah klasteriv [Analysis of the influence of regional peculiarities on the formation of competitive advantages of clusters]. Ekonomichnyi analiz [Economic analysis], Vol.11., no.4, pp. 141-145 (in Ukrainian)

4. Dmitriieva I.O. (2013) Klasternyi rozvytok u turyzmi yak chynnyk aktyvizatsii ekonomiky Ukrainy [Cluster development in tourism as a factor of activating the economy of Ukraine]. Visnyk Universytetu bankivskoi spravy NBU [Bulletin of the University of Banking of the NBU], no. 2 (17), pp. 10-14 (in Ukrainian)

5. Mamonova V.V. (ed.) (2012) Klastery yak instrument rehionalnoho rozvytku [Clusters as a tool for regional development]. Kharkiv: KharRI NADU. (in Ukrainian)

6. Steel M. (ed.) (2000) Wordpower Oxford Dictionary. Oxford: Oxford University Press.

7. Andersson T., Schwaag-Serger S., Sorvik J., Wise Hansson E. (2004) The Cluster Policies Whitebook. Sweden: IKED.

8. Kuzmin O. (2010) Klastery yak chynnyk innovatsiinoho rozvytku pidpryiemstv i terytorialnykh utvoren [Clusters as a factor in the innovation development of enterprises and territorial entities]. Ekonomika Ukrainy [Ukraine economy], no. 2, pp. 14-23. (in Ukrainian)

Klochkovska V.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Entrepreneurship,
Corporate and Spatial Economics
Vasyl Stus Donetsk National University

CLUSTER APPROACH IN PROVIDING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF A REGION

Problems of ensuring the competitiveness of a region on the basis of a cluster approach are considered in the article. In order to ensure sustainable development, the region has to take its niche in the world economic system, the prerequisite of which is to increase its international competitiveness and identify competitive advantages.

The aim of the article is to study regional competitiveness through the use of competitive advantages and the impact of the region's resource potential on increasing competitiveness.

The essence of competitive advantages is presented. Competitive advantages of the region are an integral indicator, which is formed by the advantages of enterprises and organizations that produce competitive goods and services. Approaches to the regulation of the competitive environment in the region are analysed. Distinctive features of clusters are distinguished, their influence on regional development is determined. The cluster approach increases the standard of living of the population, strengthens the competitiveness of the business located on the territory of a specific region, supports an effective business climate, which increases the benefits of the companies involved and provides a transition to the full use of the potential of the entire state.

The cluster as an important carrier of knowledge generates open innovation, creates new ideas and ensures their dissemination in collaborative networks It is expedient at the regional level to form sectoral cluster schemes in the spheres and branches of the economy with the allocation of directions that determine the potential sustainable competitive advantages. This approach allows us to concentrate innovative technologies around priority industries and activities and get a multiplier effect. As an example, for Vinnytsia region, such areas are innovation activity, education and science, small business, tourist business, agriculture.

Thus, the formation and development of clusters in a region leads to integrated competitive advantages: increasing the competitiveness of the economy, activating innovative processes and real mechanisms for coordinating the interests of power, business, science, and education in developing a strategy for the development at the level of the individual economic entity, the cluster participant, and at the regional level as a whole.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ КОНЦЕСІЇ У СФЕРІ ПОРТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

STATE REGULATION OF DEVELOPMENT OF CONCESSION IN THE SPHERE OF THE PORT AGENCY

УДК 338.47:656.61

Коваль В.В.
д.е.н., доцент,
професор кафедри прикладної економіки
Одеський торговельний-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто засади регулювання портової інфраструктури в контексті концесії як складової частини державно-приватного партнерства. Обґрунтовано організаційно-правові основи та основні моделі концесії морських портів. Розкрито, що зростаюча зацікавленість недержавних компаній у діяльності портів породжує попит на інституціональні зміни в державному регулюванні портового господарства. Обґрунтовано заходи щодо державного регулювання розвитку концесій у сфері портового господарства України.

Ключові слова: *державне регулювання, концесія, морські порти, державно-приватне партнерство.*

В статье рассмотрены основы регулирования портовой инфраструктуры в контексте концессии как составляющей государственно-частного партнерства. Обоснованы организационно-правовые основы и основные модели концессии морских портов. Раскрыто, что растущая заинтересованность негосударственных компаний в деятельности портов порождает спрос на институциональные изменения в государственном регулировании портового хозяйства. Обоснованы мероприятия по государственному регулированию развития концессий в сфере портового хозяйства Украины.

Ключевые слова: *государственное регулирование, концессия, морские порты, государственно-частное партнерство.*

The article considers principles of regulation of port infrastructure in the context of the concession as a component of public-private partnership. The organizational and legal bases and main models of concession of seaports are substantiated. It is disclosed that the growing interest of non-state companies in port activities creates a demand for institutional changes in the state regulation of port facilities. The measures regarding the state regulation of the development of concessions in the sphere of the port economy of Ukraine are substantiated.

Key words: *state regulation, concession, seaports, public-private partnership.*

Постановка проблеми. Започатковані заходи розвитку портового підприємництва з проведенням низки реформ у портовій галузі, на нашу думку, частково сприяли зростанню рівню підприємницької активності. Проте досягнення ключових завдань із розвитку нових напрямів портового підприємництва, залучення капітальних інвестицій у розвиток портової інфраструктури державної форми власності з поліпшенням інвестиційного клімату та формуванням спеціальних економічних зон у портах повною мірою не відбулося.

Підтвердженням важливості та необхідності реформування портової інфраструктури державної форми власності стало створення проектного офісу “P3ILNO для усунення проблем із дефіцитом бюджетного фінансування та низькою ефективністю системи управління державним майном у портовій галузі. Зростаюча зацікавленість недержавних компаній у діяльності портів породжує попит на інституціональні зміни в портовому господарстві та, відповідно, у державному регулюванні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку концесійної діяльності як складової частини державно-приватного партнерства морегосподарського комплексу України присвячено увагу як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Переважно досліджувалися питання впливу концесій на інвестиційне забезпечення портової галузі з оцінкою економічних та правових механізмів державно-приватного партнерства як ключового інструменту розвитку національної економіки. Зокрема, проблеми використання концесій у морегосподарському комплексі та регулювання державно-приватного партнерства розглядали вітчизняні вчені О.В. Бойко, О.М. Котлубай, О.М. Кібік, О.В. Собкевич [4–6], а також закордонні вчені: К. Гальвао, Ж. Вонг, М. Кармона [8; 9] та ін.

Відносини концесійної діяльності як сучасної системи управління інфраструктурними об’єктами у портовій галузі України не набули ще достатнього розвитку, тому реалізація концесійних проектів у портовій галузі є одним із напрямів економічного розвитку України. Проте концесійна діяльність та створення інститутів державно-приватного партнерства лише тільки відбуваються, тому доцільно розглянути заходи державного регулювання концесій у сфері портового господарства.

Постановка завдання. Основною метою статті є обґрунтування заходів щодо державного регулювання розвитку концесій у сфері портового господарства України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Становлення інститутів державно-приватного партнерства з можливістю залучення приватного капіталу в державні підприємства уможливило використання концесії в інфраструктурних галузях національної економіки, передусім у сферу портового господарства України. З іншого боку, як інструмент залучення інвестицій у портову інфраструктуру державної форми власності вибудовується адаптивна до сучасних потреб система відносин між державою та приватним сектором із співвіднесенням витрат та ризиків під час реалізації інвестиційних проектів.

Сучасний етап характеризується комплексним підходом держави до ефективного розвитку механізму державно-приватного партнерства в Україні, у тому числі через створенням у 2016 р. проектного офісу SP3ILNO, першочерговим завданням якого є вдосконалення національного законодавства.

Варто зауважити, що, згідно із Законом України «Про концесії», «концесія – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань щодо створення (будівництва) та (або) управління (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику» [2].

Визначені поняття щодо [8; 9]:

1) концесії для наявної транспортної інфраструктури, в якій юридична особа переймає на себе управління державним майном і несе інвестиційний ризик;

2) концесії для нової транспортної інфраструктури, в яких юридична особа будує й управляє новим об'єктом на концесійний період, після закінчення якого інфраструктура повертається під контроль держави.

Також у Законі України «Про концесії» визначено об'єкти, які можуть надаватися у концесію, проте в зазначеному переліку (ст. 3) не наведено об'єкти права державної чи комунальної власності, які використовуються для здійснення діяльності у сфері портового господарства. Хоча, відповідно до порядку прийняття рішення про надання концесії (ст. 6), пропозиції щодо переліку конкретних об'єктів права державної власності, які можуть надаватися в концесію, вносяться Міністерством інфраструктури і затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Відсутність концесійних об’єктів саме у сфері портового господарства засвідчує активне поширення такої форми державно-приватного партнерства на нові сфери господарювання, що стало трендом у реальному секторі низки європейських країн та країн СНД через те, що їх портова інфраструктура знаходилася в державній власності. Концесії дають змогу залучити інвестиції у державний сектор зі збереженням об'єкта концесії в державній власності.

У світовій практиці застосовується концесія як модель співпраці державних та приватних структур і у сфері портового господарства, яка за останні роки засвідчила зменшення показників в обсягах вантажопереробки в морських портах України з боку державних стивідорних компаній на причалах Адміністрації морських портів України (АМПУ) (табл. 1).

Так, за період із 2014 по 2015 р. загальний обсяг вантажопереробки в портах зменшився на 8,9%, хоча приватні стивідори збільшили обсяг вантажопереробки на причалах Адміністрації морських портів України. Така динаміка зберігалася у січні-листопаді 2017 р, де основним складником виступає експорт, який займає в загальній структурі 75% [7].

Незважаючи на значне зростання чистого доходу від реалізації АМПУ, особливо порівняно з 2013 р. (1,8 млрд. грн.), у 2017 р. він становив більше 7 млрд. грн., у галузі залишається достатня проблема із фінансовою спроможністю АМПУ до значних інвестицій у портову галузь [7]. Підтвердженням виступає виконання капітального інвестування в об’єкти портової інфраструктури (табл. 2).

Передовий досвід організації концесійного процесу засвідчує його використання як елементу державної економічної (інвестиційної) політики, ефективність якої може бути досягнута за прозорих процедур залучення інвесторів, захисту приватних інвестицій та механізму гарантійного виконання зобов'язань усіма сторонами концесійного договору [4].

Проте на сучасному етапі присутні негативні чинники, які стримують ефективний розвиток концесійного процесу у сфері портового господарства України, основні з яких:

– низька адаптивність концесійного законодавства до сучасних національних потреб;

– перманентна зміна державної політики та податкової бази щодо методики розрахунку ставок портових зборів;

Таблиця 1

Динаміка вантажопереробки в морських портах України [8]

Вантажопереробка, млн. т	2014	2015	2016	Темп зростання 2016/2015, %
Державні стивідорні компанії на причалах АМПУ	48,6	49,0	38,4	78,43%
Приватні стивідорні компанії на причалах АМПУ	49,1	50,9	53,5	105,10%
Приватні стивідорні компанії на власних причалах	45,0	44,7	39,8	88,97%
Всього	142,8	144,6	131,7	91,08%

Джерело: складено та розраховано за даними [7]

Таблиця 2

Капітальні інвестиції АМПУ за 2015–2016 рр.

Найменування показника	Факт наростаючим підсумком		Звітний період (2016 р.)		
	2015	2016	план	факт	виконання,%
Капітальні інвестиції, усього, у тому числі:	**420,9**	**650,1**	**2 574,1**	**650,1**	**25,3**
капітальне будівництво	213,9	212,1	476,7	212,1	44,5
придбання (виготовлення) основних засобів	104,1	238,9	396,1	238,9	60,3
придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів	3,2	9,8	7,7	9,8	127,1
придбання (створення) нематеріальних активів	14,3	12,7	35,4	12,7	35,8
модернізація, модифікація основних засобів	85,5	127,2	1 567,6	127,2	8,1
капітальний ремонт	0,0	49,4	90,5	49,4	54,6

Джерело: складено та розраховано за даними [7]

– відсутність чітких критеріїв застосування процедур реалізації концесійних проектів;

– обтяжливі адміністративні погоджувальні процедури концесійних проектів через Кабінет міністрів України;

– відсутня вимога до інвестиційного досвіду учасників конкурсу саме в портовій сфері і стратегічного плану розвитку об’єктів концесії;

– незначний досвід та компетенції фахівців у реалізації проектів портової концесії.

Концесія у портовому господарстві виступила в ролі інструменту управлінням портовими операціями, що традиційно є виключно державною функцією, а позитивний результат такої форми державно-приватного партнерства засвідчив збільшення вантажопотоків та розвиток ефективно функціонуючої інфраструктури морського транспорту як ключового елементу економічного зростання держави. Тенденції до зменшення конкурентоспроможності вітчизняних портів (Одеса, Чорноморськ та ін.) зі скороченням обсягів перевезень тільки підтверджують правильність вибраного напряму щодо концесійної відповідальності керівництва, делегованої приватному сектору, а права власності на активи залишаються за урядом [5; 6].

АМПУ відповідає за планування портового господарства, виступає як регулюючий орган, а також володіє активами та портовою інфраструктурою, яка орендується приватними компаніями, які забезпечують і підтримують власні термінали.

Основними моделями концесії, на основі якої недержавний оператор отримує від порту території, на яких може самостійно будувати і експлуатувати термінал, є:

1) модель BOT (від англ. build operate and transfer), де після закінчення експлуатації передбачається передача побудованого терміналу у власність держави;

2) модель BOOT передбачає отримання приватним партнером прав на будівництво й експлуатацію інфраструктури, включаючи стягування плати за її повернення державі;

3) модель BOO, за якої право власності на об'єкт залишається за концесіонером на постійній основі.

Використовують суміш моделей, коли контроль над управлінням терміналом залишається за інвестором, загальна схема моделі порту-орендодавця наведена на рис. 1.

З урахуванням означеної концесійної моделі порту-орендодавця в концесію, згідно з вітчизняним законодавством, можуть бути передані не тільки порти, а й окремі його комплекси, призначені для здійснення самостійного виду підприємницької діяльності [1].

Проте процедурні норми і правила укладання концесійної угоди щодо портових комплексів доцільно здійснювати за прикладом концесії не в інших галузях економіки, а безпосередньо з урахуванням особливостей конкретного порту.

Для модернізації портової галузі потрібно й надалі здійснювати розвиток механізму укладення концесійних угод, зокрема зі змінами в розрахунку ставок портових зборів, у типовій методиці регулювання тарифів на послуги концесіонера та, за необхідності, порядок відшкодування йому витрат.

Це пов’язано з умовами концесійних платежів, розмір яких, згідно з українським законодавством, визначається на основі об’єкту концесії та які зростатимуть пропорційно збільшенню обсягів інвестицій, що створить ризики для інвестора під час побудови комплексів портової інфраструктури на противагу тим інвесторам, які братимуть об'єкти для експлуатації або реконструкції. Мінімізації цих ризиків можна досягти шляхом уведення пільгового перехідного періоду з використанням механізму відкладених платежів між підписанням концесійної угоди і початком операційної діяльності концесіонера.

Потребує подальшого врегулювання питання оподаткування під час реалізації концесійних угод, а також урахування можливості зменшення податкового навантаження на концесіонера для підвищення інвестиційної привабливості об’єкта.

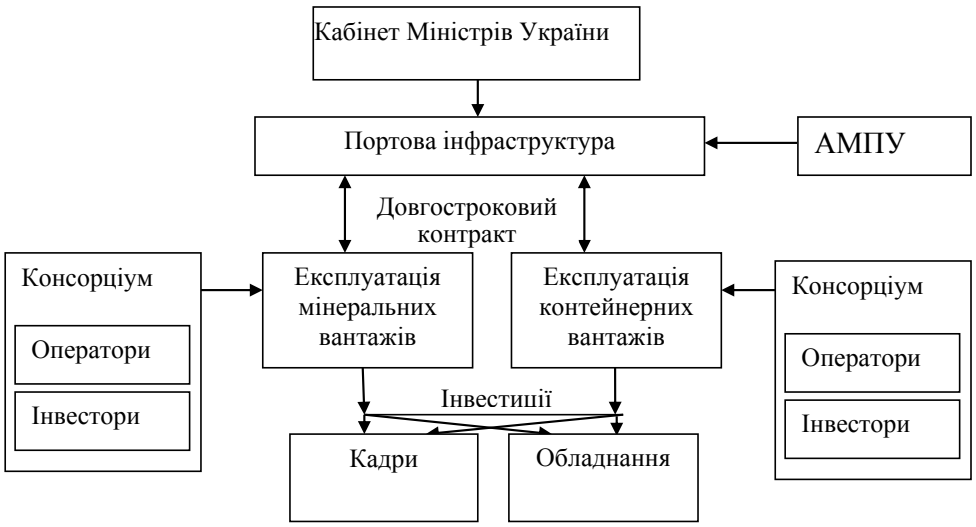


Рис. 1. Загальна схема концесійної моделі порту-орендодавця

Джерело: складено на основі http://ppp.worldbank.org/

Крім того, стримуючим фактором є залучення міжнародних інвесторів через не передбачену в Законі України «Про концесії» можливість передачі судових спорів на розгляд у міжнародні суди, а лише в Законі України «Про режим іноземного інвестування» (ст. 26) зазначено, що, крім розгляду в судах України, можливо за домовленістю сторін розглядати у третейських судах.

Як свідчить зарубіжний досвід і перші результати реформування портової галузі України, перспективи підвищення її інвестиційної привабливості на основі адаптованих до вітчизняних умов концесійних механізмів безпосередньо залежать від реалізації заходів:

– розроблення спеціалізованого галузевого законодавства, який регулюватиме концесійну діяльність у сфері портового господарства як стратегічного об'єкту національної економіки;

– реорганізації наявної стратегії управління Адміністрації морських портів України щодо контролю та комерціалізації діяльності порту;

– зміни регуляторних норм для підвищення координації і нагляду за діяльністю порту згідно з державними інтересами;

– транспарентних конкурсних процедур участі концесіонера;

– створення єдиного інформаційного порталу конценсійних угод у мережі Інтернет;

– удосконалення вирішення концесійних спорів у міжнародних судах для захисту інвесторів.

Висновки з проведеного дослідження. Реформування портової галузі для забезпечення її інвестиційної привабливості потребує на сучасному етапі створення ефективних концесійних механізмів як важливого складника державно-приватного партнерства, що підвищить ефективність використання державного майна і забезпечить техніко-технологічний прогрес сфери портового господарства.

Поєднання інтересів усіх зацікавлених осіб у концесії морських торговельних портів потребує адаптації державного регулювання в портовій галузі з урахуванням визначених пріоритетів в оновленій Національній транспортній стратегії України до 2030 р. щодо розвитку концесійних відносин.

На нашу думку, на сучасному етапі заходи державного регулювання повинні бути спрямовані на адаптацію та гармонізацію концесійного законодавства, вдосконалення методики розрахунку ставок портових зборів, установлення чітких критеріїв застосування процедур реалізації концесійних проектів, зменшення обтяжливих адміністративних погоджувальних процедур концесійних проектів та ін.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про морські порти» від 17.05.2012 № 4709-VI. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4709-17.

2. Закон України «Про концесії» від 16.07.1999 № 997-XIV. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/997-14.

3. Деякі питання надання в концесію об'єктів державної власності: Постанова КМУ від 15.10.2012 № 1055. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1055-2012-п.

4. Перспективи використання концесії у сфері портового господарства / О.В. Бойко, М.І. Башинська, С.А. Горбаченко. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 8. С. 45–49

5. Современные транспформации морской транспортной политики / А.М. Котлубай, Б.В. Буркинский, С.И. Дебель. Судоходство. 2007. № 12. С. 6–7.

6. Лосевська О., Лебедєв В. Концесія в українських портах у світлі Закону України «Про морські порти України». Юридична газета. 2012. № 48. С. 31–33.

7. Офіційний сайт АМПУ. URL: http://www.uspa.gov.ua/.

8. Carmona M. The regulatory function in public-private partnerships for the provision of transport infrastructure. Research in Transportation Economics. 2010 № 30. 110–125.

9. Public-Private Interests and Conflicts in Ports: A Content Analysis Approach / Cassia Bömer Galvao, Grace W.Y. Wang, Joan Mileski. The Asian Journal of Shipping and Logistics. 2016. № 32(1). P. 13–22.

REFERENCES:

1. Zakon Ukrayiny “Pro mors'ki porty”, Verkhovna Rada Ukrayiny; Zakon vid 17.05.2012 № 4709-VI. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4709-17.

2. Zakon Ukrayiny “Pro kontsesiyi”, Verkhovna Rada Ukrayiny; Zakon vid 16.07.1999 № 997-XIV. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/997-14.

3. Deyaki pytannya nadannya v kontsesiyu ob“yektiv derzhavnoyi vlasnosti, Kabinet Ministriv Ukrayiny, Postanova vid 15.10.2012r. № 1055, [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1055-2012-p.

4. Boyko O. V. Perspektyvy vykorystannya kontsesiyi u sferi portovoho hospodarstva / O. V. Boyko, M. I. Bashyns'ka, S. A. Horbachenko // Prychornomors'ki ekonomichni studiyi. – 2016. – Vyp. 8. – S. 45-49

5. Kotlubaj A.M. Sovremennye transpformacii morskoj transportnoj politiki / Kotlubaj A.M., Burkinskij B.V. Debel' S. I. // Sudohodstvo. – 2007. – № 12. – S. 6-7

6. Losevs'ka O. Kontsesiya v ukrayins'kykh portakh u svitli Zakonu Ukrayiny “Pro mors'ki porty Ukrayiny” /O. Losevs'ka, V., Lebedyev // Yurydychna hazeta. – 2012. – # 48. – S. 31 – 33.

7. Ofitsiynyy sayt AMPU [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://www.uspa.gov.ua/

8. Carmona M. The regulatory function in public-private partnerships for the provision of transport infrastructure / Carmona M. // Research in Transportation Economics – 2010 – № 30 – 110-125.

9. Cassia Bömer Galvao. Public-Private Interests and Conflicts in Ports: A Content Analysis Approach / Cassia Bömer Galvao, Grace W.Y. Wang, Joan Mileski // The Asian Journal of Shipping and Logistics. – 2016 – 32 (1) – 13-22.

Koval V.V.
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at Department of Applied Economics
Odessa Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

STATE REGULATION OF DEVELOPMENT OF CONCESSION IN THE SPHERE OF THE PORT AGENCY

The article considers the principles of regulation of port infrastructure in the context of concession as a component of public-private partnership.

The relations of concession activity as a modern system of management of infrastructure objects in the port area of Ukraine have not yet been sufficiently developed; therefore, the implementation of concession projects in the port sector is one of the directions for the economic development of Ukraine. However, concessionary activities and the establishment of public-private partnerships are only taking place; therefore, it is advisable to consider measures of state regulation of concessions in the field of port facilities.

The main purpose of the article is to justify measures of state regulation of the development of concessions in the field of the port economy of Ukraine. The organizational and legal bases of the concession of sea ports are substantiated.

It is disclosed that the growing interest of non-state companies in the activity of ports creates the demand for institutional changes in the state regulation of the port economy. The negative factors hindering the effective development of the concession process in the field of the port economy in Ukraine are noted. The main concession model is presented, on the basis of which the non-state operator receives from the port of territory, on which the terminal can independently be built and operate.

The directions of modernization of the port industry with the development of the mechanism for the conclusion of concession agreements are offered. The measures on state regulation of development of concessions in the field of the port economy of Ukraine are substantiated.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ У РЕГІОНАХ

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STIMULATION OF ECONOMIC GROWTH IN REGIONS

УДК:332:12(338)

Сімків Л.Є.
к.е.н., доцент, завідувач кафедри теорії економіки та управління
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

У статті розглянуто теоретичні основи формування дієздатного організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання у регіонах. Акцентовано увагу на тому, що даний механізм повинен охоплювати стратегічні та тактичні цілі, перелік форм, методів, об'єктів та інструментів впливу на основні параметри регіонального розвитку. Стимулювання економічного зростання у регіонах потребує стабільного ресурсного забезпечення. Визначено основні принципи, які повинні бути покладені в основу формування й удосконалення організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання. Зазначено, що в процесі впровадження даного механізму мають бути враховані базові умови, що формують дієздатне інституційне підґрунтя у регіоні.

Ключові слова: *організаційно-економічний механізм, економічний механізм, організаційний механізм, стимулювання економічного зростання, регіон, методи, інструменти.*

В статье рассмотрены теоретические основы формирования дееспособного организационно-экономического механизма стимулирования экономического роста в регионах. Акцентировано внимание на том, что данный механизм должен охватывать стратегические и тактические цели, перечень форм, методов, объектов и инструментов влияния на основные параметры регионального развития. Стимулирование экономического роста в регионах нуждается в стабильном ресурсном обеспечении. Определены основные принципы, которые должны быть положены в основу формирования и совершенствования организационно-экономического механизма стимулирования экономического роста. Отмечено, что в процессе внедрения данного механизма должны быть учтены базовые условия, формирующие дееспособное институциональное основание в регионе.

Ключевые слова: *организационно-экономический механизм, экономический механизм, организационный механизм, стимулирование экономического роста, регион, методы, инструменты.*

Theoretical foundations of the formation of a capable organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth in the regions are considered in the article. It is emphasized that this mechanism should cover strategic and tactical objectives, a list of forms, methods, objects, and instruments of influence on the main parameters of regional development. Stimulation of economic growth in the regions requires stable resource support. The main principles, which should lay the basis for the formation and improvement of the organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth, are determined. It is noted that in the process of implementation of this mechanism, the basic conditions that form a capable institutional base in the region should be taken into account.

Key words: *organizational and economic mechanism, economic mechanism, organizational mechanism, stimulation of economic growth, region, methods, instruments.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку національної економіки однією з важливих умов реалізації ефективної регіональної політики та досягнення стабільного соціально-економічного зростання як на державному, так і на регіональному рівні є розроблення та впровадження організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості економічного та соціального розвитку регіонів України, сучасні підходи до стимулювання економічного зростання територій досліджувалися багатьма вітчизняними вченими, зокрема С. Білою, В. Геєцем, М. Долішнім, О. Шевченком, І. Сторонянською та ін. Проблеми формування ефективного організаційно-економічного механізму в останні роки широко висвітлювалися в працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених, серед яких можна назвати Л. Гурвіця, Р. Майерсона, Э. Маскина, Т. Гордієнко, Д. Дударева, С. Ізмалкова, Н. Подоприхіна, К. Соніна, В. Слєпова, М. Юдкевича, В. Шиманську та ін.

Значна кількість публікацій, присвячена цим питанням, тільки підтверджує необхідність подальших досліджень у цьому напрямі. Можливості здійснення успішних ринкових перетворень, забезпечення стабільного економічного зростання в Україні та зменшення регіональних диспропорцій соціально-економічного розвитку багато в чому залежать від розроблення та впровадження організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та розвиток теоретичних положень формування дієздатного організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання у регіонах, який повинен охоплювати стратегічні та тактичні цілі, перелік форм, методів, об'єктів та інструментів впливу на основні параметри регіонального розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наукових дослідженнях поняття «механізм» використовується доволі часто в різних галузях економічної науки. У світовій практиці склалися два основні напрями дослідження економічних механізмів. Перший – інформаційний – розкритий у роботах Л. Гурвіця, Р. Майерсона, Э. Маскина.

Другий підхід – функціональний – розробляється представниками французької економічної школи, зокрема А. Кульманом [1; 2].

Суть інформаційного підходу зводиться до подолання провалів ринку в результаті асиметричності інформації, що знаходиться у розпорядженні його учасників, за рахунок функціонування економічних механізмів, що забезпечують досягнення конкретних цілей. В основі функціонального підходу лежить поняття взаємозалежності економічних явищ. На цій основі А. Кульман зазначає, що в найзагальнішому вигляді економічні механізми можна визначити як необхідний взаємозв'язок, що природно виникає між різними економічними явищами. Прибічники функціонального підходу відносять до елементів економічного механізму початкове явище, результативне явище і процес, що протікає між ними. Безпосередня дія механізму полягає у тому, що початкове явище викликає ланцюгову реакцію взаємодій з іншими явищами без яких-небудь додаткових дій. Подолання обмеженості інформаційного і функціонального підходів у теорії економічних механізмів можливе в межах інтегрального підходу, де акцент робиться на взаємозв’язку понять «механізм» і «система». Обидва поняття відображають об'єкт, структуру, а також залежність елементів та їх взаємодію на основі прямих і зворотних зв’язків. При цьому механізм включає найбільш стійкі, тривалі зв'язки системи, які можуть бути використані суб'єктом управління для регулювання впливу на систему в цілому [2].

Отже, економічний механізм – це відкрита, складна, інтегрована, багаторівнева система форм і методів господарювання, яка постійно розвивається та складається з комплексу взаємопов’язаних елементів, які, своєю чергою, спрямовані на ефективне використання ресурсів у процесі діяльності та забезпечення стійкого розвитку [3, с. 136].

Під організаційним механізмом розуміють комплекс організаційних форм і методів, які забезпечують формування, розвиток та вдосконалення виробничої системи [4, с. 31].

Організаційно-економічний механізм – це особливий вид господарського механізму і являє собою сукупність організаційно-економічних інструментів і методів впливу на процес [5].

Погоджуємося з думкою В. Шиманської, що організаційно-економічний механізм є способом забезпечення реалізації вимог об’єктивних законів у процесі суб’єктивної людської діяльності. Він задає правила економічної гри, орієнтуючи діяльність і поведінку господарюючих суб’єктів у напрямі реалізації визначених цілей. Це дає підстави стверджувати, що організаційно-економічний механізм значно ширший за сферу дії економічних законів та конкретних форм їх прояву, оскільки охоплює, крім базисних, і надбудовні відносини: політичні, ідеологічні, морально-етичні, правові й інші, що активно впливають на базис. У складі організаційно-економічного механізму виділяються самостійними об’єктами такі сфери, як державно-правова, господарсько-правова, адміністративно-виконавча, державного і господарського управління, самоуправління, самоврядування та ін. [6, с. 162].

Таким чином, під організаційно-економічним механізмом стимулювання економічного зростання необхідно розуміти сукупність організаційно-економічних форм і методів, інструментів і важелів впливу на соціально-економічний розвиток регіону, взаємопов'язаних в єдиний механізм, що передбачає мотиваційне, правове, ресурсне та методичне забезпечення, дає змогу визначити обсяг, структуру, напрями та реалізацію ресурсів (природних, людських, економічних, фінансових, інтелектуальних) для досягнення максимально корисного ефекту, забезпечення економічного зростання та високих стандартів життя населення.

При цьому додамо, що функціонування організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання включає поєднання двох складників, а саме:

– організаційного, який передбачає формування системи різних інститутів, що мають організаційний вплив на соціально-економічний розвиток регіону;

– економічного – податкова система, фінансова політика, інвестиційна діяльність тощо.

Цей механізм повинен охоплювати стратегічні та тактичні цілі, перелік форм, методів, об’єктів та інструментів впливу на основні параметри регіонального розвитку. Під час побудови організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання, враховуючи постійну дефіцитність фінансових ресурсів як на державному, так і на місцевому рівні, слід дотримуватися оптимального та науково обґрунтованого поєднання не тільки прямих і опосередкованих методів впливу, стимулюючих та обмежувальних, активних і пасивних, а й методів правового регламентування, адміністративного регулювання та економічного стимулювання. Тільки зважене комплексне поєднання цих методів, дієвість важелів й інструментів та інших складових елементів механізму дасть змогу забезпечити синергетичний ефект у досягненні намічених цілей. Під час забезпечення дієвості даного механізму важлива роль відводиться регіональним владним структурам, які, використовуючи адміністративне, законодавче, податкове регулювання, здатні скерувати економічні процеси в потрібному напрямі, узгоджуючи пріоритети соціально-економічного розвитку регіону з вирішенням найважливіших поточних проблем на місцях.

Усе це дає змогу стверджувати, що організаційно-економічний механізм стимулювання економічного зростання – це багатоаспектна система інструментів і процесів впливу, які на практиці використовуються для отримання того чи іншого результату, як правило, у різних, досить складних поєднаннях та комплексах. Тільки на основі науково обґрунтованого, взаємопов'язаного і взаємодоповнюючого використання різноманітних за змістом, спрямованістю інструментів можливе здійснення необхідного впливу на соціально-економічні процеси, що відбуваються в регіоні, для стимулювання економічного зростання та забезпечення високого рівня життя населення.

Таким чином, трактування змісту організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання можна звести до того, що це, по-перше, система цілей, яка має враховувати економічні, соціальні, екологічні інтереси всього регіону і забезпечувати раціональне використання його потенціалу; по-друге, сукупність суб'єктів економічних відносин регіону з економічними взаємозв'язками між ними; по-третє, спосіб функціонування суб'єктів регіону щодо забезпечення ресурсами для стимулювання економічного зростання; по-четверте, поєднання методів прямого та опосередкованого впливу на соціально-економічні процеси в регіоні; по-п'яте, система важелів та інструментів, за допомогою яких здійснюється вплив на активізацію економічної діяльності в регіоні; по-шосте, сукупність спрямованого впливу дій на забезпечення фінансової самодостатності регіону, що сприятиме ефективному розвитку економіки.

Основними принципами, які повинні бути покладені в основу формування й удосконалення організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання, є:

• принцип об'єктивності – механізм стимулювання економічного зростання, об'єктивно включений у загальну систему механізму державного регулювання економіки регіону;

• принцип комплексності – передбачає розгляд механізму як єдиного цілого, підпорядкованого завданням забезпечення ефективного регіонального розвитку та якісного економічного зростання;

• принцип системності – впорядкування і структурована взаємодія всіх елементів механізму функціонування;

• принцип гнучкості та динамічності – постійне вдосконалення та адаптування механізму до конкретної регіональної ситуації, тому такий механізм є досить динамічним та гнучким;

• принцип цілеспрямованості – відповідність механізму цілям функціонування і розвитку регіону;

• принцип адаптації до змін зовнішнього середовища – передбачає вилучення максимальної вигоди від використання позитивних чинників і тенденцій на національному та регіональному рівні шляхом коригування прийнятих рішень і реалізованих заходів впливу, а також створення механізмів захисту від прояву негативних факторів та тенденцій;

• принцип узгодженості інтересів суб'єктів організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання;

• принцип акумуляції тимчасово вільних ресурсів, залучення яких буде сприяти збільшенню економічного потенціалу регіону та його суб'єктів і, як наслідок, їх інвестиційних можливостей;

• принцип законності – передбачає використання правових та нормативних документів, що регулюють економічну та інвестиційну діяльність у регіоні;

• принцип економічної безпеки, що забезпечує захист від можливих об'єктивних (що виникають без участі регіону та поза його волі) і суб'єктивних (мають місце внаслідок умисних або ненавмисних дій різних суб'єктів) загроз;

• принцип стимулювання, що передбачає зацікавленість усіх сторін у досягненні максимального результату: нарощування економічного (виробничого, трудового, наукового, інтелектуального, фінансового) потенціалу регіону і підвищення ефективності його використання;

• принцип інноваційності – орієнтація організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання на інноваційний розвиток регіону;

• принцип транспарентності, що дає змогу отримати достовірну та повну інформацію про соціально-економічні процеси, що відбуваються в регіоні.

В умовах економічної кризи актуальними залишаються питання формування такого організаційно-економічного механізму, який сприятиме досягненню стабільного економічного розвитку регіонів, пошуку важелів для стимулювання економічного зростання на регіональному та місцевому рівнях. Стимулювання економічного зростання у регіонах потребує стабільного ресурсного забезпечення. Йдеться як про матеріальні (природні, людські), так і фінансові, інтелектуальні ресурси тощо. Варто додати, що в умовах ринку джерела ресурсів для стимулювання економічного зростання у регіонах мають бути диверсифіковані.

Важливою передумовою ефективної реалізації організаційно-економічного механізму є активізація соціально-економічного розвитку регіонів. Цьому сприятимуть:

• вдосконалення законодавчої та нормативно-правової бази, яка регулює питання соціально-економічного розвитку регіонів;

• розвиток підприємництва, створення нових підприємств, що орієнтуються на місцеві джерела сировини та забезпечують насамперед потреби внутрішнього ринку;

• сприяння регіональних органів управління та органів місцевого самоврядування залученню інвестицій та їх ефективному використанню;

• впровадження інновацій у виробничу сферу, диверсифікація виробництва;

• запровадження й використання різних інструментів і механізмів стимулювання місцевого економічного розвитку (програм соціально-економічного розвитку, кластерів, національних проектів, механізмів державно-приватного партнерства тощо);

• розширення сфери дії фінансових інструментів стимулювання місцевого економічного розвитку (міжбюджетних трансфертів, бюджету розвитку в складі місцевого бюджету, комунальних банків, муніципальних цінних паперів, банківських установ).

Висновки з проведеного дослідження. Організаційно-економічний механізм стимулювання економічного зростання формується на різних рівнях управління та потребує узгодження економічних інтересів державних та регіональних органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування. Погодження цих інтересів повинно передбачати використання наявних економічних, правових та організаційних важелів, що зумовлює необхідність виділення відповідних блоків у структурі даного механізму.

У процесі впровадження організаційно-економічного механізму стимулювання економічного зростання мають бути враховані базові умови, що формують дієздатне інституційне підґрунтя у регіоні:

– узгодження інтересів – сприяння узгодженості економічної взаємодії держави, регіону, місцевої громади в процесі реалізації даного механізму для забезпечення інтересів регіонального розвитку;

– децентралізація повноважень – забезпечення децентралізації державного управління регіональним розвитком для підвищення управлінської та фінансової дієздатності територіальних громад;

– ефективне використання ресурсів – урахування інституційних особливостей, унікального ресурсного потенціалу регіону, сприяння збереженню та примноженню культурно-історичної, етнічної, природно-ресурсної спадщини регіону в процесі визначення стратегічних пріоритетів та цілей регіонального розвитку;

– конкурентоспроможність – сприяння формуванню конкурентоспроможних регіональних соціально-економічних комплексів шляхом налагодження міжсекторальної взаємодії, вертикальної та горизонтальної кооперації, реалізації програм державно-приватного партнерства;

– інтегрованість (консолідація) зусиль – сприяння розвитку міжрегіонального та транскордонного співробітництва як основи формування інтегрованого внутрішнього ринку регіону;

– інституційна підтримка соціально-економічного розвитку регіону та стимулювання економічного зростання шляхом сприяння розвитку різноманітних форм самоорганізації населення, налагодження дієвої взаємодії по лінії «влада – бізнес – громадськість», розвитку громадянського суспільства та досягнення суспільного консенсусу як базової передумови ефективного вирішення комплексних проблем регіонального розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич. Вопросы экономики. 2008. № 1. С. 4–26.

2. О теории экономических механизмов / В.А. Слепов, В.К. Бурлачков, К.В. Ордов. Финансы и кредит. 2011. № 24(456). URL: http://ic-center.ru/publ/o_teorii_ehkonomicheskikh_mekhanizmov/1-1-0-3.

3. Гордієнко Т.М. Сутність організаційно-економічного механізму забезпечення економічної безпеки регіону. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 3. Т. 3. С. 135–139.

4. Дударев Д.Н., Дударева О.В. Организационно-экономический механизм развития производственных систем: монография. Воронеж: Научная книга, 2008. 199 с.

5. Подоприхин Н.М. Организационно-экономический механизм реализации инвестиционной стратеги: дис. … канд. экон. наук. Воронеж: ВГТУ, 1999. URL: http://www.lib.uaru.net/disser/ru.html.

6. Шиманська В. Концепція формування організаційно-економічного механізму розвитку туристичного комплексу України процесного типу. Соціально-економічні проблеми і держава. 2016. Вип. 1(14). С. 160–170. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2016/16svvupt.pdf.

REFERENCES:

1. Izmailov S., Sonin K., Iudkevich M. (2008) Teoriia ekonomicheskikh mekhanizmov (Nobelevskaia premiia po ekonomike 2007) [The theory of economic mechanisms (Nobel Prize in Economics 2007)]. Voprosy ekonomiki, no. 1, pp. 4-26.

2. Slepov V. A., Burlachkov V. K., Ordov K. V. (2011) O teorii ekonomicheskikh mekhanizmov [On the theory of economic mechanisms]. Finansy i kredit [Finance and credit] (electronic journal), vol. 456, no 24. Available at: http://ic-center.ru/publ/o_teorii_ehkonomicheskikh_mekhanizmov/1-1-0-3 (accessed 10 February 2018).

3. Hordiienko T. M. (2010) Sutnist orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky rehionu [The essence of the organizational and economic mechanism for ensuring the economic security of the region]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, no 3, pp. 135-139.

4. Dudarev D. N., Dudareva O.V. (2008) Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm razvitiia proizvodstvennykh sistem: Monografiia [Dissertation thesis: the Organizational-economic mechanism of development of industrial systems: the Monograph]. Voronezh: Nauchnaia kniga (in Russian)

5. Podoprikhin N.M. (1999) Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm realizatsii investitsionnoi strategi. Dis. kand. ekon. nauk. [The organizational and economic mechanism for the implementation of the investment strategy] (PhD Thesis), Voronezh: VGTU.

6. Shymanska V. (2016) Kontseptsiia formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu rozvytku turystychnoho kompleksu Ukrainy protsesnoho typu [Concept of formation of organizational and economic mechanism of development of tourist complex of Ukraine of process type]. Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava [Socio-economic problems and the state.] (electronic journal), vol. 1, no 14, pp. 160-170. Available at: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2016/16svvupt.pdf (accessed 15 February 2018).

Simkiv L.Ye.
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Head of Theory of Economics and Management Department
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STIMULATION OF ECONOMIC GROWTH IN REGIONS

Theoretical foundations of the formation of a capable organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth in the regions are considered in the article. It is emphasized that this mechanism should cover strategic and tactical objectives, a list of forms, methods, objects, and instruments of influence on the main parameters of regional development. It is noted that at the construction of the organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth, taking into account the constant shortage of financial resources at both the state and local levels, it should be adhered to an optimal and scientifically grounded combination of not only direct and indirect, stimulating and limiting, active, and passive methods of influence, as well as methods of legal regulation, administrative regulation, and economic stimulation. Only a weighted complex combination of these methods, the effectiveness of the levers and instruments, and other components of the mechanism will provide a synergistic effect on the achievement of the marked goals.

The organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth is formed at different levels of management and requires the coordination of economic interests of state and regional executive authorities and local self-governments. The agreement of these interests should provide using of existing economic, legal, and organizational levers, which stipulates the necessity of selection of appropriate blocks in the structure of this mechanism.

It is substantiated that the organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth is a multidimensional system of instruments and processes of influence, which are used in practice to obtain one or another result, as a rule, in different, quite complicated combinations and complexes. Only on the basis of scientifically substantiated, interconnected, and complementary using of various in content and orientation instruments, it is possible to make the necessary influence on the socio-economic processes, which occur in the region in order to stimulate economic growth and ensure a high standard of living of the population.

In the process of implementation of the organizational and economic mechanism of stimulation of economic growth, the basic conditions that form the capable institutional foundation in the region should be taken into account, namely coordination of interests; decentralization of powers; effective using of resources; competitiveness; integration (consolidation) of efforts; institutional support of the socio-economic development of the region and stimulation of economic growth.

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

EVALUATION OF THE ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

УДК 658:504.03

Бєлобородова М.В.
аспірант кафедри економіки підприємства
Національний гірничий університет

У статті розглянуто місце та роль процесу оцінювання екологічної відповідальності промислових підприємств. Обґрунтовано методику оцінки рівня екологічної відповідальності та її інтерпретацію на прикладі ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат» із застосуванням таксономічного показника розвитку і мультиплікативної економіко-математичної моделі. У процесі оцінювання рівня екологічної відповідальності визначено вплив показників блоків екологічного обов'язку та екологічної ініціативи на результуючий показник. Надано рекомендації щодо найбільш оптимальних заходів із підвищення рівня екологічної відповідальності на досліджуваному підприємстві.

Ключові слова: *оцінка, екологічна відповідальність, модель, екологічна ініціатива, екологічний обов'язок, таксономічний показник.*

В статье рассмотрены место и роль процесса оценки экологической ответственности промышленных предприятий. Обоснована методика оценки уровня экологической ответственности и ее интерпретация на примере ПАО «Днепровский металлургический комбинат» с применением таксономического показателя развития и мультипликативной экономико-математической модели. В процессе оценки уровня экологической ответственности определено влияние показателей блоков экологического долга и экологической инициативы на результирующий показатель. Даны рекомендации относительно наиболее оптимальных мер для повышения уровня экологической ответственности исследуемого предприятия.

Ключевые слова: *оценка, экологическая ответственность, модель, экологическая инициатива, экологический долг, таксономический показатель.*

The article considers the place and role of the process of assessing the environmental responsibility of industrial enterprises. The method for assessing the level of environmental responsibility and its interpretation based on the example of PJSC "Dniprovskyi Metalurhiinyi Kombinat" is substantiated. The method includes the application of a taxonomic indicator of development and a multiplicative model. The influence of indicators of the environmental debt and environmental initiative blocks on the resulting indicator of the level of environmental responsibility is determined. Recommendations regarding the most optimal measures for increasing the level of environmental responsibility of the enterprise are given.

Key words: *assessment, environmental responsibility, model, environmental initiative, environmental debt, taxonomic indicator.*

Постановка проблеми. Нині питання про необхідність слідування вимогам і нормам соціальної та, зокрема, екологічної відповідальності в процесі здійснення виробничо-господарської діяльності є, безсумнівно, актуальним. Так, екологічна відповідальність розглядається як засіб запровадження соціального діалогу з промисловим підприємством, інструмент для досягнення мети екологізації виробничої діяльності, тому тема запровадження й оцінки екологічної відповідальності є особливо своєчасною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах таких вітчизняних учених, як О. Садченко [1, с. 63], Л. Сіпайло [2, с. 19], Є. Хлобистов [3, с. 14] та ін., значну увагу приділено питанням екологізації виробництва саме з погляду концепції екологічної відповідальності. Особливо своєчасним, на нашу думку, є питання розроблення відповідної стратегії промислових підприємств на засадах еколого-економічного управління, що дістало відображення в роботі А. Садекова [4, с. 39]. Тим не менше екологічна відповідальність розглядається більшою мірою як поняття етичного характеру. Недостатньо уваги в науковій літературі приділено питанню її оцінювання та вимірювання. З огляду на вищенаведене, постає необхідність більш детального вивчення процесу оцінки рівня екологічної відповідальності промислових підприємств з вибором найбільш адекватних показників.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення методики оцінки рівня екологічної відповідальності підприємств на основі таксономічного показника розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. О. Руднєва та І. Пелих у своєму дослідженні підкреслюють, що зміст вибраних показників для оцінки рівня екологічної відповідальності має відображати профіль та масштаби діяльності підприємства певної галузі. Показники діяльності для аналізу слід вибрати з урахуванням таких аспектів, як інтереси зацікавлених сторін, відповідні законодавчі обмеження, міжнародні угоди з питань охорони навколишнього природного середовища [5, с. 34]. Система індикаторів оцінки еколо-

гічної відповідальності промислових підприємств має безпосередньо враховувати специфіку та інтенсивність їх впливу на якість навколишнього природного середовища [6, с. 80]. Пропонуємо розглянути процес оцінювання рівня екологічної відповідальності на прикладі ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат» м. Кам'янське (далі – ПАТ «ДМК»).

Виробнича діяльність підприємств металургійного комплексу спричиняє значне навантаження на стан атмосферного повітря та водних ресурсів, користувачами яких є дані підприємства. Тим не менше металургійний комплекс України є галузеутворючою одиницею і чинить значний вплив на процес переходу національної економіки на засади сталого розвитку [7, с. 22]. Слід підкреслити, що в останні роки характерною ознакою для підприємств галузі стала висока зацікавленість у запроваджені заходів із підвищення енергоефективності, що спричинено високими цінами на паливні та енергетичні ресурси. Серед інших характеристик рівня екологічної відповідальності металургійних підприємств слід зазначити значний рівень зносу очисного обладнання, його моральне старіння та високий рівень поточних витрат на його утримання та експлуатацію. Також необхідно відзначити необхідність урахування факту дотримання екологічного законодавства, який і відображає коефіцієнт екологічної збиткоємності виготовленої продукції.

Ураховуючи вищевикладене, показники рівня екологічної відповідальності розділено на два блоки: блок екологічного обов'язку і блок екологічної ініціативи. До блоку екологічного обов'язку включені показники відходоємності, поводження з відходами, енергоефективності. Загалом усі вони характеризують екологічність виробничої системи (табл. 1). До блоку екологічної ініціативи включені показники поводження з екологічними витратами, що відображають ефективність системи екологічного управління (табл. 2). Інтегральний показник рівня екологічної ініціативи досліджуваних промислових підприємств розраховано на основі методики, викладеної в роботі [8].

В основу пропонованого методу оцінки рівня екологічної відповідальності покладено визначення так званої таксономічної відстані, тобто відстані між точками багатовимірного простору, розмірність якого визначається кількістю ознак, що характеризують об'єкт, який вивчається. Безсумнівною перевагою таксономічного методу є процес так званої стандартизації показників, унаслідок якого властивості об'єкта, описані різними якісними й кількісними показниками, перетворюються на єдину стандартизовану систему вимірювання [9, с. 15].

Алгоритм визначення таксономічного показника рівня розвитку включає в себе низку етапів. На першому етапі відбувається формування матриці спостережень, яка містить найбільш повну характеристику множини, що вивчається. Показники, які включені в матрицю, є неоднорідними, оскільки характеризують різні властивості об'єкта і вимірюються в різних одиницях. На другому етапі

Таблиця 1

Показники оцінки рівня екологічної відповідальності промислових підприємств – блок екологічного обов'язку

Назва показника (x_n), характер впливу (стимулятор/ дестимулятор)	Порядок розрахунку	Умовні позначення
Коефіцієнт відходоємності за категорією «викиди в атмосферу» (*x1*); стимулятор	$K_A = 1 - \frac{B_A}{ОП}$, $K_A \to 1$	B_A – загальний обсяг викидів в атмосферу, тис. т; *ОП* – обсяг виготовленої продукції, тис. т
Коефіцієнт відходоємності за категорією «скиди у водні об'єкти» *(x2)*; стимулятор	$K_{BO} = 1 - \frac{B_{BO}}{ОП}$, $K_{BO} \to 1$	B_{BO} – загальний обсяг скидів у водні об'єкти, тис. т
Коефіцієнт відходоємності за категорією «відходи» (*x3*); стимулятор	$K_B = 1 - \frac{B}{ОП}$, $K_B \to 1$	*B* – загальний обсяг відходів, тис. т
Коефіцієнт використання відходів (*x4*); стимулятор	$K_{BB} = \frac{B_B}{B}$, $K_{BB} \to 1$	B_B – обсяг використаних відходів, тис. т; *B* – загальний обсяг відходів, тис. т
Коефіцієнт енергоємності продукції (*x5*); стимулятор	$K_E = 1 - \frac{E}{C}$, $K_E \to 1$	*E* – енерговитрати на виготовлення продукції, тис. грн; *C* – собівартість виготовленої продукції, тис. грн

Джерело: розроблено на основі [2; 3; 6]

Таблиця 2

Показники оцінки рівня екологічної відповідальності промислових підприємств – блок екологічної ініціативи

Назва показника (x_n), характер впливу (стимулятор/ дестимулятор)	Порядок розрахунку	Умовні позначення
Частка капітальних інвестицій в природоохоронні заходи в загальному обсязі витрат на охорону НПС $\to$ max (*x6*); стимулятор	Дані показники дадуть змогу керівництву оцінити функціонування системи екологічного управління, рівень виконання завдань екологізації підприємства, провести моніторинг витрат на охорону НПС, проаналізувати взаємозв'язок екологічних характеристик із фінансово-економічними показниками діяльності підприємства.	
Частка поточних витрат на охорону НПС в загальному обсязі витрат на охорону НПС $\to$ min (*x7*); дестимулятор		
Частка неповернених екологічних витрат, виплачених з прибутку $\to$ min (*x8*); дестимулятор		
Коефіцієнт екологічної збиткоємності продукції (*x9*); стимулятор	$K_{ЗБ} = 1 - \frac{З + ФС}{С}$ $K_{ЗБ} \to 1$	*З* – сума нарахованого екологічного податку, тис. грн; *ФС* – санкції за порушення природоохоронного законодавства, тис. грн.
Інтегральний показник екологічної ініціативи $\to 1$ (*x10*); стимулятор	Відображає діяльність підприємства щодо реалізації самостійно ініційованих заходів з охорони навколишнього середовища. Включає в себе експертні оцінки заходів щодо компенсації громаді збитків від забруднення НПС, оптимізації напрямів поводження з відходами, стан оточуючої території в санітарній зоні підприємства тощо	

Джерело: розроблено на основі [2; 3; 6; 8]

необхідно виконати стандартизацію показників за формулою:

$$z_{ik} = \frac{x_{ik} - \overline{x_k}}{S_k}, \quad (1)$$

де

$$\overline{x_k} = \frac{1}{\omega}\sum_{i=1}^{\omega} x_{ik}; \quad (2)$$

$$S_k = \left[\frac{1}{\omega}\sum_{i=1}^{\omega}(x_{ik} - \overline{x_k})^2\right]^{\frac{1}{2}}, \quad (3)$$

де k=1,2…,n; x_{ik} – значення показника k для одиниці i; $\overline{x_k}$ – середнє арифметичне значення показника k; S_k – стандартне відхилення показника k; z_{ik} – стандартизоване значення показника k для одиниці i.

Після процедури стандартизації всі вибрані показники необхідно розділити за характером впливу на рівень екологічної відповідальності відповідно на стимулятори і дестимулятори (табл. 1). Стимуляторами виступають показники, високі значення яких бажані з погляду вибраного аспекту дослідження. Дестимуляторами виступають ознаки з протилежними якостями [9, с. 21]. Іншими словами, ознака називається стимулятором (має монотонно зростаючу залежність якості), якщо вищим значенням ознаки відповідає краща якість об'єкта. Ознака називається дестимулятором (має монотонно спадаючу залежність якості), якщо нижчим значенням ознаки відповідає краща якість об'єкта [10, с. 11]. На четвертому етапі відбувається побудова вектору-еталону розвитку з координатами z_{0t}. Найбільші значення стимуляторів і найменші значення дестимуляторів утворюють координати шуканого еталону розвитку:

$z_{0t} = \max z_{ik}$, якщо показник k є стимулятором; (4)

$z_{0t} = \min z_{ik}$, якщо показник k є дестимулятором. (5)

Еталон розвитку, таким чином, матиме координати:

$$P_o = (z_{01}, z_{02}, ..., z_{0n}) \quad (6)$$

Таксономічний показник рівня розвитку розраховується за такими формулами, і, згідно з інтерпретацією, наведеною в роботі В. Плюти [9], має тим більший рівень розвитку, чим ближче його значення до одиниці.

$$d_i = 1 - \frac{c_{i0}}{c_0}, \quad (7)$$

причому

$$c_{i0} = \left[\sum_{S=1}^{n}(z_{is} - z_{0t})^2\right]^{\frac{1}{2}} \ (i=1,2,\ldots,t); \quad (8)$$

$$c_0 = \overline{c_0} + 2S_0; \quad (9)$$

$$\overline{c_0} = \frac{1}{t}\sum_{i=1}^{t} c_{i0}; \quad (10)$$

$$S_0 = \left[\frac{1}{t}\sum_{i=1}^{t}(c_{i0} - \overline{c_0})^2\right]^{\frac{1}{2}}, \quad (11)$$

де c_{i0} – відстань між окремими точками-одиницями і точкою P_0, яка являє собою еталон розвитку.

Визначимо таксономічний показник рівня екологічної відповідальності ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат» м. Кам'янське за період 2011–2016 рр. Сформуємо матрицю спостережень (табл. 3). (12)

Для приведення матриці до безрозмірного вигляду, стандартизуємо її елементи за формулами (1–3) й отримаємо нову матрицю (табл. 4).

Таблиця 3

Матриця спостережень для оцінювання рівня екологічної відповідальності ПАТ «ДМК»

Показник		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Блок екологічного обов'язку – показники екологічності виробничої системи	x1	0,962	0,966	0,964	0,962	0,960	0,958
	x2	0,965	0,970	0,975	0,973	0,972	0,967
	x3	0,992	0,992	0,992	0,990	0,990	0,988
	x4	0,271	0,310	0,323	0,318	0,319	0,335
	x5	0,848	0,889	0,877	0,900	0,900	0,920
Блок екологічної ініціативи – показники ефективності системи екологічного управління	x6	0,013	0,072	0,216	0,123	0,020	0,668
	x7	0,922	0,872	0,723	0,798	0,897	0,308
	x8	0,030	0,125	0,002	0,001	0,001	0,001
	x9	0,999	0,999	0,999	0,998	0,998	0,998
	x10	0,392	0,401	0,396	0,437	0,464	0,481

Джерело: розроблено на основі [11–13]

Таблиця 4

Стандартизована матриця для оцінювання рівня екологічної відповідальності ПАТ «ДМК»

Показник		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Блок екологічного обов'язку – показники екологічності виробничої системи	x1	0,150	1,470	0,586	-0,085	-0,731	-1,389
	x2	-1,308	-0,170	1,361	0,667	0,362	-0,912
	x3	1,019	0,750	0,611	-0,231	-0,498	-1,651
	x4	-1,898	-0,109	0,456	0,258	0,277	1,017
	x5	-1,666	0,001	-0,488	0,447	0,447	1,260
Блок екологічної ініціативи - показники ефективності системи екологічного управління	x6	-0,694	-0,458	0,123	-0,250	-0,667	1,946
	x7	0,735	0,515	-0,132	0,195	0,624	-1,937
	x8	0,067	1,986	-0,504	-0,515	-0,513	-0,521
	x9	1,387	1,165	-0,408	-0,733	-0,613	-0,798
	x10	-0,960	-0,723	-0,854	0,223	0,933	1,380

Таблиця 5

Таксономічні показники рівня екологічної відповідальності, екологічності виробничої системи (блок екологічного обов'язку) і ефективності системи екологічного управління (блок екологічної ініціативи) ПАТ «ДМК»

Показник	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Рівень екологічної відповідальності	0,12	0,07	0,23	0,36	0,40	0,41
Блок екологічного обов'язку – рівень екологічності виробничої системи	0,13	0,10	0,14	0,27	0,37	0,40
Блок екологічної ініціативи – рівень ефективності системи екологічного управління	0,11	0,07	0,37	0,48	0,45	0,45

За результатами розподілу показників на стимулятори і дестимулятори з використанням формул (4–6) сформуємо вектор-еталон, який матиме такі координати:

$$P_o = (1{,}47;1{,}361;1{,}019;1{,}017;1{,}260;\ 1{,}946;-1{,}937;-0{,}521;1{,}387;1{,}380)$$

На основі розрахованих значень, було визначено відстань між елементами стандартизованої матриці та елементами вектору еталона. Подальші розрахунки допоміжних коефіцієнтів і таксономічного показника, який характеризує динаміку рівня екологічної відповідальності ПАТ «ДМК» у 2011–2016 рр., було зроблено за допомогою пакету програм Excel і наведено в табл. 5. Таксономічний показник рівня екологічної відповідальності включає в себе частковий таксономічний показник екологічності виробничої системи і частковий таксономічний показник ефективності системи екологічного управління, значення яких також було розраховано за наведеною методикою.

Оскільки таксономічний показник рівня екологічної відповідальності підприємства має різноспрямовану динаміку, вважаємо доцільним використати метод економіко-математичного моделювання для пояснення впливу блоків екологічного обов'язку та екологічної ініціативи на результуючий показник. Такі вчені, як О. Янковий [14, с. 220], О. Прокопенко [15] та ін., наголошують на мультиплікативному характері впливу еко-

логічних чинників. Так, у роботі О.В. Прокопенка підкреслено, що вплив даних чинників на результуючий показник на кожному проміжку часу може як підсилюватися, так і послаблюватися, накопичуючи як позитивні, так і екодеструктивні тенденції. Економічна оцінка такого накопичення може мати мультиплікативний характер [15, с. 112]. Як зазначає О. Янковий [14], мультиплікативні моделі, зокрема функція Кобба-Дугласа, найбільш об'єктивно відображають процес розвитку соціально-економічних систем, уникаючи впливу суб'єктивного фактору. Це дає змогу виявити ізольовані чинники впливу на результуючий показник, що й є метою дослідження.

Для побудови шуканої функції зробимо низку припущень. Нехай функція залежності рівня екологічної відповідальності (*Y*) від блоків екологічного обов'язку (*X1*) та екологічної ініціативи (*X2*) двічі неперервно диференційована та неперервна у часовому проміжку $t \geq 0$. Зміна таксономічного показника рівня екологічної відповідальності промислового підприємства за рахунок зміни одного з факторів X_1, X_2 математично виражається як частинна похідна за цим фактором. Функція (*Y*) взагалі залежить від двох факторів – X_1 і X_2. Приріст загального таксономічного показника рівня екологічної відповідальності промислового підприємства збільшується повільніше, ніж приріст кожного із часткових таксономічних показників блоку екологічного обов'язку та блоку екологічної ініціативи. На основі висунутих вище гіпотез отримаємо рівняння виробничої регресії Кобба-Дугласа:

$$Y = a_o \cdot X_1^{a_1} \cdot X_2^{a_2} \quad (13)$$

Для лінеарізаціїї даної моделі прологарифмуємо рівняння:

$$\ln Y = \ln a_0 + a_1 \ln X_1 + a_2 \ln X_2 \quad (14)$$

Виконаємо заміну змінних, унаслідок чого отримуємо лінійне рівняння:

$$\ln Y = Y_1 ;\ \ln a_0 = a_{01} ;\ \ln X_1 = C_1 ;\ \ln X_2 = C_2 \quad (15)$$

$$Y_1 = a_{01} + a_1 C_1 + a_2 C_2 \quad (16)$$

Для оцінки параметрів лінії регресії використаємо вбудовані функції середовища MS Excel. За результатами розрахунків виробнича функція для ПАТ «ДМК» матиме вигляд:

$$a_o = 1{,}84 ;\ a_1 = 0{,}16 ;\ a_2 = 0{,}1 ;$$

$$Y = 1{,}84 \cdot X_1^{0{,}16} X_2^{0{,}1} \quad (17)$$

Перевірка знайденої функції на адекватність відбувається за допомогою критерію Фішера. Для даного рівня значущості p=0,95 і числа ступенів вільності *f1=m*=2; *f2=n–m*-1=*3* табличне значення *Fm*(0,05;2;3)=9,55. Отримане розрахункове значення *Fp*=156,67 порівнюють з табличним. Оскільки *Fp* > *Fm*, то з надійністю 95% можна вважати, що розглянута економетрична модель адекватно описує розглянутий у дослідженні процес.

Для даної двофакторної регресії частинний коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків зміниться таксономічний показник рівня екологічної ініціативи, якщо один із факторів зміниться на 1% за незмінних значень іншого фактору [10, с. 16]. У випадку виробничої функції Кобба-Дугласа параметри a_1 і a_2 є частинними коефіцієнтами еластичності відповідно факторів X_1 та X_2. Таким чином, для ПАТ «ДМК» загальний таксономічний показник рівня екологічної відповідальності зміниться на 0,16% за зміні показника блоку екологічного обов'язку на 1% і сталого значення показника блоку екологічної ініціативи. За зміни показника блоку екологічної ініціативи на 1% і сталого значення показника блоку екологічного обов'язку загальний таксономічний показник рівня екологічної відповідальності зміниться на 0,1%. Таким чином, для ПАТ «ДМК» на даному етапі розвитку його екологічно відповідальної поведінки більш ефективним є впровадження заходів із підвищення екологічності виробничої системи.

Висновки з проведеного дослідження. Наведена в дослідженні методика оцінювання рівня екологічної відповідальності промислових підприємств на прикладі ПАТ «ДМК» дає можливість виявити напрями корекції екологічної стратегії, рівень її збалансованості. а також у подальших дослідженнях створює базу для порівняння наявного стану екологічної відповідальності на різних підприємствах металургійної галузі. Це дає змогу виявляти лідерів та аутсайдерів у сфері екологічної відповідальності промислових підприємств, дає підґрунтя для побудови еталонних векторів розвитку підприємств з урахуванням екологічних факторів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Садченко Е.В., Никола С.О. Формирование системы экономического стимулирования природопользования в условиях экологизации предпринимательской деятельности. Устойчивое развитие. Болгария, София, 2014. № 20. С. 62–70.

2. Сіпайло Л.Г., Кузнєцова Т.В. Економічний механізм стимулювання еколого-інноваційного розвитку промислових підприємств регіону: монографія. Рівне: НУВГП, 2016. 217 с.

3. Екологічне підприємництво та екологізація підприємництва: теорія, організація, управління: монографія / Л.В. Жарова, Є.Ю. Какутич, Є.В. Хлобистов; за ред. акад. Б.М. Данилишина. Суми: Університетська книга, 2014. 240 с.

4. Садеков А.А. Механизмы эколого-экономического управления предприятием: монография; ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского. Х.: ИНЖЭК, 2004. 224 с.

5. Управління екологічною компонентою програми розвитку металургійного підприємства / І.В. Пелих, Л.Д. Руднєва, В.О. Петренко, С.В. Закора. Металл и литье Украины. 2015. № 5(264). С. 33–35.

6. Сіпайло Л.Г., Кузнєцова Т.В. Оцінка впливу інновацій на рівень екологізації промислового виробництва регіону. Сборник научных трудов SWorld. 2013. Т. 38. Вып. 4. С. 78–83.

7. Антонюк О.П. Вода – як інтегральний показник забруднення Кривбасу. Сталий розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. Сімферополь: Фенікс, 2011. С. 22–24.

8. Бєлобородова М.В. Удосконалення методики визначення рівня екологічної ініціативи промислових підприємств. Інноваційна економіка. 2016. Вип. 9–10 (65). С. 119–123.

9. Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа; пер. с научной редакцией В.М. Жуковской. М.: Статистика, 1980. 151 с

10. Обельницька Х.В. Оцінювання соціально-економічної ефективності системи корпоративного управління нафтогазовими підприємствами: автореф. дис. … канд. екон. наук: спец. 08.00.04; Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу. Івано-Франківськ, 2016. 20 с.

11. Соціальна звітність ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат». URL: http://www.dmkd.dp.ua/node/488.

12. Річна фінансова звітність ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат» за 2011–2016 рр. URL: http://smida.gov.ua/db/participant/05393043.

13. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Дніпропетровській області. URL: http://ecodnepr.dp.ua/attachments/100_%D0%9D%D0%90%D0%A6.%D0%94%D0%9E%D0%9F%D0%9E%D0%92%D0%86%D0%94%D0%AC.pdf.

14. Янковий О.Г. Математичні методи факторного економічного аналізу на базі мультиплікативних моделей. Сучасні технології. управління. підприємством та можливості використання. інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи: матер. 6-ї міжнар. наук.-практ. конф. (31 березня – 1 квітня 2011 р.). Одеса: ОНУ, 2011. С. 217–221.

15. Прокопенко О.В. Соціально-економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності: монографія. Суми: СумДУ, 2010. 395 с.

REFERENCES:

1. Sadchenko E.V., Nikola S.O. (2014) Formirovanie sistemy ekonomicheskogo stimulirovaniya prirodopol'zovaniya v usloviyakh ekologizatsii predprinimatel'skoy deyatel'nosti [The formation of a system of economic incentives for the use of natural resources in the context of the environmentalization of entrepreneurial activities]. Sustainble development, vol. 20, pp. 62-70.

2. Kuznietsova T.V., Sipailo. L.H. (2016) Ekonomichnyi mekhanizm stymuliuvannia ekoloho-innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpryiemstv rehionu [Economic mechanism of stimulation of ecologically-innovative development of industrial enterprises of the region]. Rivne : NUVHP. (in Ukrainian)

3. Zharova L. V., Kakutych Ye. Yu., Khlobystov Ye. V. (2014) Ekolohichne pidpryiemnytstvo ta ekolohizatsiia pidpryiemnytstva: teoriia, orhanizatsiia, upravlinnia [Ecological Entrepreneurship and Environmentalization of Entrepreneurship: Theory, Organization, Management]. Sumy: Universytetska knyha. (in Ukrainian)

4. Sadekov A.A. (2004) Mekhanizmy ekologo-ekonomicheskogo upravleniya predpriyatiem [Mechanisms of environmental and economic management of the enterprise]. Khar'kov: INZhEK. (in Russian)

5. Pelykh I. V., Rudnieva L. D. (2015) Upravlinnia ekolohichnoiu komponentoiu prohramy rozvytku metalurhiinoho pidpryiemstva. [Management of the ecological component of the development program of the metallurgical enterprise]. Metal and founding of Ukraine, no. 5 (264), pp. 33-35.

6. Kuznietsova T. V., Sipailo L. H. (2013) Otsinka vplyvu innovatsii na riven ekolohizatsii promyslovoho vyrobnytstva rehionu [Assessment of the impact of innovations on the level of environmentalization of industrial production in the region]. SWorld, vol. 38, no. 4, pp. 78−83.

7. Antoniuk O.P. (2011) Voda – yak intehralnyi pokaznyk zabrudnennia Kryvbasu [Water as an integral indicator of pollution Kryvbass]. Proceedings of the Stalyi rozvytok ta ekolohichna bezpeka suspilstva v ekonomichnykh transformatsiiakh: vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia (Ukraine, Simferopol) Simferopol: Feniks, pp. 22 – 24.

8. Bieloborodova M.V. (2016) Udoskonalennia metodyky vyznachennia rivnia ekolohichnoi initsiatyvy promyslovykh pidpryiemstv [Improving the methodology for determining the level of environmental initiative of industrial enterprises]. Innovative economy: scientific and production magazine, vol. 9-10’2016 (65), pp. 119-123.

9. Plyuta V. (1980) Sravnitel'nyy analiz v ekonomicheskikh issledovaniyakh: Metody taksonomii i faktornogo analiza [Comparative analysis in economic research: Methods of taxonomy and factor analysis]. Moscow : Statistica. (in Russian)

10. Obelnytska Kh.V. (2016) Otsiniuvannia sotsialno-ekonomichnoi efektyvnosti systemy korporatyvnoho upravlinnia naftohazovymy pidpryiemstvamy [Assessment of social and economic efficiency of the corporate governance system of oil and gas enterprises]. (PhD Thesis), Ivano-Frankivsk: Ivano-Frankivskyi natsionalnyi tekhnichnyi universytet nafty i hazu.

11. Sotsialna zvitnist PAT “Dniprovskyi metalurhiinyi kombinat” [Social Reporting of PJSC “Dniprovskyi metalurhiinyi kombinat”]. Available at: http://www.dmkd.dp.ua/node/488 (accessed 14 March 2018).

12. Richna finansova zvitnist PAT “Dniprovskyi metalurhiinyi kombinat” za 2011-2016 rr. [Annual financial statements of PJSC « Dniprovskyi metalurhiinyi kombinat « for 2011-2016]. Available at: http://smida.gov.ua/db/parti-cipant/05393043 (accessed 14 March 2018).

13. Rehionalna dopovid pro stan navkolyshnoho pryrodnoho seredovyshcha v Dnipropetrovskii oblasti (2016) [Regional report on the state of the environment in the Dnipropetrovsk region]. Available at:: http://ecodnepr.dp.ua/att-achments/100_%D0%9D%D0%90%D0%A6.%D0%94%D0%9E%D0%9F%D0%9E%D0%92%D0%86%D0%94%D0%AC.pdf. (accessed 14 March 2018)

14. Yankovyi O. H. (2011) Matematychni metody faktornoho ekonomichnoho analizu na bazi multyp-

likatyvnykh modelei [Mathematical methods of factor economic analysis on the basis of multiplicative models] Proceedings of the 6-th international scientific and practical conference Suchasni tekhnolohii. upravlinnia. pidpryiemstvom ta mozhlyvosti vykorystannia. informatsiinykh system: stan, problemy, perspektyvy (Ukraine, Odesa, March 31-April 1, 2011), Odesa: ONU, pp. 217-221.

15. Prokopenko O.V. (2010) Sotsialno-ekonomichna motyvatsiia ekolohizatsii innovatsiinoi diialnosti [Socio-economic motivation of ecologization of innovation activity]. Sumy: SumDU. (in Ukrainian)

Bieloborodova M.V.
Postgraduate Student at Department of Economy of Enterprises
National Mining University

EVALUATION OF THE ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The substantiation of the methodology for assessing the level of environmental responsibility of industrial enterprises is researched in the article. The system of indicators for assessing the environmental responsibility of industrial enterprises directly taking into account the specificity and intensity of their impact on the environment is substantiated. Environmental responsibility is considered as a system of environmental liability block and environmental initiative block. Ecological liability is characterized by the level of environmental friendliness of the enterprise's production system. The environmental initiative is measured through the indicators of efficiency of the environmental management system. The estimation of the level of environmental responsibility is based on the calculation of general and partial taxonomic development indicators. The undoubted advantage of the taxonomic method is the process of so-called standardization of indicators. As a result, properties of an object, described by various qualitative and quantitative indicators, are converted into a single standardized measurement system.

Due to the diverse nature of the dynamics of an indicator of the level of environmental responsibility, the method of mathematical modelling in economics to identify the nature of the impact of partial indicators is used. It is established that measures for improving the indicators of the environmental liability are more effective for the investigated enterprise. In this regard, recommendations on the most optimal measures for raising the level of environmental responsibility are given.

The methodology for assessing the level of environmental responsibility of industrial enterprises gives an opportunity to reveal directions of correction of ecological strategy and estimate the level of its balance. It creates a basis for comparing the existing level of environmental responsibility at various industrial enterprises. It allows identifying leaders and outsiders in the field of environmental responsibility of industrial enterprises, provides the basis for building reference vectors of enterprise development taking into account environmental factors.

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТКУ

ECOLOGICAL TOURISM IN UKRAINE: TRENDS IN MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

УДК 379.85

Лисенко В.В.
к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту
Харківський інститут фінансів Київського національного торгово-економічного університету
Лисенко В.П.
к.с.-г.н, доцент, професор кафедри інформаційних технологій, консалтингу і туризму
Харківський національний аграрний університет імені В.В. Докучаєва
Піддубна Л.В.
к.ф.н, доцент, доцент кафедри економіко-математичних методів та інформаційних технологій
Харківський інститут фінансів Київського національного торгово-економічного університету

У статті розглянуто проблеми розвитку екологічного туризму в Україні. Показано економічне та соціальне значення туризму для сталого розвитку територій. Розкрито актуальність, визначено складові елементи раціонального управління. Визначено пріоритетні завдання розвитку екологічного туризму в країні. Окреслено тенденції та перспективи розвитку екологічного туризму.
Ключові слова: *екологічний туризм, управління, розвиток, сучасні тенденції, стратегія, сталий розвиток.*

В статье рассмотрены проблемы развития экологического туризма в Украине. Показано экономическое и социальное значение туризма для устойчивого развития территорий. Раскрыта актуальность, определены составляющие элементы рационального управления. Определены приоритетные задания развития экологического туризма в стране. Очерчены тенденции и перспективы развития экологического туризма.
Ключевые слова: *экологический туризм, управление, развитие, современные тенденции, стратегия, устойчивое развитие.*

The article deals with the problems of development of ecological tourism in Ukraine. Economic and social value of tourism for sustainable development of territories is shown. The actuality is revealed, components of rational control are defined. The priority tasks of development of ecological tourism in the country are determined. The trends and prospects of development of ecological tourism are outlined.
Key words: *ecological tourism, management, development, modern trends, strategy, sustainable development.*

Постановка проблеми. Термін «екологічний туризм» зустрічається в різних контекстах сьогодні досить часто. Причиною цього є зростання інтересу до «м'яких» форм організації туризму, які отримали в тому числі назву «природоорієнтовані» або «соціально відповідальні», з огляду на те, що людство, нарешті, усвідомило згубні глобальні наслідки своєї індустріальної діяльності. Посилення уваги розвитку туризму в Україні зумовлене високим туристичним потенціалом, який у більшості регіонів використовується слабо. Дані статистики свідчать про наявність дисбалансу туристичних потоків міжнародного і внутрішнього туризму. За даними офіційної статистики, у 2016 р. частка громадян України, які виїхали за кордон за допомогою суб'єктів туристичної діяльності, становила близько 80,8%, тоді як аналогічний показник щодо внутрішніх туристів – лише 17,8% (у розвинених країнах на частку внутрішнього туризму припадає 80–90% поїздок) [1].

Однією з проблем низької уваги місцевих органів влади є слабка мотивація розвитку туризму, відсутнє бачення економічної та соціальної ефективності, що розраховуються за науково обґрунтованими методиками. Незважаючи на те що світова громадськість проголошує туризм як економічний феномен, який має високі темпи зростання і закликає сприяти інвестиціям у туризм як фактору сталого розвитку, в більшості українських регіонів усі програми розвитку носять переважно декларативний характер

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз публікацій із проблем розвитку туризму показує інтерес до дослідження екотуризму, який можна пояснити і модним трендом, і практичною актуальністю теми.

Значний внесок у розвиток теоретичної основи екологічного туризму зробив О. Дмитрук [2], який визначив принципи, функції та завдання, а також інтеграційні та стабілізаційні основи екологічного туризму. Стан та проблеми розвитку екологічного туризму на теренах національних природних парків і біосферних заповідників України проаналізували В. Гетьман, Я. Олійник [3] та ін.

Осмислення сучасних тенденцій у туристичній діяльності, у тому числі визначення сутності екологічного туризму, було зроблено Міжнародною організацією екотуризму (TIES). У матеріалах цієї організації зазначалося, що «екотуризм» – це відповідальні подорожі до природних зон регіонів, збереження навколишнього середовища і підтримка добробуту місцевого населення [4].

Нині науковці та практики виділяють чотири види екотуризму та екотурів:

1. Науковий туризм (участь у різноманітних дослідженнях природи, здійснення польових спостережень, науково-дослідні експедиції, а також польові практики студентів).

2. Тури історії природи (пізнання навколишньої природи й місцевої культури; сукупність навчальних, науково-популярних і тематичних екскурсій).

3. Пригодницький туризм (активний спосіб переміщення та відпочинку на природі (outdoor), альпінізм, скелелазіння, льодолазіння, спелеотуризм, гірський і пішохідний туризм, водний, лижний і гірськолижний туризм, каньйонінг, кін-

ний туризм, маунтбайк, дайвінг, парапланеризм тощо).

4. Подорожі в природні резервати (атрактивність унікальних та екзотичних природних об'єктів і явищ, перетворення екологічних екскурсій у шоу) [5].

Постановка завдання. Екологічний туризм – доволі новий вид економічної діяльності на теренах України. У статті ми прагнемо проаналізувати сучасні тенденції управління та розвитку екологічного туризму на території України і підкреслити його подальші перспективи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше термін «екотуризм» був запропонований мексиканським економістом-екологом Гектором Цебаллос-Ласкур'єю в 1980-ті роки, коли в пріоритетах туристів намітилися явні зміни. Замість жаркого сонця все частіше перевага стала надаватися тінистим лісам, а замість великих міст – поселенням традиційних народностей [6].

Сьогодні існує кілька десятків визначень екологічного туризму, більшість яких зводиться до природоохоронного змісту. Провівши аналіз більшості термінів, можна представити якесь об'єднане і повне тлумачення даного терміну. Екологічний туризм, або екотуризм, – подорож із відповідальністю перед навколишнім середовищем по відношенню до непорушених природних територій для вивчення і насолоди природою і культурними пам'ятками, яка сприяє охороні природи, надає «м'який» вплив на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих жителів і отримання ними переваг від цієї діяльності. Можна сказати, що екотуризм – це гармонійне спілкування природи і людини, за якого відбувається взаємний обмін. Природа не страждає від впливу людини, отримує від нього користь, наприклад: охорону й реставрацію історичних пам'яток, створення національних парків і заповідників, захист берегів, збереження лісів та ін.; аналогічно і людина бере собі потрібне, не порушуючи природного балансу.

Більшість видів туризму сприятливо впливає на соціально-економічний добробут тих територій, де розвивається, але часто призводить до екологічних та антропогенних проблем. Єдиний вид туризму, який не призводить до зміни або погіршення екології природний зон туристстичних територій, а навпаки, створює умови для підтримки і збереження всіх видів природних ресурсів, – це екологічний туризм, що дуже важливо в сучасному світі за наявної загрози екологічної катастрофи і безвідповідального ставлення людини до планети й усього, що було створено на ній задовго до появи людей. Екотуризм істотно відрізняється від інших форм своїм позитивним впливом на сталий розвиток природних територій, виражений у балансі екологічних, соціально-культурних та економічних впливів туризму.

Різноманітність, неповторність, несхожість, привабливість і широта українських ландшафтів, ще не охоплених процесами урбанізації, доволі суттєві, але Україна все ж не займає високих позицій серед країн, що спеціалізуються на екологічному туризмі. Причинами цього є такі: по-перше, в Україні належним чином не розвинений жоден вид туризму порівняно з іншими країнами, на які варто рівнятися; по-друге, переважна більшість проблем – через відсутність мотивацій, бажань і хорошого фінансування, тобто ефективної системи менеджменту. У сучасному світі люди навчилися продавати найбожевільніші і, по суті, непримітні об'єкти. Однак тут нічого не потрібно вигадувати, слід тільки правильно розставити пріоритети в просуванні туристських об'єктів, зокрема екологічних природних зон. Існують приклади навіть слаборозвинутих країн, які мають високу популярність серед екотуристів, такі як Кенія, Танзанія, Беліз, Еквадор, Лаос, Непал тощо.

Узагальнюючи вищевикладене, можна виділити найбільш важливі складові компоненти для раціонального управління у сфері екотуризму:

– розроблення дієвої стратегії розвитку екотуристичної діяльності на рівні країни з виділенням специфіки кожного окремого регіону, міста, населеного пункту;

– залучення місцевих громад до формування стратегій, використання ресурсів і участі у відповідальності за результати;

– просвіта туристів, тобто створення деяких освітніх турпродуктів із природознавчою спрямованістю, націлені на розширення знань і навичок туристів;

– збереження екосистем, яке передбачає дбайливе використання ресурсів на маршруті, участь туристів і туроператорів у компаніях із захисту дикої природи;

– повага до звичаїв і традицій місцевих громад, що призводить до можливостей міжкультурного обміну.

У підсумковому документі Конференції ООН зі сталого розвитку РІО + 20, проведеної в Ріо-де-Жанейро в 2012 р., вказується, що сталий туризм може робити значний внесок у розвиток, забезпечувати створення робочих місць і відкривати можливості в галузі торгівлі, веде до підвищення добробуту, створення джерел доходу в місцевих громадах, надаючи підтримку місцевій економіці, а також поліпшенню середовища проживання людини і природного середовища у цілому. У підсумковому документі до сталого туризму віднесено екотуризм і культурний туризм [7].

У територіальному плані екотуризм зазвичай розвивається в межах об'єктів природно-заповідних фондів (ПЗФ). Це заповідники, національні і природні парки, заказники, культурні ландшафти, пам'ятки природи та ін.

Так, у табл. 1 показано наявні статистичні дані за останні роки, що стосуються діяльності заповідників та національних природних парків України, згідно з якими помітні деякі розбіжні тенденції. З одного боку, зростає кількість об'єктів ПЗФ, загальні площі, наявні туристичні маршрути, залучені працівники та витрати на утримання, а з іншого – майже не змінюється чисельність місць стаціонарних рекреаційних об'єктів і суттєво зменшується кількість відвідувачів ПЗФ. Звісно, ці дані не відображають повноцінну тенденцію сучасного перебігу подій через відсутність статистики останніх років, а також тимчасову втрату певної частини території країни. Але відсутність статистичної інформації – це також певна інформація, яка свідчить про малий рівень зацікавленості держави у стратегічному розвитку екологічного туризму і формуванні цілої сфери економічної діяльності, здебільшого зацікавленість у розвитку лишається на рівні самих учасників (місцевих підприємців, громад, обласних та районних адміністрацій).

Під дією різних факторів, що впливають на розвиток екологічного туризму останнім часом, проявилося кілька сучасних тенденцій. По-перше, екологічний туризм набуває все більшої різноманітності, оскільки виникають нові форми і прояви. По-друге, відбувається все більша інтеграція екотуризму з іншими видами туризму і галузями туріндустрії. Наприклад, екологічний туризм уже став частиною масових напрямків у багатьох культурно-пізнавальних або пляжних турах як екскурсійний складник виступає короткострокове відвідування заповідників, національних парків та інших охоронюваних природних територій. У нашій країні великою популярністю користується самодіяльний і спортивний туризм, частково відповідний західному «пригодницькому» туризму. Так, для людини, яка народилася й усе життя проживає в місті, серед автоматичних систем та комп'ютерних технологій, опинитися на відпочинку в горах, серед лісів у наметах – це нові відчуття. Звичайно, ті, хто хоче, щоб ці відчуття були максимально безпечними, шукають компанії, які готові виступити організаторами даного відпочинку (страхування, складання ефективного маршруту, контроль над непередбачуваними ситуаціями тощо), тож дана діяльність може бути успішним бізнесом для місцевих мешканців, які добре знайомі з місцевістю і мають здібності організаторів.

В окремих областях України (переважно західні та південні регіони) за рахунок власних можливостей та ініціативи вже досить активно йде процес розвитку екологічного туризму, проте цей напрям слід об'єднати в єдину загальнонаціональну стратегічну політику, метою якої повинно стати соціально-економічний розвиток регіонів і збереження їх природної і екологічної рівноваги.

Пріоритетними завданнями розвитку екологічного туризму в країні є:

– підготовка кваліфікованих фахівців для галузі;

– розроблення широкого асортименту нових продуктів екотуризму;

– використання гнучкої цінової політики;

– допомога держави в просуванні екотуристичних продуктів на світовий ринок;

– спільна робота регіональної влади і місцевого самоврядування в управлінні розвитком екологічного туризму в регіональних об'єктах ПЗФ;

– залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, мотивуючи їх участь, наприклад, спрощенням податкових обтяжень або прагненням ділових людей брати участь у розвитку регіону.

Таблиця 1

Характеристика об'єктів природно-заповідних фондів України з погляду тенденцій управління розвитком екологічного туризму по роках [8]

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.*	2015 р.*	2016 р.*	2013 р. до 2010 р.,%
Кількість об'єктів ПЗФ, од.	45	50	63	64	-	-	-	144,4
Загальна площа об'єктів ПЗФ, тис. га	1310,5	1382,8	1565,2	1576,1	-	-	-	120,3
Ємність стаціонарних рекреаційних об'єктів, місць	42609	43016	43294	42953	-	-	-	100,8
Кількість відвідувачів об'єктів ПЗФ, тис. осіб	3891,2	3387,2	3793,3	2860,2	-	-	-	73,5
Кількість туристичних маршрутів, од.	250	269	319	345	-	-	-	138
Всього залучених працівників у роботі об'єктів ПЗФ на кінець року, осіб	4260	4470	5101	5130	-	-	-	120,4
Витрати на утримання об'єктів ПЗФ, тис. грн.	159920,5	212839,9	273627,3	265554,1	-	-	-	166

**Дані офіційної статистики відсутні*

Висновки з проведеного дослідження. Екологічний туризм сьогодні – це комплексний міждисциплінарний напрям, що забезпечує взаємозв'язок інтересів туризму, культури та екології.

Україна з її потужними рекреаційними ресурсами може стати однією з найбільш привабливих країн не лише Європи, а й світу, якщо розробить і впровадить стратегію природноорієнтованого туризму, екотуризму. У результаті розвитку екотуризму збережеться природна краса унікальних територій країни. До того ж доходи від екологічного туризму будуть внеском у розвиток економіки. А раціональне використання природних і культурно-історичних туристичних ресурсів дасть змогу уникнути багатьох негативних наслідків масового туризму. Але для збереження пам'яток природи людство повинно навчитися демократичному спілкуванню з нею. Не варто забувати, що пропагувати дбайливе ставлення до природи потрібно завжди і всюди, тож починати треба з грамотної системи управління еколого-туристичним ресурсом країни і виховання адекватного громадянського суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Туристичні потоки 2000–2016. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm.
2. Дмитрук О.Ю., Дмитрук С.В. Екотуризм: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2009. 358 с.
3. Олійник Я.Б., Гетьман В.І. Екологічний туризм на теренах національних природних парків і біосферних заповідників України в міжнародний рік екотуризму та гір. Вісн. Київ. націон. ун-ту імені Тараса Шевченка. Серія «Географія». 2002. Вип. 48. С. 5–11.
4. Халімовська І.В. Екологічний туризм як чинник розвитку сучасного суспільства. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2016. № 67. С. 89–96.
5. Піменов В.Г. Розвиток екологічного туризму в Україні: основні поняття, проблеми, сучасний стан. Вісник ХДАК. 2018. Вип. 52. С. 198–208.
6. Вишневський В.І. Екологічний туризм. К.: Інтерпрес ЛТД, 2015. 140 с.
7. Методичні матеріали для впровадження освітнього модуля «Основи стратегії сталого розвитку в Україні»: Програма розвитку ООН в Україні, Всеукраїнська дитяча спілка «Екологічна варта». URL: http://www.sd4ua.org/wpcontent/uploads/2015/02/metod_materialy_do_modulyu.pdf.
8. Статистичний бюлетень «Заповідники та національні природні парки України» / Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_zpar _bl.htm.

REFERENCES:

1. Turystychni potoky 2000-2016 [Electronic resource]: Dergavna slugba statystyky Ukrainy – Mode of access: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
2. Dmytruk O.U and Dmytruk S.V. (2009) Ecoturyzm [Ecological tourism]. Kyiv: Alterpres, 358 p.
3. Oliynyk Y.B. and Getman V.I. (2002) Ecological tourism on the territory of national natural parks and biosphere reserves of Ukraine in the international year of ecotourism and mountains. Visnyk KNU, vol. 48, pp. 5-11.
4. Halimovska I.V. (2016) Ecological tourism as a factor in the development of modern society. Gumanitarny visnyk ZDIA, vol. 67, pp. 89-96
5. Pimenov V.G. (20018) Development of ecological tourism in Ukraine: main concepts, problems, current state. Visnyk HDAK, vol. 52, pp. 198-208
6. Vyshnevsky V.I. (2015) Ecologichybq turyzm [Ecological tourism], Kyiv: Interpres LTD, 140p.
7. Methodical materials for the implementation of the educational module “BASES OF STRATEGIES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN UKRAINE” [Electronic resource]: United Nations Development Program in Ukraine. – Mode of access: http://www.sd4ua.org/wp-content/uploads/2015/02/metod_materialy_do_modulyu.pdf
8. Statystychny buleten Ukrainy “Zapovidnuku ta nacionalni pryrodni parky Ukrainy” [Electronic resource]: Dergavna slugba statystyky Ukrainy. – Mode of access: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_ zpar _bl.htm

Lysenko V.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Management
Kharkiv Institute of Finance
of Kyiv National University of Trade and Economics
Lysenko V.P.
Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor
Professor of Information Technology, Consulting and Tourism Department
Kharkiv National Agrarian University named after V.V. Docuchaev
Piddubna L.V.
Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Economic
and Mathematical Methods and Information Technology
Kharkiv Institute of Finance
of Kyiv National University of Trade and Economics

ECOLOGICAL TOURISM IN UKRAINE: TRENDS IN MANAGEMENT AND DEVELOPMENT

Increasing attention to the development of ecological tourism in Ukraine is due to the high tourist potential, which is used in the majority of regions poorly. Statistics indicate the imbalance of tourist flows of international and domestic tourism. According to official statistics in 2016, the share of Ukrainian citizens who travelled abroad with the help of subjects of tourist activity of Ukraine was about 80.8%, while the similar indicator for domestic tourists was only 17.8%, for comparison in developed countries, the share of domestic tourism accounts for 80-90% of trips.

Priority tasks of development of ecological tourism in the country are: training of qualified specialists for the industry; development of a wide assortment of new ecotourism products; use of flexible pricing policy; assistance of the state in promoting ecotourism products to the world market; joint work of regional authorities and local self-government in the management of the development of ecological tourism in regional objects; attraction of domestic and foreign investments, motivating their participation, for example, simplification of tax burdens or the aspirations of business people to participate in the development of the region.

Ecological tourism today is a complex interdisciplinary direction, which provides the interconnection of interests of tourism, culture, and ecology. Ukraine, with its powerful recreational resources, can become one of the most attractive countries not only in Europe but also in the world, if it develops and implements a strategy of nature-oriented tourism, ecotourism. As a result of the development of ecotourism, the natural beauty of the unique territories of the country will remain. In addition, revenues from eco-tourism will contribute to the development of the economy. A rational use of natural and cultural-historical tourist resources will avoid many negative consequences of mass tourism. But to preserve the monuments of nature, mankind must learn to communicate with it democratically. Do not forget that promoting a careful attitude to nature is necessary always and everywhere. So, we must begin with a competent system of managing the country's ecological and tourist resources and educating an adequate civil society.

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

СОЦІАЛЬНА Й ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ: ДНК, СТРАТЕГІЧНЕ ТА ПРОЕКТНЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ

SOCIAL AND INNOVATION POLICY IN UKRAINE: DNA, STRATEGIC AND PROJECT MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF THE SOCIALLY ORIENTED ECONOMY

УДК 331:334:338

Туріянова М.М.
д.е.н., професор, академік
Академія економічних наук України
Данилко В.К.
д.е.н., професор, академік
Академія економічних наук України
Шпиталенко Г.А.
к.і.н., доцент, доцент кафедри
управління персоналом
та економіки праці
Житомирський державний
технологічний університет
Богоявленська Ю.В.
к.е.н., доцент, завідувач кафедри
управління персоналом
та економіки праці
Житомирський державний
технологічний університет
Свінцицька О.М.
к.е.н., доцент кафедри управління
персоналом та економіки праці
Житомирський державний
технологічний університет

У статті проаналізовано теоретико-методологічні засади соціальної політики та інноваційної політики держави в умовах розбудови соціально орієнтованої економіки. Досліджено ДНК і основоположні принципи, які повинні бути покладені в основу саме вітчизняної моделі соціальної держави. Закцентовано на необхідності розвитку стратегічного і проектного управління для забезпечення ефективності фукнціонування моделі в умовах зростаючої конкуренції. Аргументовано, що ефективна політика повинна стати міцним підґрунтям інноваційного та соціального розвитку країни, подальшого інтегрування у світову спільноту, підставою для розбудови соціальної держави в умовах глобальної конкуренції, здатною забезпечити людський розвиток, гідний рівень і якість життя громадян.

Ключові слова: *соціальна політика, інноваційна політика, соціальна держава, стратегічне управління, проектне управління, соціальний захист, соціальні гарантії, соціально орієнтована економіка.*

В статье проведен анализ теоретико-методологических основ социальной политики и инновационной политики государства в условиях построения социально ориентированной экономики. Исследованы ДНК и основополагающие принципы, которые должны быть заложены в основу именно отечественной модели социального государства. Акцентировано внимание на необходимости развития стратегического и проектного управления для обеспечения эффективности фукнционирования модели в условиях возрастающей конкуренции. Аргументовано, что эффективная политика должна стать мощным фундаментом инновационного и социального развития страны, дальнейшего интегрирования в мировое сообщество, основой для построения социального государства в условиях возрастающей глобальной конкуренции, способной обеспечить человеческое развитие, достойные уровень и качество жизни граждан.

Ключевые слова: *социальная политика, инновационная политика, социальное госдарство, стратегическое управление, проектное управление, социальная защита, социальные гарантии, социально ориентированная экономика.*

The theoretical and methodological principles of social policy and innovation policy in terms of creating a socially oriented economy are analysed, DNA and fundamental principles that should be placed at the core of exactly national model of the social state are studied. The necessity of the development of strategic and project management to ensure the effectiveness of functioning of the model in the face of growing competition is shown. Effective policy must become a strong foundation of innovation and social development of the country, for further integration into the world community, must become the basis for the development of welfare state in the face of global competition, capable of ensuring human development, good level and quality of life of citizens.

Key words: *social policy, innovation policy, social state, strategic management, project management, social protection, social guarantees, socially oriented economy.*

Постановка проблеми. Ст. 3 Конституції України визнає людину, її життя, честь і гідність, недоторканість і безпеку найвищою соціальною цінністю та встановлює, що права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст та спрямованість діяльності держави. Ст. 1 Конституції визначає Україну соціальною державою [1]. Соціальна держава – це високорозвинена, правова, демократична держава, яка визначає людину найвищою соціальною цінністю, забезпечує її права та свободи, гідні умови життя, безпеку і добробут, вільний розвиток та волевиявлення, самореалізацію творчого (трудового) потенціалу шляхом політичної та ідеологічної багатоманітності, соціальної спрямованості економіки, проведення активної соціальної політики на принципах громадянського суспільства, соціальної справедливості, рівності, солідарності та відповідальності. Принципи соціально орієнтованої економіки у соціальній державі формулюють мету економічної політики, при цьому економіка має розглядатися державою не як самоціль, а лише як засіб розвитку людського капіталу. У співвідношенні «соціальне» й «економічне» друге повинно бути підпорядковане першому.

Проте проявляються негативні тенденції в соціальному розвитку України на сучасному етапі, зокрема: різке розшарування населення, вну-

трішня соціальна криза, низькі показники тривалості та рівня життя населення, індексу людського розвитку тощо є очевидними і свідчать, що проголошений Конституцією курс на розбудову високорозвиненої соціальної держави в Україні є вкрай необхідним і визначає актуальну потребу у формуванні концептуальної її сучасної моделі, глибокого переосмислення змісту соціальної держави та його застосування в українській практиці. Активна та ефективна соціальна політика повинна стати міцним підґрунтям усебічного інноваційного, соціального розвитку країни, подальшого інтегрування у світову спільноту, підставою для розбудови соціальної держави з конкурентоспроможною економікою, здатною забезпечити людський розвиток, гідний рівень і якість життя громадян.

Відповідно, перед представниками економічної науки постає проблема теоретико-методологічного обґрунтування державної соціальної та інноваціної політик, державних реформ, виокремлення й аналіз основоположних принципів, які лежать в основі побудови соціальної держави і відповідають змісту Європейської соціальної Хартії, Загальної декларації прав людини, міжнародних трудових норм і рекомендацій, концептуальних основ гідної праці відповідно до конвенцій та декларацій Міжнародної організації праці в контексті стратегічного і проектного управління на період до 2030 р.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що тема феномену соціальної держави для іноземних дослідників не є новою. У науковий обіг поняття «соціальна держава» ввів у 1850 р. німецький вчений Лоренц фон Штайн, а пізніше, в 1946 р., поняття соціально орієнтованої економіки (нім. Soziale Marktwirtschaft) увів у науковий обіг німецький економіст Альфре Мюллер-Армак у роботі «Командна економіка і ринкова економіка». З другої половини XX ст. дослідження теорії соціальної держави ведеться у рамках трьох провідних напрямів політико-правової думки: ліберального (Р. Дарендорф, Р. Рейч, Р. Хейлброннер); консервативного (Е. Альбрехт, М. Фридмен, Ф. А. фон Хайєк, В. Хамм); соціал-демократичного (З. Мосдорф, Й. Штрассер). Стратегічні та проектні принципи управління у новій парадигмі актуалізувалися в Україні в останні роки, що пов'язано з проведенням реформ.

Значний внесок у дослідження питань становлення та реалізації принципів, завдань і функцій соціальної держави, її соціальної політики в умовах соціально орієнтованої економіки зробили так вітчизняні вчені, як: Г. Башнянин, І. Верховод, О. Головніна, Л. Гончарук, А. Гриценко, В. Гришкін, В. Куценко, Барабаш, А. Георгіца, А. Заєць, Ю. Зайцев, Н. Зеліско, Я. Євтушак, І. Жиглей, І. Козаченко, А. Колодій, В. Копєйчиков, Н. Оніщенко, В. Погорілко, П. Рабінович, О. Фрицький, Ю. Фрицький, В. Шаповал, Ю. Шемшученко, І. Стебленко, Л. Яворська та ін. Їхні праці сприяли ґрунтовному осмисленню правових та соціально-економічних засад, феномену соціальної держави та її соціальної політики в умовах розбудови соціально-орієнтованої економіки, стали основою для подальших наукових розвідок.

Постановка завдання. Метою статті є оприлюднення результатів дослідження, спрямованого на аналіз теоретико-методологічних засад державної соціальної політики в умовах розбудови соціально орієнтованої економіки, ДНК основоположних принципів, закладених в основу вітчизняної моделі соціальної держави; уточнення змісту, еволюції поглядів та взаємозв'язку таких економічних категорій, як «соціальна держава» та «соціальна політика», значення та місце відповідного соціально-економічного феномену в процесі еволюції стратегічного та проектного управління в контексті розбудови соціально орієнтованої економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес виникнення і становлення соціальної держави має тривалу і складну історію, адже соціальні питання та проблеми їх вирішення – це вічний супутник життєдіяльності суспільства та держави. Ідейна основа соціальної держави бере свій початок від трактатів античних мислителів про ідеальний державний устрій, що забезпечує загальне благо для всіх громадян, де є місце великій гармонії, рівності, загальному процвітанню. Практичне формування соціальної держави пов'язане зі зростанням ролі держави в регулюванні відносин в індустріальному та постіндустріальному суспільстві. Як уже зазначалося, поняття «соціальна держава» запропонував у середині XIX ст. Лоренц фон Штайн. Найбільш радикальну теоретичну основу інтервенціоністської соціальної держави запропонував у 1879 р. німецький економіст, прихильник державного і християнського соціалізму Адольф Вагнер, який визначав свої переконання як соціально-правові. Його концепція передбачала перетворення буржуазної держави на «державу культури і загального добробуту, одержавлення залізниць, гірських підприємств, банків і страхових організацій, інтеграцію робітничого класу в державу і суспільство без політичних і соціальних революцій». У другій пол. XIX – поч. XX ст. в країні була вироблена і законодавчо закріплена низка заходів державного і суспільного характеру щодо захисту соціальних інтересів нижчих класів. Так, наприклад, у 1910 р. у Німеччині було введено обов'язкове пенсійне страхування.

Могутнім поштовхом для подальшого розвитку теорії і практики соціальної держави стала світова економічна криза 1929–1933 рр. «Новий курс» президента Ф. Рузвельта у США включив законодавче закріплення прав працівників на колектив-

ний договір та організацію профспілок, загальнодержавні заходи щодо боротьби з безробіттям, допомогу фермерам, рішучі кроки у напрямі соціального забезпечення, ліквідацію дитячої праці і скорочення робочого дня, введення пенсії через старість. Це був американський варіант інтенсивного впровадження практики соціальної держави, що запобіг вельми вірогідній соціальній революції, на багато десятиліть зумовив основні напрями соціальної політики американської держави.

Особливу роль у створенні в західних країнах соціальної держави зіграв так званий «План Беверіджа», представлений у кінці 1942 р. британському парламенту головою одного з його комітетів Уїльямом Беверіджем, який почав здійснюватися лейбористським урядом з 1945 р. План розглядався його автором як частина «всеосяжної політики соціального прогресу». Він передбачав нову організацію всієї системи соціального забезпечення через розширення соціального страхування, через включення до нього майже всіх громадян держави, а також через гарантію єдиного національного середнього доходу, якого б вистачало на скромну підтримку життя. Ядром плану був тісний зв'язок соціальної політики з державною економічною політикою, націленою на забезпечення повної зайнятості. Передбачалися створення безкоштовної, доступної всім громадянам державної системи охорони здоров'я, контроль заробітної плати і цін, поступове усунення приватної власності на засоби виробництва й інші заходи. «План Беверіджа» був використаний у соціальній діяльності післявоєнних урядів Бельгії, Данії і Нідерландів, під час створення сучасної системи соціального забезпечення Швеції, найкращої в Європі, послугував моделлю під час обговорення питань соціально-політичного розвитку і в післявоєнній Німеччині.

Після Другої світової війни почався якісно новий етап у розвитку соціальної держави. Право на соціальний захист було закріплене в Загальній декларації прав людини ООН від 10 грудня 1948 р. і визнавалося невід'ємним правом кожної людни як члена суспільства.

Вперше соціальна держава як конституційний принцип була зафіксована у ст. 20 Конституції ФРН 1949 р., що проголосила Німеччину «демократичною і соціальною федеральною державою». Основний закон розкривав зміст соціальної держави як гарантування гідного прожиткового мінімуму, соціальної рівності, соціального забезпечення загального добробуту, державної допомоги тим, хто не в змозі самостійно себе забезпечити. У 1956 р Л. Ерхард у книзі «Добробут для всіх» описав досвід реалізаціїї цієї концепції. Німецькі неоліберали створили концепцію перетворення тоталітарного устрою з централізованим управлінням економікою в ринкову економіку, орієнтовану на вирішення соціальних проблем.

Поняття про суто соціальні функції держави постали пізніше за умов сформованої в західних суспільствах державності правового характеру. Соціально-правова спрямованість стала головним змістом діяльності багатьох держав світу. Розвиток інституту власності, ринкових економічних відносин і вільної конкуренції, диференціація суспільства на різнорівневі верстви залежно від матеріальних благ і доходів людей, а також ріст безробіття зумовили необхідність створення нових механізмів соціальної регуляції і, в першу чергу, вдосконалення відносин суспільства і держави для забезпечення другого покоління прав людини, що виникли, – соціальних, економічних і культурних. Суспільство починає вимагати від держави здійснення соціально орієнтованої політики, гарантування і забезпечення соціальних, економічних і культурних прав, певного вирівнювання соціальної нерівності, створення для всіх рівних стартових умов.

Доцільно зазначити, що мета, якої досягають держави, запроваджуючи певні заходи соціальної політики, стала для низки вчених (Н. Ферніс, Т. Тілгон) основним критерієм класифікації сучасних держав. У другій половині XX ст. в європейських країнах, США і Канаді сформувалася система суспільних відносин, яку прийнято називати державою загального добробуту. В її основі лежить принцип соціальної спрямованості державної політики на зростання добробуту всіх верств населення. Найвідоміші моделі держави загального добробуту отримали назви ліберальної (англо-американська, англо-саксонська), консервативної (франко-германська), соціал-демократичної (скандинавська модель). Основою кожної моделі стали певні ідеологічні, правові, економічні принципи.

Прикладом реалізації першої традиційно вважають США, Великобританію, Канаду, Австралію. Ця модель ще отримала назву позитивної держави соціального захисту, масштаб соціальних допомог в якій обмежувався метою уникнення гострих соціальних конфліктів і досягнення суспільної стабільності. Для збереження демократії її соціальна політика важлива, але на перерозподіл національного доходу (на користь бідніших верств) і на соціальну структуру суспільства вона впливає мало.

Другим типом уважається держава соціальної захищеності, яка насправді досягає мети забезпечення прожиткового мінімуму для кожного члена суспільства, ліквідації бідності та знедоленості шляхом соціального страхування. Це облагороджений, гуманізований варіант ліберальної держави. Оскільки інструментом гуманізації є широкі соціальні програми, то таку державу можна називати також соціальною. Даний тип держави знайшов своє втілення в таких європейських кранах, як Німеччина, Франція, Італія, Бельгія й Австрія

(«франко-германська модель»). Політику, здійснювану у ФРН, називають також моделлю соціального ринкового господарства.

Третій тип держави загального добробуту – північноєвропейська модель (скандинавська) – проводить соціальну політику, спрямовану на створення рівних життєвих умов для всіх членів суспільства через регулювання доходів, залучення непривілейованих класів (передусім робітників) до контролю над елітою й до прийняття державних рішень. Це стосується, насамперед, Скандинавських країн, де соціальні витрати становлять близько 32% ВВП, за межею бідності перебуває лише 0,1%, рівень безробіття відповідає межам природного (4%), а рівень оподаткування становить близько 50% ВВП [9, с. 553].

Проте, на думку переважної більшості сучасників дослідників соціальної держави, нещодавня глобальна фінансово-економічна криза поставила під сумнів досягнення Північної Америки у сфері забезпечення зайнятості населення. У цілому всі європейські держави стикаються зі схожими ризиками та проблемами. Загальними також є нерівності, що виникають у ринковому середовищі. Важливим також є те, що конвергенція постіндустріальних викликів впливає на національні соціальні держави, котрі достатньо сильно різняться між собою. Таким чином, їхня спроможність відповідати на ці виклики теж неодмінно буде різнитися за умов відмінності внутрішньо присутніх переваг та недоліків. Тому, на думку зарубіжних та вітчизняних науковців, із розпадом біполярного світу суперництво залишилося між трьома основними моделями соціальної держави: неоліберальною, соціально-католицькою та соціально-демократичною [9, с. 18].

Визначаємо, що кожна з моделей функціонує на перспективу, вимагає багатопроектного управління і призначена для стратегічного розвитку країн.

Сучасна неоліберальна модель (Ірландія, Велика Британія, США) передбачає пріоритет ринкових принципів та захист ініціативного, інноваційного підприємництва за обмеження відповідальності за ринкові невдачі. За винятком системи охорони здоров'я державна підтримка має цільовий характер та спрямована на найбільш незахищені соціальні групи. Таким чином, середній клас заохочується до активних дій у досягненні індивідуального добробуту, а роль держави вбачається у створенні умов для зростання доходів. Акцент зроблено не на задоволенні потреб якомога більшої частки населення, а на підвищенні доходів, що пов'язані з працею. Це дає можливість задовольнити дві основні потреби: сформувати або підвищити адекватну робочу мотивацію та скоротити частку зайнятих, що мають низьку зарплатню. Такий підхід є досить ефективним у ситуації зростання нестабільності ринків праці.

В основі сучасної континентальної європейської моделі лежить спільна для більшості континентальних країн Євросоюзу відданість цінностям сімейного добробуту. Більш помітною ця риса є у південноєвропейських країнах та менш значущою – у Бельгії та Франції. Акцент на сімейному добробуті доповнюється домінуванням державного соціального страхування. Соціальне страхування, що пов'язане із зайнятістю, надає високий рівень соціального захисту за умови безперервної трудової діяльності людини. Із цієї причини країни, що додержуються традицій соціального страхування, спрямовують свої зусилля на впровадження розгалужених систем гарантій та механізмів регуляції працевлаштування [9, с. 23].

Безперервність зайнятості як основа для соціального страхування є досить проблематичною, особливо коли йдеться про захист тих, хто має тимчасовий взаємозв'язок із ринком праці, як, наприклад, жінки або працівники з нестандартною кар'єрою. Слабким місцем системи соціального страхування, на думку фахівців, також є нездатність її швидко та адекватно реагувати на демографічні зміни та зміни структури зайнятості. За умов затримки одержання постійного місця роботи та за наявності нестабільної особистої історії зайнятості людина стикається з труднощами у накопиченні на пенсійному рахунку коштів, достатніх для підтримки стандарту життя, до якого вона звикла. Крім того, покриття дефіциту фондів соціального страхування також неодмінно веде до підвищення податків, що негативно впливає на рівень зайнятості молоді. Пасивне утримання залежних членів родини за збереження гарантій для чоловіка, який у межах цієї моделі розглядається як голова сім'ї, є проблематичним за умови нестабільності шлюбу та зростання кількості нетипових сімей. Високий рівень захисту для стабільно зайнятих разом зі складністю входження до ринку праці у багатьох країнах із плином часу збільшує розрив між привілейованими «інсайдерами» та утисненими «аутсайдерами». Отже, зрозумілим є акцент у науковій літературі на взаємозв'язку цих ризиків соціальної ексклюзії з активним прагненням жінок до економічної незалежності, що як ефект другого порядку спричинює суттєве скорочення народжуваності [9, с. 21]. Для вирішення вищезазначених проблем соціальні держави континентальної Європи підвищують рівень підтримки сім'ї або анонсують соціальне страхування без попередніх сплат, що мають цільовий характер. У цьому контексті добробут сім'ї розглядається у прямій залежності від добробуту її голови (чоловіка), а заходи з його підтримки набувають фундаментального значення.

Заслуговує на увагу той факт, що нині в країнах континентальної Європи є досить чітке розуміння необхідності щонайшвидшого розвитку сис-

теми соціальних послуг, особливо щодо догляду за малими дітьми та літніми людьми. Традиційно така система соціальної держави стає дуже вразливою за умови спаду рівня зайнятості та низького рівня активності частки населення у працездатному віці.

Практика свідчить, що безпосередньо визначення загальних цілей соціальної політики не завжди має значний вплив на реалізацію конкретних заходів у цій сфері. Соціальні проблеми можуть бути дуже схожими, наприклад у Фінляндії та Греції, але кожна з країн – членів ЄС має власні історичні та правові традиції розвитку соціальної держави, несхожі інституціональні структури тощо. За умови такої різноманітності дієвою може бути лише реформа соціальної держави, котра мала б ураховувати особливості кожної окремої країни.

Сучасна скандинавська модель соціальної держави (Швеція, Норвегія, Данія, Фінляндія) є унікальною у використанні державних ресурсів. За визначенням Е. Гідденса, основою цієї моделі є історична та культурна традиції «нордичного егалітаризму», а не лише універсальні принципи соціальної держави [9, с. 23]. У цій моделі держава бере на себе багато завдань, що має на меті досягнення двох основних цілей: по-перше, зміцнення соціального інституту сім'ї шляхом зменшення кількості обов'язків; по-друге, зменшення матеріального та фінансового навантаження та розширення індивідуальної незалежності. Також задоволення потреб у цілому та соціальних потреб зокрема розглядається як шлях зменшення залежності добробуту індивіда від диспозиції в соціоекономічній площині. Скандинавські країни характеризуються універсальними гарантіями стосовно доходів, високим рівнем розвитку системи допомоги дітям, людям з особливими потребами та людям похилого віку. Тим не менше дуже високі податки є слабким місцем цієї моделі соціальної держави, оскільки спричиняють досить високий податковий тиск, передусім на середній клас. Серйозні випробовування для цієї моделі стають реальними під час уповільнення економічного зростання та посилення нерівностей, що спричинені вільним ринком. На думку деяких авторів, скандинавська модель є досить стійкою щодо випробувань постіндустріальними змінами. Ця модель дає змогу найкраще активізувати нові соціальні ролі жінки. Вона також є ефективною у ситуаціях неповної сім'ї з малими дітьми, робітників передпенсійного віку та людей з обмеженими можливостями, що виражається у дієвому сприянні високому рівню соціальної інклюзії. Скандинавські країни належать до числа небагатьох країн, що досягли значного скорочення дитячої бідності та бідності літніх людей. Їхній досвід також доводить можливість ефективного поєднання соціальної безпеки для літніх людей та ефективної сімейної політики. Це виражається у високому рівні зайнятості за скорочення рівня раннього виходу на пенсію та достатньо високого рівня народжуваності. Все це доводить ефективність заходів превентивного вирішення соціальних проблем [9, с. 23].

Соціально-католицькою виступає соціальна держава, що є результатом поєднання соціального страхування та корпоративного страхування зі значним впливом традицій католицької Церкви. Ця модель домінує у низці країн континентальної Європи, особливо у південній її частині.

Отже, без розроблення стратегій, без реалізації проектів, без програмно-цільового методу фінансування, без багатоаспектного управління ефективності не досягти.

Зазначимо, що інноваційна політика держави має реалізовуатися завдяки створенню адекватних умов розвитку інноваційної екосистеми, стартап-культури, лібералізації інноваційного підприємництва. Країни-лідери відійшли у стратегічному плануванні від розуміння «економіки» на користь «економічного розвитку», «інноваційного розвитку», «розвитку інтелекту». Саме держави зрозуміли необхідність швидкої реакції на зміни у глобальному середовищі, тому чітко визначили вектор «інтелекту, інновацій, технологій майбітнього». З'явився термін Next Economy, який уже поширюється Європейським континентом. І приємно, що й наша модель економічного розвитку вчасно реагує на цю зміну, наповнюючи нашу ДНК новітностями.

Відмінності між сучасними соціальними державами залежать також від типу (моделі) демократії в тій чи іншій країні. Так, за ліберально-демократичної моделі всі фактори демократії – законодавство, власність, ринкова економіка –є механізмами координації індивідуальних інтересів. Свою головну місію держава ліберального типу вбачає в охороні прав людини, тоді як охорона соціальних прав значною мірою перекладається на громадські організації й саму особистість. У таких суспільствах складається модель добробуту за «залишковим принципом» (Р. Тірмас), а пріоритетними тут є громадянські, політичні, а лише потім – соціальні права (С. Ляйбфрід).

Ідеологічну основу консервативної моделі демократії становить ідея виправдання соціальної диференціації в суспільстві. Майнова нерівність розцінюється як цілком природне і нормальне явище. Головна ж місія держави полягає у тому, щоб через гнучку податкову політику здійснювати перерозподіл доходів, водночас надаючи компенсацію за допомогою трансфертів тим прошаркам, які її потребують. Ця модель у сучасній Німеччині характеризується випередженням громадянських та соціальних прав порівняно з політичними.

Соціал-демократична модель акцентує увагу на запобіганні різкій диференціації найвищого та найнижчого рівнів доходів. Серед управлінських важелів вагомими є самоврядні структури. Соціальні гарантії ґрунтуються як на державній, так і на недержавній підтримці. Зайнятість і формальна відсутність безробіття утворюють стабільну податкову базу. Рівень оподаткування загалом значно вищий, аніж, скажімо, у ліберальній моделі. Це й дає змогу державі здійснювати перерозподіл бюджету, забезпечуючи громадян соціальною допомогою. Правові пріоритети північноєвропейської моделі зосереджені на соціальних правах як на головній меті державної політики.

Відмінності в ідеологічних та правових орієнтирах держав різного типу втілюються, насамперед, у фінансових витратах на соціальні цілі. Так, соціальні видатки держав ліберального типу становлять найменшу частку ВВП порівняно з державами, які вибрали для себе інший шлях. У США вони становлять понад 18%. Негативним результатом такої політики є перебування близько 13% населення за межею бідності. Однак позитивним її наслідком слід уважати низький відсоток безробітних – усього 4%. Ця модель є також найдешевшою для платників податків. Найбільший розмір соціальних витрат спостерігається у Скандинавських країнах, які реалізують свій соціально-демократичний вибір. За межею бідності у цих країнах перебуває менше 1% населення. Рівень безробіття дорівнював у різні часи близько 4% (природне безробіття), а рівень оподаткування – близько 50% ВВП [11, с. 549].

Якими ж є основні характеристики соціальної держави, що розбудовується в Україні? Ст. 1 Конституції України визначає, що Україна є демократичною, соціальною, правовою державою. Аналізуючи процес, можливості та напрями розвитку соціальної держави в Україні, необхідно зазначити, що процес розбудови соціальної держави слід розглядати в органічній єдності не лише демократичної, соціальної держави, а й соціально орієнтованої економіки. Соціально орієнтована ринкова економіка виробляє принципи, правила, форми господарювання різних суб'єктів економіки, визначає орієнтири господарської діяльності, критерії соціальної й економічної ефективності, оптимальне поводження споживачів і виробників в умовах ринкових методів господарювання і соціальної орієнтації економіки.

Нині соціально-економічна політика країн із соціально орієнтованою ринковою економікою зводиться до досягнення таких цілей: 1) економічна свобода – можливості економічних суб'єктів щодо вибору сфери діяльності та моделі економічної поведінки; 2) економічне зростання – зростання економіки, яка забезпечує високий рівень якості життя; 3) повна зайнятість – утримання безробіття на природньому рівні; 4) стабільність цін – забезпечення фінансової стабільності, протидія інфляції; 5) економічна безпека – збереження економічної рівноваги; 6) соціальна стабільність – створення можливостей для деяких груп суспільства; 7) справедливе оподаткування – встановлення пільг під час сплати податків для груп населення з низькими доходами [7].

Світова політична й економічна думка свідчить про те, що сучасне цивілізоване суспільство ґрунтується на трьох основних засадах: у політичній сфері – громадянське суспільство; в економічній – постіндустріальне, соціально орієнтоване ринкове господарство; у соціальній сфері – соціальне партнерство, справедливий розподіл матеріальних і духовних благ і на цій основі досягнення національної і соціальної злагоди. Досягнення максимально високої якості життя населення є пріоритетною метою соціальної ринкової економіки. Однією з найважливіших передумов, що забезпечують реалізацію цього завдання, є проведення ефективної політики добробуту населення, центральне місце в якій посідають доходи населення, їх диференціація, постійне зростання рівня життя громадян.

В Україні в останні роки розробляються стратегії соціально-економічного розвитку на національному і регіональному рівнях, проекти інтегрованого розвитку міст, проекти децентралізації, стратегічного планування в об'єднаних територіальних громадах. Розроблені за допомогою науковців стратегії дають змогу посилити фінансову спроможність, вивести області в лідери проектів реформ і реструктуризацій. Подальше стратегування та ефективне управління інноваційними проектами допомагають країні бути пізнаваною в глобальних конкурентних умовах, бути визнаваною як економічно спроможна.

Висновки з проведеного дослідження. Конституційне закріплення системи соціальних прав та свобод людини (ст. 46–49 Конституції України) визначає зміст діяльності та головні завдання України як соціальної держави із соціально орієнтованою економікою, а саме: забезпечення соціальної орієнтації економіки; забезпечення економічної свободи; становлення та зміцнення різних форм власності; розвиток конкурентного середовища; формування механізму вільного ціноутворення; формування ринкової інфраструктури; формування відкритої моделі економіки за дотримання національних інтересів країни; ефективна система соціального захисту населення, наявність соціальної інфраструктури, проведення активної державної соціально-економічної політики; забезпечення безпеки, добробуту, соціального та людського розвитку; забезпечення рівних можливостей, гідного рівня та якості життя населення; соціальної активності та вільного розвитку

особистості; досягнення соціальної стабільності в країні в інтересах кожного члена суспільства тощо. Проголошений Конституцією курс на розбудову високорозвиненої соціальної держави в Україні є вкрай необхідним і вимагає подальшого вдосконалення концептуальної її сучасної моделі, глибокого переосмислення змісту соціальної держави та його застосування в українській практиці. Поза інноваційною політикою, поза стратегічним і проектних управлінням досягнення цього у XXI ст. є неможливим, тому економічний і соціальний розвиток невіддільний від розвитку інновацій, стратегій, проектів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. Ст. 141. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80. Дата звертання: 29.03.18.

2. Загальна декларація прав людини. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_015. Дата звертання: 29.03.18.

3. Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ 995_042. Дата звертання: 29.03.18.

4. Європейська соціальна хартія. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_300. Дата звертання: 29.03.18.

5. Ванденбрук Ф. Глобалізація, нерівність та соціал-демократія. Європейська соціал-демократія: Трансформація у прогресі; пер. з англ. за ред. Р. Куперуса, Й. Кендела. К., 2001. 508 с.

6. Головащенко О.С. Щодо моделей соціальної держави. Вісник СевНТУ. 2011. Вип. 116/2011. С. 10–15.

7. Зайцев Ю.К. Соціалізація економіки України як стратегічна потреба її розвитку: дис. … докт. екон. наук: спец. 08.01.01. К., 2002.

8. Жиглей І.В. Моделі соціальних держав та соціальний захист: екскурс в минуле та майбутнє. Вісник ЖДТУ. 2008. № 4(46). С. 71–79.

9. Козаченко І.О. Особливості еволюції соціальної держави та їхня релевантність до українських реалій. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2010. № 891. С. 18–23.

10. Оніщенко Н.М., Пархоменко Н.М. Соціальний вимір правової системи: реалії та перспективи: монографія. К.: Юридична думка, 2011. 176 с.

11. Основи демократії: навч. посіб. / За заг. ред. А. Колодій. К.: АйБі, 2002. 684 с.

12. Яковлюк І.В. Соціальна держава: питання теорії і шляхи її становлення: дис. … канд. юрид. наук: 12.00.01. Х., 2000. 199 с.

REFERENCES:

1. The official site of Verkhovna Rada of Ukraine (1996), Constitution of Ukraine, available at: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 (Accessed 30 March 2018).

2. The official site of Verkhovna Rada of Ukraine (1948), Universal Declaration of Human Rights, available at: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (Accessed 30 March 2018).

3. The official site of Verkhovna Rada of Ukraine (1966), International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_042 (Accessed 30 March 2018).

4. The official site of Verkhovna Rada of Ukraine (1961), European Social Charter, available at: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_300 (Accessed 30 March 2018).

5. Vandenbruk, F. (2001), Hlobalizatsiia, nerivnist ta sotsial-demokratiia [Globalization, Inequality and Social-Democracy], Kyiv, Ukraine.

6. Holovashchenko, O.S. (2011), “As for the models of a social state”, VisnykSevNTU, no 116/2011, pp. 10–15.

7. Zaitsev, Yu.K. (2002), “Socialization of the Ukrainian economy as a strategic need for its development”, Ph.D. Thesis, Economic theory, Kyiv, Ukraine.

8. Zhyhlei, I.V. (2008), “Models of social states and social protection: the excursion into the past and the future”, Visnyk ZhDTU, no 4(46), pp. 71–79.

9. Kozachenko, I.O. (2010), “Features of the evolution of the social state and their relevance to Ukrainian realities”, Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina, no 891, pp. 18–23.

10. Onishchenko, N.M. (2011), Sotsialnyi vymir pravovoi systemy: realii ta perspektyvy [Social dimension of the legal system: realities and perspectives], Yurydychna dumka, Kyiv, Ukraine.

11. Kolodii, A. (2002), Osnovy demokratii [Fundamentals of democracy], AiBi, Kyiv, Ukraine.

12. Yakovliuk, I.V. (2000), “Social state: questions of the theory and ways of its formation”, Ph.D. Thesis, Theory and history of state and law; the history of political and legal studies, Kharkiv, Ukraine.

Turiyanova M.M.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Academician of Academy of Economic Sciences of Ukraine
Danylko V.K.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Academician of Academy of Economic Sciences of Ukraine
Shpytalenko G.A.
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Personnel Management
and Labour Economy Department
Zhytomyr State Technological University
Bogoyavlenska Yu.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of Personnel Management
and Labour Economy Department
Zhytomyr State Technological University
Svintsytska O.M.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Personnel Management
and Labour Economy Department
Zhytomyr State Technological University

SOCIAL AND INNOVATION POLICY IN UKRAINE: DNA, STRATEGIC AND PROJECT MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF THE SOCIALLY ORIENTED ECONOMY

The theoretical and methodological principles of social policy and innovation policy in terms of creating a socially oriented economy are analysed, DNA and fundamental principles that should be placed at the core of exactly national model of the social state are studied.

The necessity of the development of strategic and project management to ensure the effectiveness of functioning of the model in the face of growing competition is shown.

Effective policy must become a strong foundation of innovation and social development of the country, for further integration into the world community, must become the basis for the development of welfare state in the face of global competition, capable of ensuring human development, good level and quality of life of citizens. The strong social policy should work.

Innovation policy should be oriented on creating adequate conditions for innovative ecosystem development, start-up culture, innovative entrepreneurship liberalisation. Strong countries choose the way of “economic development”, “innovative development”, “mind fullness development” in strategic planning. Nowadays they are creating “Next Economy”, especially in Europe. Our model of economic development is also fulling our DNA by this new trend and necessity.

For doing this, strategy and project management are necessary. Program-aimed financing is needed as well. Thus, economy and social development are impossible without projects, innovations, strategies.

МЕТОДИКИ ФОРМУВАННЯ ІНДЕКСУ ЕКОНОМІЧНОГО ДОБРОБУТУ ЯК БАЗОВОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

METHODS OF CREATION OF THE INDEX OF ECONOMIC WELL-BEING AS A BASIC INDICATOR OF THE STANDARD OF LIVING

УДК 911.3:65.014

Буркіна Н.В.
к.пед.н.,
доцент кафедри бізнес-статистики
та економічної кібернетики
Донецький національний університет
імені Василя Стуса
Фурман Т.Ю.
к.пед.н.,
доцент кафедри бізнес-статистики
та економічної кібернетики
Донецький національний університет
імені Василя Стуса

У статті розглянуто різні підходи до оцінки якості життя населення. Зокрема, проведено аналіз застосування показника ВВП для оцінювання якості життя. Проаналізовано методи визначення ВВП, які використовуються у сучасній статистичній практиці, а також з'ясовано переваги та недоліки застосування цього показника. Виокремлено категорію економічного добробуту як базову характеристику рівня життя населення. За даною категорією розглянуто серію методик щодо формування індексу економічного добробуту.

Ключові слова: *економічний добробут, ВВП на душу населення, рівень життя населення, якість життя населення, рівень економічного добробуту, індекс економічного добробуту, інтегральний показник.*

В статье рассмотрены различные подходы к оценке качества жизни населения. В частности, проведен анализ применения показателя ВВП для оценки качества жизни. Проанализированы методы определения ВВП, которые используются в современной статистической практике, а также выявлены преимущества и недостатки применения данного показателя. Выделена категория экономического благосостояния как базовая характеристика уровня жизни населения. По данной категории рассмотрена серия методик формирования индекса экономического благосостояния.

Ключевые слова: *экономическое благосостояние, ВВП на душу населения, уровень жизни населения, качество жизни населения, уровень экономического благосостояния, индекс экономического благосостояния, интегральный показатель.*

The article discusses various approaches to assessing the quality of the population's life. The analysis of the application of the GDP indicator for assessing the quality of life was carried out. Methods for determining GDP that are used in modern statistical practice are analysed and the advantages and disadvantages of applying this indicator are revealed. While researching, the category of economic well-being was identified as a basic characteristic of the living standard of the population. For this category, a series of methods for the creation of the index of economic well-being was considered.

Key words: *economic well-being, GDP per capita, living standards of population, quality of population's life, level of economic well-being, Index of Economic Well-Being, IEWB, composite indicator.*

Постановка проблеми. У статистичній теорії і практиці існують різні підходи до оцінки якості життя населення, проте досі питання про побудову єдиного агрегатного показника рівня життя населення залишається дискусійним. Поки ще не знайдений раціональний спосіб об'єднання показників рівня й якості життя для отримання всебічного узагальнюючого індексу, який об'єктивно, надійно і достовірно відображає рівень і якість життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом питання оцінки якості життя населення набуває все більшого значення та актуальності, що зумовлює особливу увагу науковців та практиків до даної проблеми. Аналіз та систематизацію наявних теоретико-методичних підходів до оцінювання якості життя здійснила М.А. Наумова [1]. В.О. Шубенкіна провела узагальнення світового досвіду використання різних показників для оцінки якості життя населення. Т.Ю. Фурман запропонував проводити ідентифікацію середнього класу методами аналізу розподілу населення за різними критеріями та ознаками, які б ураховували економічні, соціальні, політичні, психологічні та інші аспекти [2]. Російський академік С.А. Айвазян запропонував визначати якість життя на макро- та макрорівнях з урахуванням якості населення, його добробуту, соціальної безпеки, якості навколишнього середовища та природно-кліматичних умов тощо [3].

Питання аналізу наявних підходів та концепцій щодо вимірювання якості життя та її оцінки в Україні знайшли відображення в монографії Е.М. Лібанової, О.М. Гладун, Л.С. Лісогор, Л.Г. Ткаченко, Н.В. Ковтун, І.С. Марченко, А. Іванова, М. Пеляха [4]. Оцінці рівня та якості життя населення України в своїх працях приділяли увагу О.Г. Рябека, Т.В. Польова, О.О. Кравченко. Останній у своїх працях, зокрема, наводив результати дослідження сучасного стану рівня життя населення та його аналіз протягом років незалежності.

Питання регіональної оцінки та аналізу якості життя знайшли відображення у працях А.В. Холодницької, яка використала індикативні методики; Х.М. Притули, який урахував особливості розвитку сільських територій; М.В. Грузд навів тренінгову програму, спрямовану на систематизацію наявних та отримання нових практичних та теоретичних знань з оцінки рівня та якості життя населення регіону.

Постановка завдання. Головною метою статті є загально-теоретичний аналіз деяких практичних підходів до оцінки якості життя населення. Виходячи із визначеної мети, основними завданнями будуть:

– проаналізувати загальнотеоретичні підходи до змісту оцінки якості життя населення;

– проаналізувати методи визначення ВВП, які використовуються у сучасній статистичній практиці;

– дати оцінку основному показнику наявних практик оцінки якості життя населення – ВВП;

– провести аналіз класифікації методів оцінки якості життя;

– на основі проведеного аналізу запропонувати впровадження в наявні методики узагальнюючі індекси.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема якості життя є дуже багатогранною. Вона включає умови, результати і характер праці, рівень добробуту населення, демографічні, етнографічні та екологічні аспекти життя людей. Ця проблема має юридичні та політичні сторони, пов'язані з правами і свободами, поведінкові та психологічні аспекти, загальний ідеологічний і культурний фон.

Сьогодні в науці та практиці оцінки якості життя налічується понад 1 200 різних методик та підходів [5]. Окрім того, нараховують десятки визнаних методик щодо інтегрованої оцінки якості життя. Такі методики можуть включати різну кількість соціально-економічних та інших показників.

Більшість підходів до оцінки якості життя передбачають визначення валового внутрішнього продукту (ВВП), реального ВВП, індексів ВВП, ВВП на душу населення тощо. Показники ВВП є невід'ємними індикаторами загально-методологічної концепції стандартів і якості життя та належать до об'єктивних характеристик.

Проте сучасні концепції вимірювання суспільного прогресу та якості життя виходять далеко за межі лише ВВП. Так, колишній президент Європейської Комісії Ж.М. Баррозу зазначав, що «ВВП, безумовно, є дуже цінним інструментом економічної політики, але він не може повністю відобразити все різноманіття та серйозність проблем сучасності. Вирішити проблеми сьогодення і майбутнього неможливо інструментами та підходами минулого, тому настав час виходити за межі ВВП» [6].

Основою для визначення ВВП та інших макроекономічних показників, які використовуються в оцінці якості життя, є Система національних рахунків (СНР), яка являє собою систему взаємопов'язаних статистичних показників для відображення повної картини економічної діяльності держави. Національна СНР будується на принципах та рекомендаціях, які розроблені Європейською Комісією, МВФ, ООН, Всесвітнім банком та ін.

Хоча ВВП часто розглядають як індикатор благополуччя, СНР не містить положень, які б підтверджували це. Більш того, у СНР прийнята низка положень і домовленостей, які не дають змоги інтерпретувати дані рахунків як показники добробуту.

Система національних рахунків наводить три способи визначення ВВП: виробничий метод, розподільчий метод, метод кінцевого використання. У СНР наводить як дефініцію ВВП його визначення на основі валової доданої вартості: «Валовий внутрішній продукт – це сума валової доданої вартості всіх резидентів-виробників в основних цінах плюс частина податків на продукти (а можливо, весь підсумок) за винятком субсидій на продукти, яка не включена в оцінку випуску» [7]. Проте такий метод оцінки ВВП цілком можна назвати виробничим методом. Для ВВП, обчисленого виробничим методом, зазвичай наводять дані по галузях із певним рівнем деталізації.

Якщо додану вартість розглядати як суму елементів, що становлять дохід (оплата праці, прибуток, змішаний дохід та інші податки на виробництво за вирахуванням інших субсидій на виробництво), то можлива оцінка ВВП розподільчим методом. За такого підходу ВВП визначається як сума первинних доходів, розподілених інституціональними одиницями – резидентами між безпосередніми учасниками процесу виробництва товарів і послуг, тобто як сума витрат виробників-резидентів на оплату праці найманих робітників – резидентів і нерезидентів, виплачених ними чистих податків на виробництво й імпорт, а також їхнього валового прибутку й валових змішаних доходів. У статистичній практиці даний метод, як правило, не використовується для визначення показників обсягу ВВП, а застосовується переважно під час проведення аналізу розподілу валової доданої вартості, структури доходів, структури різних видів первинних доходів у ВВП.

Метод кінцевого використання ВВП передбачає його оцінку як суму витрат на придбання призначених для кінцевого використання (споживання та нагромадження) товарів і послуг у цінах споживання та чистого експорту товарів і послуг. На найбільш агрегованому рівні ВВП, що оцінений методом кінцевого використання, включає витрати на кінцеве споживання домашніх господарств, витрати на кінцеве споживання державного управління, валове нагромадження, експорт товарів і послуг за вирахуванням імпорту товарів і послуг. Часто при цьому враховують витрати некомерційних організацій, які обслуговують домашні господарства.

Проаналізувавши методи визначення ВВП, які використовуються в сучасній статистичній практиці, можна зробити висновки щодо переваг та недоліків використання даного показника в оцінці якості життя.

Валова додана вартість (яка використовується під час оцінки ВВП виробничим методом) являє собою тільки показник виробництва, що визначається на основі показників випуску і проміжного споживання. Тому ВВП при цьому також є показник виробництва й являє собою агрегат, що відноситься до всієї економіки країни. Безу-

мовно, у комплексній оцінці якості та рівня життя даний показник є одним з основних (особливо в перерахунку на душу населення). Проте він часто не може об'єктивно свідчити про реальний рівень життя населення. Це передусім пов'язано з тим, що процеси розподілу та перерозподілу доходів можуть відбуватися не на користь більшої частини населення країни, включаючи й соціальні виплати.

На нашу думку, під час оцінки якості життя більш доречним є використання елементів ВВП, що наводяться за його визначення розподільчим методом (наприклад, оплата праці) та методом кінцевого використання (наприклад, витрати домашніх господарств та витрати на їх обслуговування). «Усі фізичні особи, які утворюють домашні господарства (населення), ідентифікуються тією мірою, в якій вони здійснюють витрати на споживання. Ті особи, які є працюючими по найму, відображаються тільки як одержувачі оплати праці без указівки на те, чи є вони небагатьма дуже добре оплачуваними працівниками або багатьма оплачуваними дуже низько (хоча насправді є певна кількість працівників обох категорій і багато – з проміжних між ними)» [7].

Проте, безперечно, показники ВВП і ВВП на душу населення стали загальновідомими і широко використовуються аналітиками, політичними діячами, бізнес-співтовариством, суспільством як узагальнюючі індикатори економічної діяльності та добробуту. Так, ВВП на душу населення може свідчити про те, скільки пересічний громадянин отримує від економічної діяльності і скільки середній працівник вкладає у виробництво.

Зрозуміло, що показник ВВП не є ідеальним у всіх випадках, тому пропонуємо розглянути альтернативні, більш підходящі індекси для оцінки рівня життя населення країни.

Сьогодні існує значна кількість способів оцінки рівня й якості життя населення. Проте всі їх прийнято розділяти на два глобальні підходи до процедури оцінки якості життя: суб'єктивний і об'єктивний. Існує й третій, комплексний, який С.Н. Мартишенко визначає як співвідношення суб'єктивного й об'єктивного [8], а Т.В. Гаврилова називає інтегральним [9]. Для першого підходу має місце суб'єктивна оцінка самими індивідами ступеня своєї власної задоволеності життям. Побудова індексу якості життя на основі суб'єктивної самооцінки людини в теорії та практиці оцінки якості життя вважається, як правило, більш перспективною і більш адекватною реальності.

Розроблення процедур об'єктивної оцінки якості життя – підсумок неминучого визнання неможливості розраховувати індекси на основі суб'єктивних оцінок у силу труднощів фінансового забезпечення збору цих оцінок від населення. Тут підсумковий рейтинг виводиться на основі статистичної обробки досить широкого набору окремих показників, які тією чи іншою мірою відображають соціальний розвиток суспільства.

У рамках цієї статті ми зосередимося саме на більш адекватних – суб'єктивних оцінках.

Як було з'ясовано, ВВП є важливим базовим статистичним показником, який характеризує функціонування економіки. Проте він не характеризує явно такий важливий аспект, як рівень добробуту населення, який є тим фактором, що стримує або сприяє людському розвитку, створюючи додаткові стимули чи обмежуючи можливості індивідів і населення у цілому відносно реалізації активної економічної поведінки. Проте нерідко у дослідженнях демонструється думка, що між показником обсягу виробництва та економічним добробутом існує тісний зв'язок, тому що чим вище рівень розвитку виробництва, тим суспільство ближче до хорошого життя. ВВП на душу населення дуже часто використовується у дослідженнях як основна характеристика економічного добробуту. Проте таке застосування цього показника викликає низку питань. Ми вважаємо, що такий зв'язок певною мірою дійсно має місце, проте його важливість та вага у визначенні рівня життя населення значно перевищені, на що вказують такі аргументи:

1. У розрахунку величини ВВП не враховано вартість негативних факторів, таких як погіршення екології або шум тощо, які завідомо завищують рівень матеріального добробуту.

2. До ВВП не внесена вартість неринкових операцій, тобто несплачувальних робіт, які виконуються регулярно населенням по дому, як хобі або на добровільних засадах.

3. У ВВП не відображається вартісна оцінка дозвілля населення, що, безумовно, впливає на величину, яка розглядалася у п. 2.

4. У ВВП не враховується також й якість товарів, що обов'язково має відбиватися у показнику економічного добробуту.

5. Дуже важко врахувати в розрахунках ВВП обсяг продукції, створений тіньовим сектором. Це призводить до заниження офіційного рівня ВВП.

6. ВВП не враховує значення накопичень на користь майбутніх поколінь.

Таким чином, доведено, що валовий внутрішній продукт на душу населення не є найкращим показником економічного добробуту.

Частково сформульовані проблеми можна вирішити за допомогою показника чистого економічного добробуту (ЧЕД), який отримується з ВВП після таких дій [10]:

– відрахувати вартість впливу на економіку негативних факторів;

– додати вартісну оцінку неринкових операцій;

– додати обсяг продукції, створений тіньовим сектором економіки;

– додати вартісну оцінку дозвілля та поліпшення якості товарів.

Проте такий показник не враховує навіть значення накопичень на користь майбутніх поколінь. А під час проведення більш ретельного подальшого дослідження можна буде виявити ще значну низку аспектів, які не враховано в розглянутих показниках.

Альтернативним показником оцінки економічного добробуту населення ми будемо вважати **Індекс економічного добробуту (Index of Economic Well-Being, IEWB)**, який був розроблений Ларсом Осбергом та Ендрю Шарпом. Він складається з чотирьох компонентів та їх складників: *поточних витрат на душу населення* (споживання на ринку товарів і послуг; ефективні потоки на душу населення у виробництві домашніх господарств; дозвілля; зміни в тривалості життя); *чистого суспільного (соціального) накопичення запасів виробничих ресурсів* (чисте накопичення матеріального капіталу; чисті зміни у вартості запасів природних ресурсів; екологічні витрати; чисті зміни в рівні зовнішньої заборгованості; накопичення людського капіталу; інвестиції у науково-дослідну діяльність); *розподілу доходів* (інтенсивність бідності і нерівність доходів); *економічної безпеки* від утрати роботи та безробіття, хвороби, розпаду сім'ї та бідність у старості [11].

Усі ці компоненти сформували систему показників для визначення числового значення індексу економічного добробуту за чотирма категоріями:

1) Потоки споживання:

a. Ринкове споживання на душу населення, скориговане на варіацію розміру домогосподарства.

b. Несплачувальна робота на душу населення.

c. Урядові витрати на душу населення.

d. Значення варіації робочого часу на душу населення.

e. Значення варіації тривалості життя на душу населення.

2) Запаси добробуту:

a. Капітал на душу населення.

b. Витрати на науково-дослідну діяльність на душу населення.

c. Природні ресурси на душу населення.

d. Чистий закордонний борг на душу населення.

e. Вартість деградації навколишнього середовища на душу населення.

3) Розподіл доходів:

a. Рівень бідності.

b. Інтенсивність бідності.

c. Коефіцієнт Джині.

4) Економічна безпека:

a. Ризик, що пов’язаний із безробіттям.

b. Фінансовий ризик, пов’язаний із хворобою.

c. Ризик, пов’язаний із бідністю батьків-одиночок.

d. Ризик, пов’язаний із бідністю у похилому віці.

Таким чином, Індекс економічного добробуту Л. Осберга і А. Шарпа враховує чотири різні аспекти впливу різноманітних показників людської діяльності у суспільстві на рівень економічного добробуту. Звертаємо увагу на те, що майже всі показники цієї методики, крім декількох безрозмірних (останні дві категорії), є вимірними та вимірюються в умовних грошових одиницях, що відповідають населенню досліджуваної країни.

Ще одна цікава методика розрахунку показника IEWB належить дослідникам Альберту Бругнолі та Джузеппе Фоллоні [12]. Вони також погоджуються, що добробут – багатовимірне явище, що передбачає різні аспекти життя людей, проте зазначають, що більшість цих аспектів важко кількісно визначити та вони сильно залежать від суб'єктивних оцінок. На їхню думку, це означає, що не може бути ні єдиного універсального визначення добробуту, ні унікального методу його вимірювання. Крім того, багатомірність робить оцінку добробуту складнішою і вимагає безлічі різних показників, що спричиняє низку теоретичних, методологічних та емпіричних проблем. Тим не менше вимірювання добробуту має надзвичайно велике значення для забезпечення прийняття рішень на всіх рівнях.

Як і попередні дослідники, А. Бругнолі та Дж. Фоллоні пропонують для визначення показника IEWB саме комбінований індикатор, що складається з елементарних індексів та охоплює кілька вимірів добробуту. Це, з одного боку, дає змогу проводити синтетичний аналіз цього явища, а з іншого – всі показники повинні бути розбиті, щоб зробити аналіз різних компонентів благополуччя.

Інтегральний показник А. Бругнолі та Дж. Фоллоні є дещо схожим на Індекс економічного добробуту Осберга та Шейпа, проте вони додали здоров'я як специфічний новий вимір і вимірювали економічну безпеку лише за безпекою зайнятості.

У цілому Індекс економічного добробуту А. Бругнолі та Дж. Фоллоні побудований як середньозважена з п'яти вимірів. Позначимо α_k ($k=\overline{1;5}$) вагу, пов'язану з кожним виміром. Визначимо значення показника кожної категорії в кожен момент часу t: $I_t=\sum_{k=1}^{5}\alpha_k I_t^k$ ($\sum_{k=1}^{5}\alpha_k=1$). Своєю чергою, індекс I_t^k також може мати серію підкомпонентів із певною вагою. Якщо використати підіндекс h, що вказує на конкретну підкомпоненту з кількістю своїх підкомпонент для k-ї категорії $\overline{h_k}$, то отримаємо наступну формулу:

$$I_t^k=\frac{\sum_h^{\overline{h_k}}\frac{V_t^{h,k}}{V_0^{h,k}}V_0^{h,k}}{\sum_h^{\overline{h_k}}V_0^{h,k}}=\sum_h^{\overline{h_k}}I_t^{h,k}q_0^{h,k}\ \ (\forall h\subset h_k),$$

де $q_0^{h,k}=\frac{V_0^{h,k}}{\sum_h^{\overline{h_k}}V_0^{h,k}}\left(\sum_h^{\overline{h_k}}q_0^{h,k}=1\right)$

Отже, загальний індекс IEWB може бути записаний як зважена сума векторів підкомпонентів:

$$I_t = \sum_k^5 \sum_h^{\overline{h_k}} I_t^{h,k}(\alpha_k q_0^{h,k}) = \sum_k^5 \sum_h^{\overline{h_k}} I_t^{h,k} \pi_0^{h,k} \left(\sum_k^5 \sum_h^{\overline{h_k}} \pi_0^{h,k} = 1 \right)$$

Значення ваг усіх підкомпонент наведено в табл. 1 [3]. Такий ваговий розподіл є дуже корисним для детального аналізу внеску кожного підкомпонента у варіацію показників індексу.

Розглянуті індекси економічного добробуту пропонується використовувати у багатьох методиках для оцінки рівня життя населення замість або паралельно з показниками ВВП, що, без сумніву, дасть змогу поліпшити якість досліджень і, як наслідок, якість життя населення.

Висновки з проведеного дослідження. У процесі аналізу різних методик оцінки якості життя населення було виявлено, що більшість підходів передбачає визначення ВВП, реального ВВП, індексів ВВП, ВВП на душу населення тощо, які є невід'ємними індикаторами загально-методологічної концепції стандартів і якості життя та належать до об'єктивних характеристик. Проаналізувавши методи визначення ВВП, які використовуються у сучасній статистичній практиці, виділено переваги та недоліки використання даного показника в оцінці якості життя. Зокрема, з'ясовано, що ВВП не може повністю відобразити все різноманіття та серйозність проблем сучасності. І, не зважаючи на те що в комплексній оцінці якості та рівня життя ВВП на душу населення є одним із основних, він часто не може об'єктивно свідчити про реальний рівень життя населення.

Як альтернатива ВВП розглянуто більш підходящі індекси для оцінки рівня життя населення країни. Для їх визначення проаналізовано суб'єктивні та об'єктивні процедури оцінки якості життя. Зроблено акцент саме на суб'єктивних оцінках як найбільш адекватних. Для вибору найбільш підходящого індексу розглянуто економічну категорію добробуту населення, яка вибрана та обґрунтована як фактор, що адекватно характеризує рівень життя населення. Досліджено зв'язок між показником обсягу виробництва та економічним добробутом та доведено, що валовий внутрішній продукт на душу населення певним чином корелює з економічним добробутом, проте він не є його найкращим показником, на що вказує серія виявлених проблем його використання. Для вирішення цих проблем розглянуто методики використання показника чистого економічного добробуту та індексів економічного добробуту.

Акцент зроблено на різних методиках розрахунку індексів економічного добробуту. Зокрема, ретельно розглянуто структури та методики формування індексів економічного добробуту (IEWB) Л. Осберга і А. Шарпа та А. Бругнолі і Дж. Фоллоні та методики їх розрахунку. На основі проведеного аналізу цих показників запропоновано впровадити в наявні методики досліджені узагальнюючі індекси.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Наумова М.А. Огляд сучасних методичних засад вимірювання якості життя. Економіка і організація управління. 2016. № 3(23). С. 252–261. URL: http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/2894/2933.
2. Фурман Т. Теорії середнього класу в системі статистичного вивчення. Економіка і організація управління. 2017. № 3(27). С. 87–94. URL: http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/5000/5033.
3. Айвазян С.А. Анализ качества и образа жизни населения. М.: Наука, 2012. 432 с.
4. Вимірювання якості життя в Україні. Аналітична доповідь / Е.М. Лібанова, О.М. Гладун, Л.С. Лісогор та ін.; Інститут демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України; Програма Розвитку ООН; Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. К., 2013. 50 с.
5. Бікулова Д.У. Методичні підходи до оцінювання якості життя людини: зарубіжний та вітчизняний досвід. Бізнес Інформ. 2014. № 3. С. 225–230.
6. Stavros Dimas Beyond GDP: Measuring progress, true wealth, and the well-being of nations: European Commission, European Parliament, Club of Rome, WWF and OECD Conference. 19-20 November 2007. URL: http://www.beyond-gdp.eu/proceedings/bgdp_proceedings_full.pdf.
7. Система национальных счетов 2008 / Европейская комиссия, Международный валютный фонд, Организация экономического сотрудничества и развития, Организация Объединенных Наций, Всемирный банк. Нью-Йорк, 2012. 764 с. URL: https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008Russian.pdf.
8. Мартышенко С.Н. Концептуальные модели управления качеством жизни. Аналитический обзор. Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2014. № 2(38).
9. Гаврилова Т.В. Принципы и методы исследования качества жизни населения. Технологии качества жизни. 2004. Т. 4. № 2. С. 1–11.
10. Небава М.І. Теорія макроекономіки: навч. посіб. К.: Слово, 2003. 536 с.
11. Osberg L., Sharpe A. New Estimates of the Index of Economic Well-being for Selected OECD Countries Toronto. Ontario, May 29-31, 2009.
12. Brugnoli A., Folloni G., Modena F. Multidimensional economic well-being. Is it measurable? The case of Lombardy. OpenLoc: working papers series. 2009.

REFERENCES:

1. Naumova M.A. (2016) Ohliad suchasnykh metodychnykh zasad vymiriuvannia yakosti zhyttia [Review of modern methodological foundations for quality of life measuring]. Economics and organization of management, no. 3 (23), pp. 252-261.
2. Furman T. (2017) Teorii serednoho klasu v systemi statystychnoho vyvchennia [Theory of middle class

in the system of statistical study]. Economics and organization of management, no. 3 (27), pp. 87-94.

3. Ayvazyan S.A. (2013) Analiz kachestva i obraza zhizni naseleniya / [Analysis of the quality and lifestyle of the population]. Moscow: Nauka. (In Russian).

4. Libanova E.M., Hladun O.M., Lisohor L.S. (2013) Vymiriuvannia yakosti zhyttia v Ukraini. Analitychna dopovid [Measuring the quality of life in Ukraine. Analytical report]. – Kyiv: Instytut demografii' ta social'nyh doslidzhen' imeni M. V. Ptuhy NAN Ukrai'ny. (In Ukrainian).

5. Bikulova D.U. (2014) Metodychni pidkhody do otsiniuvannia yakosti Zhyttia liudyny: zarubizhnyi ta vitchyznianyi dosvid [Methodological approaches to quality assessment Human life: foreign and national experience]. Business inform, no. 3, pp. 225-230.

6. Stavros Dimas (2007) Beyond GDP: Measuring progress, true wealth, and the well-being of nations: European Commission, European Parliament, Club of Rome, WWF and OECD Conference. Office for Official Publications of the European Communities.

7. Evropeyskaya komissiya, Mezhdunarodnyy valyutnyy fond, Organizatsiya ekonomicheskogo sotrudnichestva i razvitiya, Organizatsiya Ob"edinennykh Natsiy, Vsemirnyy bank (2012) Sistema natsional'nykh schetov 2008 [National Accounts System 2008], New-York, Office for Official Publications of the European Communities.

8. Martyshenko S. N. (2014) Kontseptualnye modely upravlenyia kachestvom zhyzny. Analytycheskyi obzor [Conceptual models for managing quality of life. Analytical review]. Regional Economics and Management, no. № 2 (38).

9. Havrylova T.V. (2004) Pryntsypy y metody yssledovanyia kachestva zhyzny naselenyia [Principles and methods of studying the quality of life of the population]. Quality of Life Technologies, vol. 4, no. 2, pp. 1–11.

10. Nebava M.I. (2003) Teoriia makroekonomiky [The theory of macroeconomics]. Kyiv: Vydavnychyi dim "Slovo". (In Ukrainian).

11. Osberg L., Sharpe A. (2009) New Estimates of the Index of Economic Well-being for Selected OECD Countries Toronto. Ontario.

12. Brugnoli A., Folloni G., Modena F. (2009) Multidimensional economic well-being. Is it measurable? The case of Lombardy. OpenLoc: working papers series.

Burkina N.V.
Candidate of Pedagogical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Business Statistics
and Economic Cybernetics
Vasyl Stus Donetsk National University
Furman T.Y.
Candidate of Pedagogical Sciences,
Senior Lecturer at Department of Business Statistics
and Economic Cybernetics
Vasyl Stus Donetsk National University

METHODS OF CREATION OF THE INDEX OF ECONOMIC WELL-BEING AS A BASIC INDICATOR OF THE STANDARD OF LIVING

The problem of life's quality is multifaceted. It includes the conditions, results, and essence of work, the level of population's well-being, as well as demographic, ethnographic, and environmental aspects of people's lives. This problem has legal and political aspects related to rights and freedoms, behavioural and psychological aspects, general ideological and cultural background.

Nowadays, there are over 1200 different techniques and approaches to practical assessing the life's quality. In addition, there are a lot of techniques for integrated quality of life assessment. Such techniques may include a variety of social and economic indicators.

The article discusses various approaches to assessing the quality of the population's life. The analysis of using the GDP indicator for assessing the life's quality was carried out. Methods for determining GDP that are used in modern statistical practice are analysed and the advantages and disadvantages of this indicator's applying are revealed. While researching, the category of economic well-being was identified as a basic characteristic of the living standard of the population. For this category, a series of methods for the creation of the index of economic well-being was considered.

While analysing various techniques of the evaluation test of population's life, it was revealed that most of the approaches provide a definition of GDP, actual GDP, GDP, GDP indexes per capita, which are the integral indicators in the methodological concept of standards and quality of life. Having analysed methods of definition of GDP, which are used in the modern statistical practice, advantages and shortcomings of using this index of the evaluation test of life were marked out. It was established that GDP cannot reflect completely all variety and gravity of nowadays problems. And, although the standard of living of GDP per capita is one of the main in complex evaluation test, it often cannot objectively demonstrate the actual standard of living of the population.

On the basis of GDP, it is considered more suitable indexes for assessment of the standard of living of the country's population as an alternative for GDP. For their definition, subjective and objective assessment procedures of the life's quality are analysed. The emphasis it is done on the subjective approach because it is the most adequate. For choosing the most suitable index, the economic category of the well-being of the population was considered. It is proved that it is a factor that adequately characterizes the standard of living of the population. It is investigated communication between an index of the output and economic well-being and it is proved that the gross internal product per capita correlates with economic well-being; however, it is not its best index. This fact is confirmed by the series of the revealed problems of its use. For the solution of these problems, techniques of using an index of pure economic welfare and indexes of economic welfare are considered.

The emphasis is done on various methods of calculation of indexes of economic well-being. Structures and techniques of the formation of economic welfare's indexes (IEWB) of L. Osberg and A. Sharp and A. Brugnoli and J. Follon and a technique of their calculation are carefully considered. On the basis of the analysis of these indexes, it is offered to embed in the existing techniques the generalizing indexes.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСПОДАРСЬКОГО МЕНТАЛІТЕТУ УКРАЇНСЬКОЇ ТА РОМСЬКОЇ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПОЛІЕТНІЧНИМИ КОЛЕКТИВАМИ

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE ECONOMIC MENTALITY OF UKRAINIAN AND ROMAN COMMUNITY IN THE CONTEXT OF POLYETHNIC COLLECTIVES MANAGEMENT

УДК 341.234

Винничук Р.О.
к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту персоналу та адміністрування
Національний університет «Львівська політехніка»
Юрченко Г.М.
студент
Національний університет «Львівська політехніка»

У статті висвітлено особливості цінностей та світогляду українського та ромського народів, а також подано їх порівняльну характеристику. Основний акцент автори роблять на визначенні поняття «господарський менталітет» у контексті трактування українських та закордонних науковців. Проаналізовано архетипи українців та ромів та запропоновано модель управління працівниками-ромами в організації. Також автори пропонують перелік заходів із боку держави та суспільства для зменшення дискримінації національних меншин в Україні.
Ключові слова: *національні меншини, господарський менталітет, цінності, світогляд, архетипи, модель поведінки.*

В статье освещены особенности ценностей и мировоззрения украинского и цыганского народов, а также их сравнительная характеристика. Основной акцент авторы делают на определении понятия «хозяйственный менталитет» в контексте трактовки украинских и зарубежных ученых. Проанализированы архетипы украинцев и цыган и предложена модель управления работниками-цыганами в организации. Также авторы предлагают перечень мер со стороны государства и общества для уменьшения дискриминации национальных меньшинств в Украине.
Ключевые слова: *национальные меньшинства, хозяйственный менталитет, ценности, мировоззрение, архетипы, модель поведения.*

The article highlights peculiarities of the values and ideology of the Ukrainian and Roma peoples, as well as their comparative characteristics. The authors focus on the concept of economic mentality in the context of the treatment of Ukrainian and foreign scholars. The archetypes of Ukrainians and Roma are analysed and the model of management of Roma-employees in the organization is proposed. The authors also propose a list of measures by the state and society to reduce discrimination of national minorities in Ukraine.
Key words: *national minorities, economic mentality, values, ideology, archetypes, model of behaviour.*

Постановка проблеми. Сучасний розвиток суспільства ставить перед нами нові виклики та нові цінності. Толерантність, терпимість, відсутність дискримінації, стирання кордонів працевлаштування – усе це зумовлює переглянути застарілі підходи до ринків праці та до управління персоналом. На жаль, Україна у цьому контексті не займає провідних позицій розвитку. Хоча законодавча база України забезпечує рівні права та обов'язки всім громадянам держави незалежно від їх етнічної приналежності, проте загальнодержавні гарантії рівних можливостей доступу до праці для всіх громадян [1] не забезпечують шаблонного ефекту взаємодії між різними суб'єктами. За результатами перепису 2001 р. в Україні проживають представники понад 130 національностей, частку з яких займає ромський етнос (за офіційними даними – 47 тис., за даними ромських ГО – близько 400 тис.). Така структура населення та законодавчі умові впливають на щоденне формування багатонаціональних професійних колективів.

Працівники з різних етнічних меншин по-різному реагують на одні й ті ж заходи управлінського впливу, відповідно до їх соціальних та морально-психологічних цінностей. Гармонійні міжетнічні відносини в сукупності являють собою єдність загальнолюдського та етнічного, що може принести чималий ефект діяльності підприємству, адже здорове різноманіття та багатогранність це завжди шлях до інновацій. Однак існує небезпека виникнення конфлікту цінностей та негативного ефекту емоційно-оцінного компоненту взаємодії, що є руйнівною силою для корпоративної культури, а отже, й сприятливого мікроклімату в організації.

Зрозуміло, що для результативної діяльності всього колективу необхідна єдність його членів. Для розроблення системи управління поліетнічним колективом, що передбачає формування корпоративної культури, запровадження планів адаптації, мотивації та розвитку працівників, менеджер із персоналу повинен володіти достатніми знаннями про етнічні та соціально-психологічні особливості тих людей, з якими доводиться працювати, задля попередження негативних психологічних процесів на етнічному підґрунті.

Актуальність проблематики дослідження полягає у тому, що підвищення участі ромської громади в економічній сфері життя країни є цілком передбачуваним, разом із тим трудові особливості ромського етносу все ще не вивчено.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості працевлаштування, соціалізації та управління розвитком працівників ромської національної меншини ще не вивчалися у вітчизняних та зарубіжних доробках. Разом із тим про-

блематика управління поліетнічними трудовими ресурсами з урахуванням особливостей господарського менталітету та системи цінностей вибірково досліджувалася такими вітчизняними вченими-економісти, як А. Панченко, Г.М. Захарчин, М.С. Дороніна, О.О. Лусте, вченими-соціологами Г.В. Дровецькою, В.А. Полтарак та вченим-психологом В.Г. Крисько. Серед зарубіжних учених варто відзначити доробки таких економістів, психологів та соціологів, як Г. Хофстеде, Ш. Шварц, С.Д. Пуертас. Значна увага вчених зосереджується на цінностях, господарському менталітеті, мотиваційних чинниках та поведінкових моделях. Проте структурованих та цілісних досліджень у сфері управління персоналом у контексті поліетнічних колективів та національних меншин не виявлено. Господарський менталітет ромської національної меншини, як і менталітет у цілому, ще не досліджувався ні вітчизняними науковцями, ні закордонними. Але, на нашу думку, його дослідження як одного з факторів ефективного формування управління персоналом цієї національної меншини є важливим для економіки країни, в якій проживає близько 400 тис. таких громадян. Безумовно це буде корисним і для просвітницької діяльності з метою руйнування негативного стереотипу, що склався про ромів.

Постановка завдання. Метою статті є визначення особливостей та надання рекомендацій з ефективного управління працевлаштуванням, соціалізацією та розвитком працівників із ромської національної меншини через призму господарського менталітету та системи цінностей етносу як основних факторів в управлінні колективом із різними соціокультурними системами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світогляд, способи мислення й сприйняття, розуміння головних цінностей у житті, що притаманні культурі та ментальності, впливають на сферу праці, тому що формують особливе ставлення до феномену праці та чинників її мотивації. Для гармонійної корпоративної культури та ефективної діяльності організації керівництву слід створювати умови для уникнення конфліктів соціокультурних систем у рамках колективу. Варто зазначити, що в економічній літературі майже не зустрічаються методологічні засади застосування цього поняття.

У роботі будемо розглядати менталітет у призмі національного («Традиція Юнга»): світовідчуття, що ґрунтується на архетипах – етнічних образах та символах, що зумовлюють стереотипи поведінки, психічні реакції, оцінки певних подій чи осіб, ставлення до навколишньої дійсності [2]. А господарський національний менталітет, за визначенням Г.М. Захарчин, – соціально-історичний досвід, який у рефлективному вигляді існує у формі ментальних символів, стереотипів та ментальних настанов, що стосуються світосприйняття та поведінки у царині господарської діяльності [2]. Господарський менталітет формує мотиви та моделі поведінки працівників, визначає рівень їх економічної активності, дає змогу сформувати різні підходи до управління, стилів управління, функціонування та розвитку організації. Існують різні прояви господарського менталітету у ставленні до праці, які залежать від національної ментальності й конструкцій, що у ній закладені, наприклад: працьовитість – утриманство; наполегливість – байдужість; систематичність – хаотичність; обачність – авантюрність; індивідуалізм – колективізм, стабільність – напруженість; централізація – децентралізація. На увагу заслуговує й концепція оцінки господарського менталітету населення країни Г. Хофстеде, де виокремлено п’ять основних показників: дистанція влади, індивідуалізм, мужність, прагнення уникнути невизначеності, довгострокова орієнтація. Дослідження господарського менталітету всіх етнічних підгруп, що присутні в колективі, та формування «профільної карти колективу» стають запорукою усвідомлення трудового світогляду кожного члену колективу та уможливлює виявлення моделей поведінки суб’єктів колективу та важелів впливу на них, дає змогу вибудовувати теорії мотивації для розвитку кожного члена колективу.

Якщо господарський менталітет формує уявлення про ставлення до праці, то система цінностей є серцевиною культури і відображає, що бажано у цій культурі, а що ні, тобто відображає життєві цілі. Г. Олпорт уважав, що цінності слід сприймати як риси, тільки більш глибокого рівня. М. Рокіч стверджує, що цінності – це «вид переконань, що має центральне значення для життя особистості» [3]. Вчені виокремлюють п’ять рівнів цінностей: особистісні, групові, організаційні, суспільні та загальнолюдські. Усі вони закладені в людині і відіграють важливу роль у її психологічній системі. Формуючи цінності корпоративної культури організації, варто залишатися у гармонії з усіма іншими рівнями цінностей кожного елементу організації для уникнення складних психологічних процесів, які, безумовно, негативно впливатимуть на продуктивність праці, адже для різних соціальних груп, у тому числі етносів, одні й ті самі цінності можуть мати різну значимість. Якщо цінності організації, виражені у її корпоративній культурі, співпадатимуть з особистими цінностями кожного члена колективу, праця з примусової перетвориться на вільну, це й є головним завданням корпоративної культури.

Основні тенденції людиноцентричних підходів до управління персоналом виводять на перший план корпоративну культуру організації, психологічний клімат у колективі, соціальні взаємодії та соціальний капітал. Психологічна сумісність

членів групи є важливим елементом соціально-психологічного клімату та запорукою трудової соціалізації працівника, а також показником згуртованості групи. Психологічна несумісність взаємодії ромських працівників з іншими етносами в рамках проекту породжена, з одного боку, стереотипним мисленням неромських членів групи, а з іншого – закритістю ромів, які усвідомлені в неприязні до себе. Аналіз статистичних даних підтверджує наведені чинники: за результатами дослідження ЄЦПР, лише 2% респондентів хотіло би бачити ромів колегами по роботі [4]; за даними опитування ІСНАН, ступінь толерантності українців до ромів вчені оцінили у 22 бали зі 100 можливих [5].

Роми – безтериторіальна нація, яка проживає на території усього світу, частково переймаючи культуру, прийняту на території проживання. Попри багатогранність ромської культури в різних етнічних групах можна відзначити єдину систему філософії та світосприйняття, яку прийнято називати Романіпе – термін ромської філософії, який дослівно перекладається як «ромський дух». Основним принципом приналежності до ромської громади є не генетика, а дотримання Романіпе. Отже, можемо спостерігати, наскільки цінності та вірність їм є важливими для ромського етносу. Результати анкетування працівників свідчать про те, що головними цінностями ромів є приналежність до ромської громади (98%), сім'я (95%) та честь (93%), а також статус у суспільстві (89%) та віра (80%). Кожна цінність виховує рису характеру, проаналізувавши цінності ромського етносу, вдалося виявити ті риси, які мали б бути притаманні людям із подібними цінностями (рис. 1).

Рис. 1. Вплив ромської системи цінностей на виховання моделей поведінки

Найжахливішим для представника ромської громади є позбавлення права належати до ромської громади. Така цінність інтерпретується у ментальну рису відповідальності за вчинки, а також демонструє вірність цінностями групи, з якою себе ідентифікує особистість.

Другою цінністю є сім'я. Для ромів характерна вірність родині. Дітям прийнято всіляко допомагати, а думка старшого за віком сприймається як авторитетна. Така цінність інтерпретується у ментальну рису поваги до досвідченіших, взаємодопомоги та згуртованості.

Ще однією цінністю є честь, яка у ромів відображає репутацію родини, її вибудовує кожен член родини. Помилка одного є «плямою» усієї родини, тому роми намагаються максимально дотримуватися норм, прийнятих ромською громадою, для формування та підтримання позитивної репутації свого роду. Така цінність інтерпретується у ментальну рису відповідальності, суворої слухняності та наслідуванні норм та цінностей, лояльністю до своєї групи. Зворотом цінності честі є цінність визнання, що виражається у хвастливості, часто виражається у сибаритстві (любові до розкоші).

В управлінні поліетнічними колективами важливу роль відіграє розуміння менталітету як основного фактору прогнозування моделі поведінки кожного етносу, представленого в колективі. Варто зазначити, що розуміння ментальних установок етносів є важливим не лише для управлінця, який використовуватиме ці знання у формуванні системи управління колективом, а й власне колективу задля руйнування часто далеких від істини стереотипів стосовно тієї чи іншої національної меншини.

Архетипами українського народу є земля (символ адаптації до території та відданості рідному), воля, віра та сила (як символ лідерства) [2]. Таким чином, можна охарактеризувати українців як амбіційний, творчий, волелюбний, відповідальний, відданий національним святиням народ. Проаналізувавши фольклор ромів України, вдалося виявити стійкі символічно-асоціативні ряди, схожі зі слов'янськими, що говорить про близький зв'язок архетипів слов'янських та ромського етносів. У результаті дослідження вдалося виявити п'ять архетипів ромського етносу: дорога (символ вічного руху), рід (символ відданості та традицій), небо (символ творчості), сонце (символ пробудження), вітер (символ непередбачуваності, змін та свободи). Це дає змогу охарактеризувати ромів як амбіційних особистостей, що цінують свободу і здатні зберігати вірність та відданість своїм установкам. Таким чином, спостерігаємо подібність менталітету ромського та українського етносів, яку відображено на рис. 2.

Аналіз результатів відображає, що ромська національна меншина схильна до децентралізованої, демократичної влади, до колективізму за наявності сімейної, кланової корпоративної культури, у іншому разі переважає індивідуалізм. Роми наполегливі, самовпевнені, схильні до героїзму, прагнуть бути визнаними та схваленими, разом із тим вони схильні уникати конфліктів. Ромам не притаманне уникнення невизначеності, їм не до

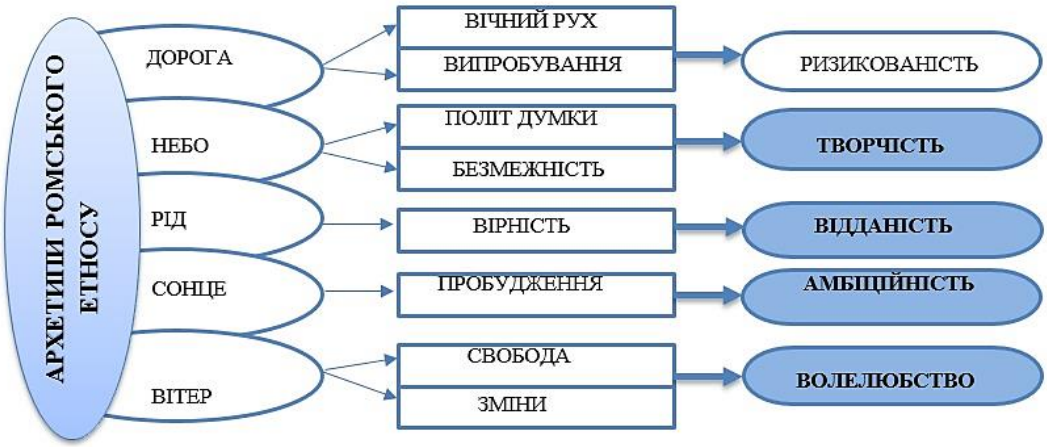


Рис. 2. Спільні архетипні ментальні установки ромів та українців

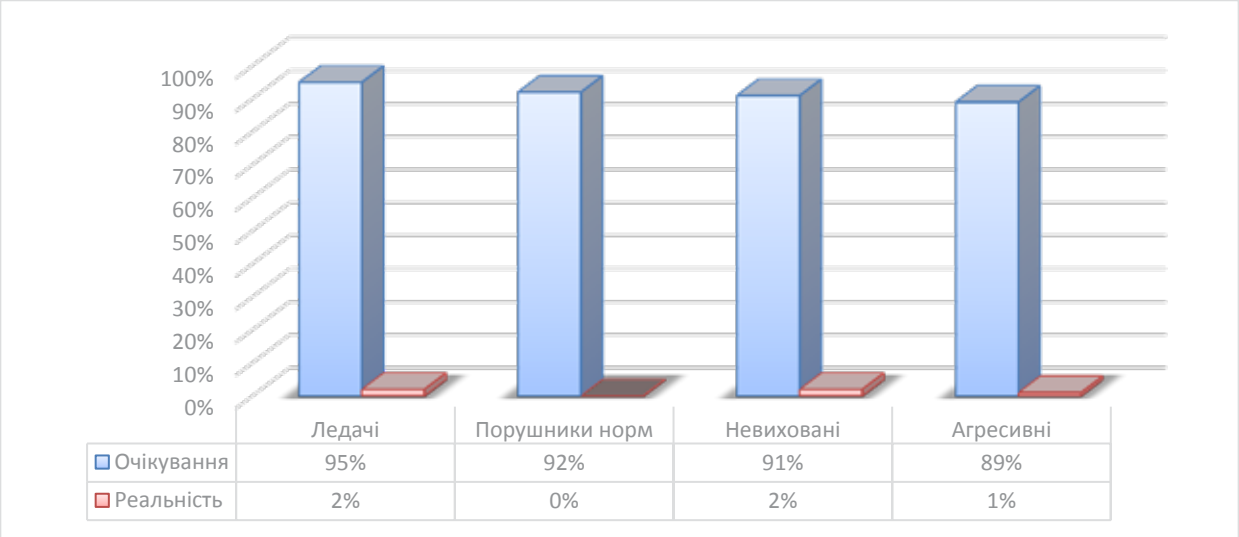


Рис. 3. Порівняння очікування та реальності керівників відносно характерних рис ромських працівників

вподоби спокій та систематичність, тяжіють до непослідовності, варіативності та низького рівня формалізації. Суперечливі результати в розрізі довгострокової орієнтації, адже, з одного боку, роми консервативні у своїх традиціях та устрої життя, з іншого ж боку, амбіційні, прагнуть зростання у діловому житті.

Аналізуючи відгуки керівництва, вдалося виявити спільні риси характеру у праці ромських працівників: комунікабельність (100%), сумлінність (85%), старанність (95%), відповідальність (95%), активність та ініціативність (80%), креативність (70%), кмітливість (65%), ввічливість (85%), неконфліктність (70%). Порівняння очікувань та реальності господарського менталітету ромського етносу в працедавців зображено на рис. 3.

З огляду на те, що ромська національна меншина проживає на території України з 1428 р., спостерігається вплив як культури титульної нації, так і історично-територіальних особливостей України. Відсутність власної держави вплинула й на відсутність національно-політичної ідеології. Роми запозичили віру та мову, притаманну території їх проживання, хоча свою ідентичність ретельно оберігають. Дослідження показали що менталітет українських ромів та українців має багато спільного, що є результатом довготривалого співжиття. Це відображається й у схожості господарського менталітету, що забезпечує мирне співжиття представників обох етносів як членів колективу. Можна сміливо стверджувати, що головним чинником виникнення та закріплення міфів та стереотипів про ромів є дезінформація суспільства, яка відобразилася й у психологічному бар'єрі роботодавців та членів колективу неромської національності. Визначення господарського менталітету ромів під впливом західного та українського менталітетів демонструє, що ромський господарський менталітет на 75% співпадає з українським і на 25% із західним, утворюючи свій, ромський (табл. 1).

Таблиця 1

Настанови ромського господарського менталітету як результат впливу західного та українського

Український/ Європейський	Сучасний господарський менталітет українського рома
У	Життя контролюється не людиною, а чинниками, що є межами її впливу (влада).
У	Особистості потрібно лише пристосуватися до середовища.
У/Є	Важка праця без зв'язків, грошей та покровителів – це доля невдахи,
	разом із тим тяжка праця дає можливість частково досягти своїх цілей, а здорова конкуренція вітається як випробування.
Є	Власні зобов'язання потрібно будь-яким чином виконувати.
Є	Час є дефіцитним ресурсом, який треба раціонально використовувати, а не втрачати.
У	Головним критерієм є добрі стосунки робітника з керівником та колегами по роботі.
У	Наймання на роботу залежить від зв'язків, дружніх та корпоративних відношень, «блату».
У	Рішення уособлюють мудрість та життєвий досвід того, хто їх приймає.
У	Нормою є маніпулювання інформацією заради утримання влади та досягнення власних цілей.
У	Заохочується пошана до думки тих, хто при владі. Високо цінується слухняність.
Є	У діловому житті зміни вважаються позитивним елементом.

Таблиця 2

Модель управління працівниками-ромами відповідно до їх господарського менталітету

Критерій	Рівень	Характеристика
1	2	3
Дистанція влади	Низька	– Демократичний стиль управління – Структура організації плоска – Децентралізація влади – Малочисельний керівний склад – Поширене делегування повноважень – Ієрархія як тимчасовий розподіл обов'язків – Участь працівників у прийнятті рішень – Настанови керівників як поради чи корективи – Особистість вище ніж чин
Індивідуалізм	Збалансований	– Найм і просування пов'зані з досягненнями особи – За недоліки та поразки відповідає особа, а не колектив – Співпраця у групі, якщо є єдина ціль
Мужність	Збалансована	– Якість життя є головним досягненням роботи – Домінує спрямованість на досягнення високих результатів – Домінує ідея «працювати, щоб жити» – Панує солідарність у прийнятті рішень – Розум цінується більше, ніж сила та швидкість – Рішення приймаються у поєднанні раціоналізму та емоцій
Уникнення невизначеності	Низьке	– Орієнтація на інновації – Низький рівень формалізованості – Гнучкість у прийнятті рішень
Довготривалість орієнтації	Низька	– Виконання соціальних зобов'язань – Повага до традицій, але прагнення до інновацій

Отже, дослідження підтверджує, що психологічна напруга викликана не несумісністю господарських менталітетів, притаманних ромському та українському етносам, а хибним стереотипним мисленням як керівництва, так й інших членів колективу і, як наслідок, їх упередженим ставленням та опором до налагодження контакту з новими членами колективу. Кожній людині притаманний опір змінам, новому, психічний стан піддається стресу, позитивному чи негативному – байдуже, потрібен час пристосування індивіда до нового виду професійної діяльності, нового соціального оточення, умов праці та особливостей конкретної спеціальності. Ігнорування процесу адаптації ставить під загрозу трудову активність, ініціативність, компетентність і самостійність, удосконалення професійних якостей працівників. Модель управління за показниками Хофстеде, гармонійна з ментальними установками представників ромської національної меншини та українців, подано в табл. 2.

Окрім загальновизнаних внутрішніх факторів, що вимагають періоду для пристосування суб'єкта у новій соціальній групі, представники ромської національної меншини володіють ще одним додатковим бар'єром – відчуттям зовнішнього

опору, упередженого ставлення. Це пояснюється невпевненістю у собі, що є відображенням набутого досвіду страждання від соціальної стигматизації, як власного, так і загальнонаціонального. Таким чином, адаптація є особливо важливою, інакше плинність кадрів за несприятливого психологічного клімату в колективі, безперечно, зросте, і не лише через невходження працівника ромської національної меншини до організації, а й руйнування усієї раніше налагодженої структури кадрів.

Напруга, викликана несумісністю господарських менталітетів, притаманних ромському та українському етносам, є хибним стереотипним уявлення об'єктів конфлікту, тому для забезпечення доступу до гідної праці, зрівняння нерівності у суспільстві й розбудови відкритого суспільства вбачаємо потребу в системному комплексному підході за взаємодії абсолютно всіх секторів та сфер – владних структур, освітян, громадськості, ЗМІ і навіть бізнесу.

Інформаційний простір вимагає усунення ворожих наративів та мови ворожнечі, натомість убачаємо потребу в появі матеріалів, що сприяють всеохоплюючому висвітленню культурних аспектів для руйнування містичних стереотипів та виховання цінностей відкритого суспільства, серед яких основну позицію займає повага до різноманіття. Система освіти вимагає полікультурного підходу, наскрізного виховання толерантності та інтеграційного підходу.

Владним структурам варто враховувати інтереси уражених груп і національних меншин, зокрема у формуванні державних програм. Розроблення таких програм повинне відповідати принципу «нічого для нас без нас». Окрім того, наявні програми, такі як ромська Стратегія [6], потребують нагального вдосконалення для переходу з позиції «декларативної» у «дієву». Дієвим було б і стимулювання бізнес-сектору в забезпеченні робочих місць для ромів (на умовах соціального підприємства, квот та ін.). Центрам зайнятості варто зосередити увагу на уроках толерантності для працедавців.

Громадськості слід розробляти й поширювати освітні матеріали з подолання ромобофії, імплементувати які варто передусім серед чиновників, освітян та журналістів. Для підвищення обізнаності суспільства в ромській культурі варто розробляти більше культурницьких ініціатив, які можуть стати чудовим майданчиком для руйнування психологічних бар'єрів та розбудови діалогу.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, розуміємо, що сформовані роками стереотипи та упередження стосовно ромської общини у цілому та працівників-ромів зокрема часто є безпідставними та надуманими. Саме тому завданням держави є забезпечення рівних прав щодо працевлаштування всіх національних меншин, які проживають на території України. У подальшому увагу в дослідженнях, які стосуються ромів, доцільно зосередити на процесах адаптації та соціалізації їх у поліетнічних колективах, а також на формуванні ефективної корпоративної культури організації, яка матиме загальні для всіх працівників цінності незалежно від їх національної приналежності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про національні меншини в Україні». URL: htpp:/zakon2/rada/gov/ua/laws/show/2494-12.
2. Захарчин Г.М., Любомудрова Н.П., Винничук Р.О., Смолінська Н.В. Корпоративна культура: навч. посіб. Львів: НУ «ЛП», 2013.
3. Пуертас С.Д. Соціокультурний підхід до вивчення цінностей. Вісник Міжнародного наукового форуму: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2014. № 15. С. 108–119.
4. Звіт Європейського центру прав ромів. Рух зупинено. 2016. № 16. С. 113.
5. Єременко О.О., Левцун О.Г. Особливості способу життя та проблем соціальної інтеграції ромів в Україні: аналітичний звіт. К.: Український ін-т соціальних досліджень, 2003. 168 с.
6. Стратегія захисту та інтеграції ромів. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/201/2013.

REFERENCES:

1. Verkhovna Rada of Ukraine (2012) Pro natsionalni menshyny v Ukraini [About National Minorities in Ukraine]. Law of Ukraine, no. 2494-12 Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2494-12 (accessed 27 March 2018)
2. Zakharchyn H.M., Liubomudrova N.P., Vynnychuk R.O., Smolinska N.V. (2013) Korporatyvna kultura [Corporate culture]. Lviv: Natsionalnyi Universytet 'Lvivska Politekhnika' (In Ukraine)
3. Puertas S.D. (2014) Sotsiokulturnyi pidkhid do vyvchennia tsinnostei [Socio-cultural approach to the study of values]. Bulletin of the International Scientific Forum: Sociology, Psychology, Pedagogy, Management, no.15, pp. 108-119.
4. Zvit Yevropeiskoho tsentru prav romiv [Report of the European Roma Rights Center] (2016). Magazine Motion stopped, no.16, pp. 108-119.
5. Yeremenko O.O., Levtsun O.H. (2003) Osoblyvosti sposobu zhyttia ta problem sotsialnoi intehratsii romiv v Ukraini: analitychnyi zvit [Peculiarities of lifestyle and problems of social integration of Roma in Ukraine: analytical report]. Kyiv: Ukrainskyi instytut sotsialnykh doslidzhen.
6. President of Ukraine (2013) Pro Stratehiiu zakhystu ta intehratsii v ukrainske suspilstvo romskoi natsionalnoi menshyny na period do 2020 roku [About the strategy for the protection and integration of the Ukrainian society of the Roma national minorities for the period up to 2020]. Decree, no. 201/2013 Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/201/2013 (accessed 27 March 2018)

Vynnychuk R.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Personnel Management
and Administration
Lviv Polytechnic National University
Yurchenko H.M.
Graduate Student
Lviv Polytechnic National University

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE ECONOMIC MENTALITY OF UKRAINIAN AND ROMAN COMMUNITY IN THE CONTEXT OF POLYETHNIC COLLECTIVES MANAGEMENT

Current development of society has caused new challenges and tendencies. The problem of discrimination and tolerance occupy an important place. Ukraine lags far behind in solving these problems from the countries of the Western world. The authors of the article raise the issues of the stereotypes that have developed over the years with Ukrainians regarding the Roma community. The article covers the essence of economic mentality, values, archetypes, and stereotypes. Corporate culture is considered as a powerful tool for managing multiethnic teams. The object of the research is the Roma and the Roma community in Ukraine – their values, culture, and philosophy. The influence of the Roman system of values on the development of behavioural models was analysed and the main archetypes of the Roma ethnic group were identified and characterized: road, family, sky, sun, and wind. This allowed the Roma to be described as ambitious individuals who appreciate freedom and are able to maintain loyalty and dedication to their attitudes. The authors also conducted research on Roma employees and found that such employees are sociable, conscientious, diligent, smart, creative, and polite. This study shows a significant gap between the expectations of executives about Roma employees and reality. On the basis of the analysis of the influence of western and Ukrainian cultures, the modern mentality of Ukrainian Roma was characterized. Taking into account the research conducted, a model of management of Roma employees was proposed according to their economic mentality. To reduce social inequality, the authors proposed a series of measures at the state and organizational levels, as well as from the media and society.

СУТНІСТЬ ТА СУБ'ЄКТНО-ОБ'ЄКТНА СПРЯМОВАНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СВІТЛІ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО ДИСКУРСУ

ESSENCE AND SUBJECT-OBJECTIVE DIVERSITY OF SOCIAL POLICY IN THE LIGHT OF THE MODERN SCIENTIFIC DISCUSSION

УДК 342.2

Юрчик Г.М.
к.е.н., доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва
Національний університет водного господарства та природокористування

У статті узагальнено та критично проаналізовано наявні наукові надбання щодо визначення сутності, об'єктів та суб'єктів соціальної політики. Обґрунтовано власне бачення щодо сутності та суб'єктно-об'єктної спрямованості соціальної політики.

Ключові слова: *соціальна політика, об'єкти соціальної політики, суб'єкти соціальної політики, соціальні потреби, соціальні відносини, соціальні процеси.*

В статье обобщены и критически проанализированы существующие научные достижения по определению сущности, объектов и субъектов социальной политики. Обосновано собственное видение относительно сущности и субъектно-объектной направленности социальной политики.

Ключевые слова: *социальная политика, объекты социальной политики, субъекты социальной политики, социальные нужды, социальные отношения, социальные процессы.*

The article summarizes and critically analyses the existing scientific achievements in relation to the definition of the essence, objects, and subjects of social policy. The actual vision of the essence and subject-object orientation of social policy is substantiated.

Key words: *social policy, objects of social policy, subjects of social policy, social needs, social relations, social processes.*

Постановка проблеми. В умовах загострення соціальних проблем та зростання соціальних ризиків поняття «соціальна політика» все частіше звучить не лише в наукових, а й у політичних колах. Це і не дивно, адже в суспільстві склалася усталена думка, що сутність та основне завдання СП полягає у вирішенні проблем підвищення добробуту населення, його духовного і фізичного розвитку, забезпечення захисту соціально вразливих верств населення. Водночас у рамках наявного загального вектору розуміння сутності СП підходи до визначення суб'єктів та об'єктів СП суттєво відрізняються. Зокрема, досить значна частина суспільства суб'єктом СП розглядає лише державу, перекладаючи відповідальність за власний добробут на владні структури. Таке бачення сьогодні переважає здебільшого в тих вікових групах населення, які мали досвід проживання в Радянському Союзі, феномен якого полягав у реалізації так званої «патерналістської» моделі СП. Поряд із цим серед молоді як прогресивної частини суспільства все більшого поширення набуває ідея індивідуальної соціальної відповідальності із запереченням можливості одержання належної соціальної підтримки від держави, а отже – готовність вести діяльність за тіньовими схемами для максимізації власних доходів. Така ж суспільна невизначеність існує й щодо визначення об'єктів СП: поширеними є підходи, згідно з якими об'єктом СП є лише соціально вразливі верстви населення або ж все населення. З огляду на невизначеність, а подекуди й суспільну поляризацію поглядів на сутність, суб'єктів та об'єктів СП, виникає об'єктивна необхідність дослідження наявних надбань із відповідної проблематики в наукових колах, адже саме наукове середовище є тим експертним осередком, ідеї якого є основою формування суспільних поглядів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливо помітний внесок у дослідження проблематики СП здійснили такі вченні, як: Балтачеєва Н. [1], Гриненко А. [5], Холостова Е. [22], Лопушняк Г. [12], Дерега В. [6], Скуратівський В., Лібанова Е. [14], Колот А. [9], Никифоренко В. [18], Шевчук П. [24] та ін. Попри наявність значних наукових напрацювань у відповідній сфері все ж досі дискусійними в науці залишаються питання теоретичного обґрунтування сутності, суб'єктів та об'єктів СП, що значною мірою зумовлює суспільну невизначеність із відповідних питань.

Постановка завдання. Актуальність, недостатня розробленість, дискусійність, а також суспільна значимість указаних питань зумовили вибір мети дослідження, що полягає в уточненні сутності та суб'єктно-об'єктної спрямованості СП на основі узагальнення та аналізу наукових надбань.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній науці накопичилася достатньо велика кількість підходів до визначення СП. Їх дослідження дало змогу структурувати наявні визначення СП на кілька основних груп за ключовим вектором їх термінологічного визначення, а саме як діяльність; взаємодія; сукупність ідей (положень, підходів); сукупність (система, комплекс) заходів, програм та ін. (рис. 1).

Як бачимо, підходи до визначення СП у наукових колах суттєво відрізняються, що й не дивно, з огляду на інтегральність цього поняття. Беззаперечно, кожне з наведених визначень СП має право на існування, оскільки акцентує увагу на тих чи інших важливих аспектах СП відповідно до бачень та вектору досліджень науковців. У цьому

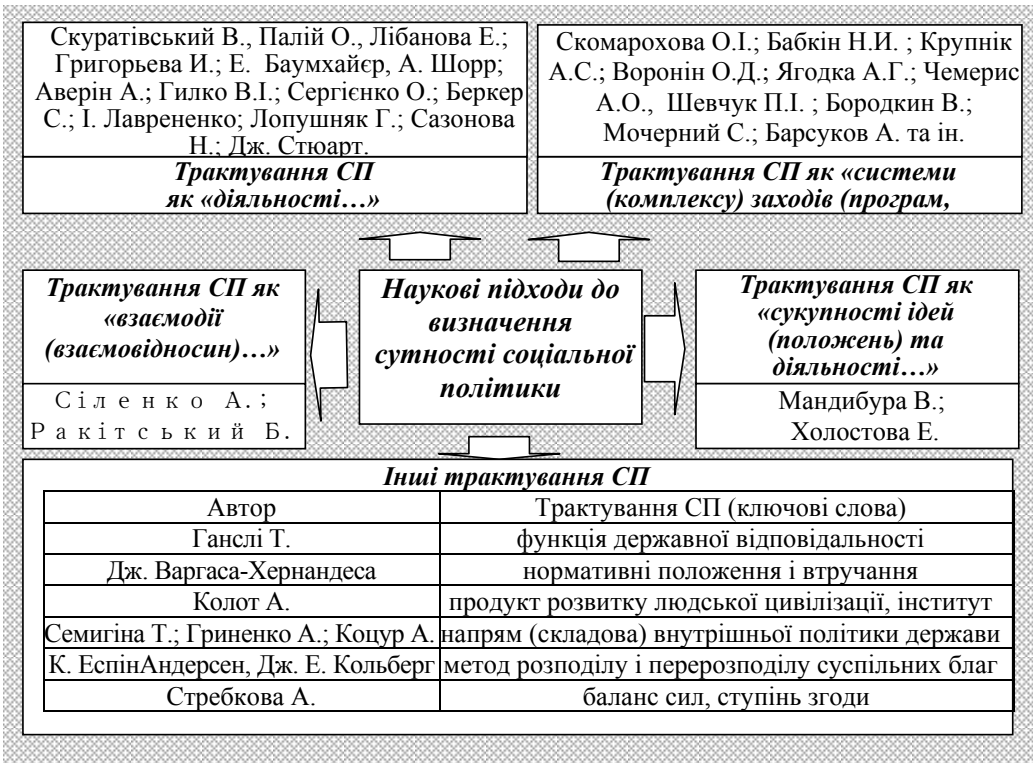


Рис. 1. Основні підходи до визначення сутності соціальної політики

Джерело: узагальнено та побудовано автором на основі вивчення літературних джерел

контексті частково розділяємо думку науковців, які трактуються СП як «діяльність…». Безумовно, СП повинна включати такий активний вектор, як діяльнісний. Проте політика загалом і СП зокрема не зводиться лише до діяльнісного підходу, адже основою такої діяльності є певна ідеологічна компонента. Тобто трактування СП як «сукупності ідеологічних явлень, положень та концептуальних підходів…» не позбавлене змісту. Проте воно скоріше доповнює діяльнісний підхід до визначення СП, аніж усебічно відображає її сутність. Адже будь-яка ідеологія (концептуальні підходи) залишається «мертвою» без її реалізації, яку й забезпечує відповідна діяльність. Трактування СП як «взаємодії…» не є достатньо поширеним у наукових колах, адже такий підхід не відображає визначальних складників та особливостей СП. Практично будь-який політичний вектор (соціальний, економічний, екологічний) можна розглядати через призму взаємодії відповідних органів, структур та окремих осіб.

Достатньо широке коло науковців сутність СП зводить до «сукупності (системи, комплексу) заходів, програм…». Безумовно, такий підхід є досить обґрунтованим. Проте з огляду на те, що заходи (програми) є «проміжним» елементом між ідеологією та діяльністю щодо її реалізації, він скоріше орієнтований на означення формального закріплення СП (втілюється в програмах). Тобто трактування СП як «сукупності заходів, програм…» є похідним від визначення СП як «сукупності ідей…» та «діяльності…».

Таким чином, не заперечуючи можливості використання різних підходів до визначення СП, усе ж більш обґрунтованим є її трактування через призму поєднання ідеологічної та діяльнісної компоненти, які доповнюють один одного та дають системну характеристику.

Поряд із цим вектор правильного розуміння сутності СП лежить у площині її об'єктно-суб'єктної спрямованості. Переважна більшість учених у своїх дослідженнях (табл. 1) прямо чи опосередковано вказує на те, що суб'єктами СП є держава та різні недержавні суб'єкти (інститути громадянського суспільства). Наукова дискусія має місце лише в частині конкретизації переліку недержавних суб'єктів СП.

Зокрема, різні бачення науковців мають місце щодо віднесення до суб'єктів СП таких інститутів громадянського суспільства, як політичні партії, бізнес-структури (підприємства), релігійні організації. Проте така невизначеність скоріше зумовлена тим, що значна кількість науковців під час визначення суб'єктів СП не ставить собі за мету сформувати вичерпний їх перелік, обмежуючись почасти інститутами громадянського суспільства у цілому. Отже, беззаперечно, що до суб'єктів СП у частині недержавних інституцій доцільно віднести не лише громадські організації, а й бізнес-структури, різного роду суспільні, благодійні, релігійні організації та політичні партії.

Таблиця 1

Наукові надбання щодо визначення суб'єкта соціальної політики

Автори (вчені)	Суб'єкти СП										
	Держава	Інститути громадянського суспільства	в тому числі:				Соціальні групи (громади)	Суспільство (населення)	Волонтери	Особистість (громадянин)	Інші суб'єкти
			Бізнес	Суспільні, релігійні, благочинні організації (фонди)	Громадські організації	Політичні партії					
Євдокимова І. [8]	+	+	+		+	+	+				
Скуратівський В., Лібанова Е. [14]	+	+	+	+	+	+				+	+
Дерега В. [6]	+	+		+	+	+			+	+	+
Волгин М. [16]	+	+		+	+						
Лопушняк Г. [12]	+	+			+	+					
Гончарова С., Отенко І. [3]	+	+			+	+				+	
Гриненко А. [5]	+	+	+		+					+	
Холостова Є. [22]	+	+	+	+	+				+	+	
Шевчук П. [24]	+	+			+	+		+		+	+
Сацик В. [17]	+	+	+	+	+			+		+	
Добрєва Н., Корецька Т. [7]	+	+	+	+	+						
Гошовська В. [4]	+	+	+	+	+			+		+	+
Новікова О. [13]	+	+									
Ларіна Н. [11]	+	+		+	+			+			
Никифоренко В. [18]	+	+			+	+	+		+		
Яременко О. [25]	+	+			+	+					
Труфен А. [20]	+	+	+								
Колот А. [9]	+	+								+	
Тарент І., Юдников С. [15]	+	+	+							+	
Четверикова Л. [23]	+	+	+	+	+					+	+
Балтачеєва Н. [1]	+	+	+	+	+	+	+	+			
Кривоконь Н. [10]	+	+	+	+	+	+				+	

– головний (найбільш значимий) суб'єкт СП

Джерело: узагальнено автором

Водночас досить неоднозначна позиція в наукових колах існує щодо віднесення до суб'єктів СП суспільства (населення), соціальних груп та окремої особи. Зокрема, низка науковців узагалі не відносить їх до суб'єктів СП [16; 12; 7]. Інші ж науковці до суб'єктів СП відносять: суспільство у цілому (населення) [24; 17; 11], соціальні групи або ж громади [8;18], особистість (громадянина) [3; 5; 22; 24; 17; 15]. У цьому відношенні розділяємо думку вчених, які суб'єктів політики загалом та СП зокрема умовно поділяють на первинних та вторинних. Принципова відмінність між ними полягає у тому, що первинні суб'єкти СП представлені реальними елементами соціальної структури суспільства, які є носіями власних соціальних інтересів (громадяни, соціальні групи та населення загалом). Водночас вторинні суб'єкти СП є реальними інституційними представниками інтересів первинних суб'єктів (політичні партії, громадські організації та рухи, суспільні, релігійні та благодійні організації, бізнес-структури тощо).

Відповідно до даного підходу, населення, окремі соціальні групи та громадяни не є безпосередніми суб'єктами СП, проте їх участь у формуванні СП є опосередкованою – через вторинних суб'єктів-представників (рис. 2).

Серед вторинних суб'єктів СП уважаємо за доцільне виділити так званих владних суб'єктів, які представлені органами державної влади та є реальними носіями владних повноважень на різних рівнях.

Визначення об'єктів СП також характеризується науковою дискусією, що зумовлено значною кількістю відповідних авторських підходів, а також тим, що в певний проміжок часу залежно від умов розвитку країни і світу як об'єкти виступають найбільш проблемні і значущі аспекти функціонування суспільства [21, с. 35]. Водночас визначення об'єктів СП є надзвичайно важливим, оскільки це визначає її зміст та цільову спрямованість.

Узагальнення та аналіз підходів до визначення об'єктів СП свідчить про наявність двох ключових наукових напрямів у відповідній сфері, які умовно можна охарактеризувати як безособистісний та особистісний. Принципова відмінність між ними полягає у тому, що перший із них під час визначення об'єктів СП орієнтований на сферу або ж відносини, процеси, які виникають в результаті соціальної взаємодії людей, тоді як другий – на населення (громадян) як особистостей (рис. 3).

Безумовно, кожен із наявних підходів до визначення об'єктів СП не позбавлений логіки та змісту. Дійсно, СП спрямована на людей, спільність потреб та інтересів яких визначає їх приналежність до певних соціальних груп, а отже, суспільства у цілому. З огляду на це, вважаємо, що визначення об'єктами СП особистості, соціальних груп (спільнот) та населення загалом є цілком закономірним. Водночас, даний підхід до визначення об'єктів СП є надто ємним та загальним, адже, за великим рахунком, об'єктом будь-якої політики та діяльності є люди. Отже, для конкретизації та звуження об'єктної спрямованості СП уважаємо за доцільне поряд з особистісним підходом застосовувати і безособистісний підхід. Показово, що авторські бачення щодо об'єктів СП у рамках безособистісного підходу суттєво відрізняються. Так, на думку низки вчених, об'єктами СП є соціальне забезпечення, соціальний захист, соціальні послуги [19; 2]. Безумовно, перераховані поняття стосуються СП, проте вони є скоріше її структурними складниками, ніж об'єктами. Визначення об'єктом СП соціальної структури [25], на наше переконання, є надто вузьким. Безумовно, СП визначає соціальну структуру

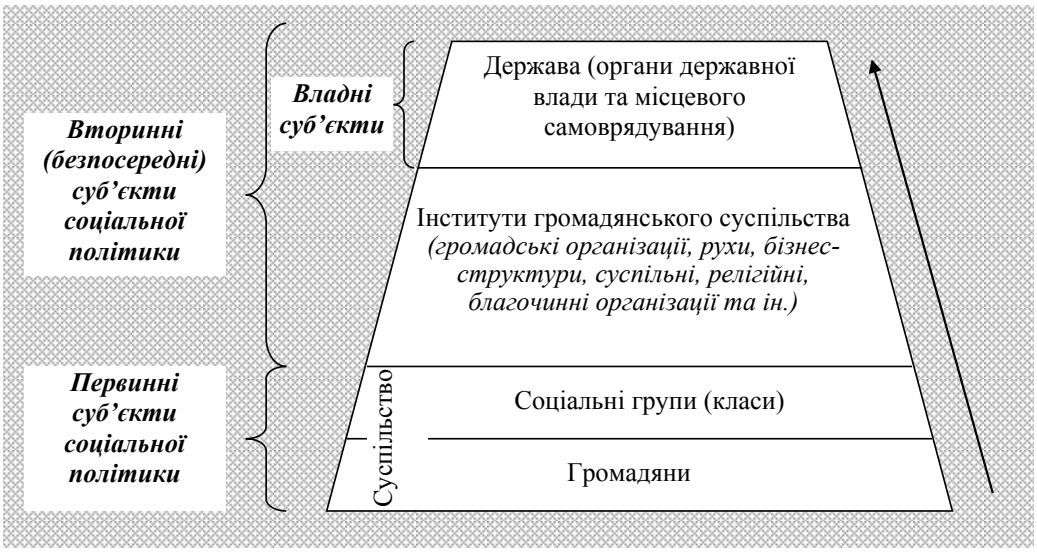


Рис. 2. Суб'єкти соціальної політики

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Об'єкти соціальної політики

Безособистісійний підхід

Автор	Об'єкт СП (ключові слова)
Никифоренко В. Скуратівський В., Лібанова Л.	соціальні відносини
Дорошенко В.	соціальна реальність
Туленков М., Осипова Н.	соціальна сфера
Головатий М., Панасюк М.	соціальне забезпечення, система охорони здоров'я, освіти та ін.
Спікер П.	соціальний захист, соціальні послуги
Яременко О.	соціальна структура

Орієнтований на сферу або ж відносини, процеси, які виникають в результаті соціальної взаємодії людей

Особистісний підхід

Автор	Об'єкт СП (ключові слова)
Никифоренко В., Колот А., Холостова Є.	все населення (акцент – на найбільш вразливих)
Гриненко А.	населення (з поділом на категорії)
Волгін М., Дерега В.	все населення
Бебик В.	суспільство, класи, спільноти, особистість
Шевчук П.	особи, спільноти
Гончарова С.	людина
Костишина Т.	людський капітал
Балтачєєєва Н.	члени суспільства, система соціальних інститутів та відносин

Орієнтований на населення (громадян) як особистостей

Рис. 3. Наукові підходи до визначення об'єктів соціальної політики

Джерело: узагальнено та побудовано автором на основі вивчення літературних джерел

Рис. 4. Ієрархія та класифікація соціальних потреб як об'єкта СП

Джерело: розробка автора

суспільства, проте говорити, що вона є об'єктом СП, а тим більше обмежуватися цим, передчасно. На думку таких учених, як Никифоренко В., Скуратівський В., Лібанова Е., об'єктом СП є соціальні відносини. Дорошенко В. об'єктом СП уважає соціальну реальність, Туленков М. та Осипова Н. – соціальну сферу. Вважаємо, що кожен із зазначених авторських підходів має право на існування. Разом із тим, на наше переконання, формулювання об'єкта СП як «соціальної реальності» є надто філософським. Водночас порівняння соціальних відносин та соціальної сфери як об'єктів СП дає право стверджувати, що соціальна сфера за своїм змістом є ширшим поняттям, яке включає соціальні відносини. З огляду на вищезазначене, вважаємо, що об'єктом СП є соціальна сфера, яка включає соціальні потреби, соціальні відносини та соціальні процеси (явища).

Таблиця 2

Взаємозв'язок соціальних потреб, соціальних відносин та соціальних процесів (явищ) як об'єктів соціальної політики

Соціальні потреби \ Соціальні відносини та процеси (явища)		***Соціальні відносини***										***Соціальні процеси (явища)***											
		розподільчі	**владні**	**статусні**	**соціально-трудові**	**сімейно-шлюбні**	**навчально-виховні**	**духовно-культурні**	**житлово-побутові**	**споживчі**	**медико-лікувальні**	**диференціація доходів**	**бідність/ малозабезпеченість**	**міграція**	**природний рух населення**	**соціальне виключення**	**соціальні конфлікти/ діалог**	**безробіття/ зайнятість**	**освіченість населення**	**культурний та духовний розвиток населення**	**рівень злочинності, прояви девіантної поведінки**	**соціальна стратифікація суспільства**	**інші**
Соціальні потреби	*Матеріальні потреби:*																						
	доходи	+	+	+	+							+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	харчування									+			+	+	+	+	+			+	+	+	+
	житло	+		+					+	+			+	+	+	+		+	+	+		+	+
	іншими матеріальними благами	+	+	+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Безпеки та захисту:																						
	охорона здоров'я									+	+		+	+	+	+	+						
	безпечні умови життя та праці		+		+	+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	суспільний порядок		+	+											+	+	+	+	+	+	+	+	
	забезпечення в умовах соціальних ризиків	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+
	Культурно-освітні та духовні:																						
	навчання, виховання			+			+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	соціальні зв'язки (комунікація)		+	+	+	+	+	+	+	+	+					+	+				+	+	
	культура					+	+	+								+	+		+	+	+	+	+
	свобода совісті, моральність					+	+	+								+	+		+	+	+	+	+

– наявність прямого впливу (зв'язку)

Джерело: розробка автора

Соціальні потреби як складова частина соціальної сфери та об'єкт СП являють собою особливий вид потреб, що визначають соціальну детермінацію людей. Адаптація загальновідомої піраміди потреб Маслоу до соціального середовища дала змогу запропонувати класифікацію та ієрархію соціальних потреб (рис. 4).

Базові соціальні потреби більшою мірою відповідають задоволенню первинних потреб людей як соціальних істот, а отже, представлені матеріальними та потребами безпеки і захищеності. Їх задоволення передбачає формування соціальних потреб вищого рівня – культурно-освітніх та духовних. Показово, що рівень усвідомлення та прояву вторинних соціальних потреб залежить від рівня задоволення базових соціальних потреб.

Прагнення задовольнити соціальні потреби зумовлюють суспільну діяльність людей, а отже, соціальні відносини, у результаті чого мають місце певні соціальні процеси (явища). Тобто соціальні потреби є фактором формування соціальних відносин, що детермінують соціальні процеси (явища). Діяльність щодо задоволення соціальних потреб, що зумовлює виникнення соціальних відносин, може характеризуватися як позитивними, так і негативними наслідками. Так, результатом незадоволення певних соціальних потреб є конфліктність відносин між певними соціальними групами, а отже, виникнення таких негативних соціальних явищ та процесів, як депопуляція, бідність, освітня та культурна деградація, масова еміграція населення, соціальне виключення, безробіття та ін. Водночас задоволення соціальних потреб, що супроводжується досягненням балансу інтересів між суб'єктами соціальних відносин, навпаки, зумовлює формування таких позитивних соціальних явищ та процесів, як природній приріст населення, рееміграція населення, освітній та культурний розвиток, соціальна інклюзія, зайнятість та ін. Безумовно, соціальні процеси та явища є свого роду об'єктами-індикаторами СП, що слугують основою для визначення пріоритетів та цілей СП. Конкретизація соціальних потреб, соціальних відносин та соціальних процесів (явищ) дала змогу побудувати матрицю взаємозв'язків між ними як складників соціальної сфери та об'єктів СП (табл. 2). Відповідна авторська розробка є неповним відображенням взаємозв'язків між об'єктами СП, адже насправді рівень взаємної зумовленості складників соціальної сфери інколи є досить глибинним, непрямим та відтермінованим у часі.

Таким чином, дотримуючись вищенаведених концептуальних положень, об'єктом СП за широкого підходу є населення (у т. ч. певні категорії та групи населення), за звуженого – соціальна сфера як тріада соціальних потреб, соціальних відносин та соціальних процесів (явищ).

Висновки з проведеного дослідження. У рамках сучасних наукових досліджень можна виділити декілька основних підходів до визначення СП, серед яких – діяльність, взаємодія, сукупність ідей, сукупність заходів. Більш обґрунтованим є трактування СП через призму поєднання ідеологічної та діяльнісної компоненти. Суб'єктами СП є не лише держава, а й інститути громадянського суспільства, бізнес-структури та громадяни. При цьому громадяни та соціальні групи населення є первинними суб'єктами СП, реальними інституційними представниками інтересів яких є вторинні суб'єкти (політичні партії, громадські організації та рухи, суспільні, релігійні та благодійні організації, бізнес-структури тощо). Реальними владними повноваженнями поміж вторинних суб'єктів СП володіють органи державної влади різних рівнів. Об'єктом СП є соціальна сфера як тріада соціальних потреб, соціальних відносин та соціальних процесів (явищ). Соціальні потреби є фактором формування соціальних відносин, що детермінують соціальні процеси (явища). Діяльність щодо задоволення соціальних потреб зумовлює виникнення соціальних відносин, що детермінують виникнення як позитивних (депопуляція, бідність, освітня та культурна деградація, масова еміграція населення, соціальне виключення, безробіття), так і негативних (природній приріст населення, реемігрaція населення, освітній та культурний розвиток, соціальна інклюзія, зайнятість) соціальних процесів або явищ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балтачеєва Н.А. Уточнення змістовної характеристики категорії «соціальна політика» в контексті розвитку її наукових концепцій. Вісник Донецького національного університету. Сер. В «Економіка і право». 2012. Вип. 1. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VDU_Ekon/2012_1/VDU_2012_1/009.pdf.
2. Головатий М.Ф., Панасюк М.Б. Соціальна політика і соціальна робота: термінол.-понятійн. словн. К.: МАУП, 2005. 386 с.
3. Гончарова С.Ю., Отенко І.П. Соціальна політика: навч. посіб. Харків: ХДЕУ, 2003. 200 с.
4. Гошовська В.А., Ільчук Л.І. Людина як суб'єкт і об'єкт соціальних відносин: навч.-метод. матеріали; уклад. Ю.В. Стрілецька. К.: НАДУ, 2013. 80 с.
5. Гриненко А.М. Соціальна політика: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2003. 309 с.
6. Дерега В.В. Соціальна і гуманітарна політики: навч. посіб. Миколаїв: ЧДУ ім. П. Могили, 2012. 152 с.
7. Концептуальні основи формування соціальної політики в сучасних умовах функціонування економічної системи України / Н.Ф. Добрєва, Є.М. Борщук, Т.К. Корецька. Ефективність державного управління. 2015. Вип. 44(2). С. 73–79.
8. Євдокимова І.А. Держава як суб'єкт соціальної політики: еволюція ідеї та сучасна дискусія. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. 2014. Вип. 20. С. 196–200.

9. Колот А.М. Мифы социальной политики, или С чего следует начинать формирование новой модели. Зеркало недели. 2010. № 2 (781).

10. Кривоконь Н.І. Проблеми соціальної роботи та соціальної політики в Україні: навч. посіб. Чернігів: Чернігівський державний технологічний університет, 2012. 320 с.

11. Ларіна Н.Б. Тенденції трансформації соціальної політики демократичних країн: перспективи для України. Держава та регіони. Серія «Державне управління». 2014. № 3. С. 29–33.

12. Лопушняк Г.С. Теоретичні підходи до трактування поняття державної соціальної політики. Ефективність державного управління. 2009. Т. 20. С. 39–44.

13. Новікова О.Ф. Інноваційні підходи до формування соціальної політики в умовах зростання зовнішніх та внутрішніх викликів. Соціально трудові відносини: теорія та практика. 2014. № 2. С. 80–88.

14. Основи соціальної політики: навч. посіб. / В.А. Скуратівський, О.М. Палій, Е.М. Лібанова. К.: МАУП, 2002. 370 с.

15. Тарент И.Г., Юдников С.А. Социальная политика государства: учеб. пособ.; изд. 3-е, перераб. Ногинск: Ногинский филиал РАНХиГС, 2014. 172 с.

16. Социальная политика: учеб. для вузов экон. и неэкон. спец. / Ю.П. Алексеев, Л.И. Берестова, В.Н. Бобков и др.; под ред. Н.А. Волгина. М.: Экзамен, 2003. 734 с.

17. Соціальна економіка: навч. посіб. / О.О. Бєляєв (кер. авт. кол.), Є.Б. Ніколаєв (наук. ред.), А.В. Келічавий та ін. К.: КНЕУ, 2014. 481 с.

18. Соціальна політика в Україні: реалії та перспективи оновлення: монографія / За ред. В.Г. Никифоренка; Одеський нац. економічний ун-т. Одеса, 2015. 363 с.

19. Спікер П. Соціальна політика. Теми та підходи; пер. з англ. К.: Фенікс, 2000.

20. Труфен А.О. Соціальна політика в умовах ринкових відносин. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2015. № 5. С. 121–125.

21. Хаустова В.Є., Омельченко О.І. Соціальна політика в регіонах України: монографія. Х.: ІНЖЕК, 2012. 428 с.

22. Холостова Е.И. Социальная политика: учеб. пособ. М.: ИНФРА-М, 2001. 204 с.

23. Четверикова Л. Суть соціальної політики та аналіз її моделей в соціальних державах. Соціогуманітарні проблеми людини. 2005. № 1. С. 68–74.

24. Шевчук П.І. Соціальна політика: навч. посіб. для вищ. навч. закл. Львів: Світ, 2005. 399 с.

25. Яременко О.О. Соціальна політика: теоретико-методологічні основи дослідження процесів формування та ефективності реалізації: монографія, статті, виступи, інтерв'ю. К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, Укр. ін-т соц. дослідж. ім. О. Яременка, 2006. 480 с.

REFERENCES:

1. Baltacheieva N.A. (2012) Utochnennia zmistovnoi kharakterystyky katehorii "sotsialna polityka" v konteksti rozvytku yii naukovykh kontseptsii [Clarification of the content characteristics of the category "social policy" in the context of the development of its scientific concepts]. Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu, Vol. 1. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VDU_Ekon/2012_1/VDU_2012_1/009.pdf.

2. Holovatyi M.F., Holovatyi M.F. (2005) Sotsialna polityka i sotsialna robota: terminol. – poniatiin. slovn. [Social policy and M.B. Panasiuk social work: dictionary]. – K.: MAUP (in Ukrainian).

3. Honcharova S. Yu., Otenko I.P. (2003) Sotsialna polityka: navch. posib. [Social policy: tutorial]. – Kharkiv: Vyd. KhDEU (in Ukrainian).

4. Hoshovska V.A, Ilchuk. L.I. (2013) Liudyna yak subiekt i obiekt sotsialnykh vidnosyn: navch.-metod. materialy [Man as a subject and object of social relations]; uklad. Yu. V. Striletska. – K.: NADU (in Ukrainian).

5. Hrynenko A.M. (2003) Sotsialna polityka: Navch.-metod. posib. dlia samost. vyvch. dystsypliny [Social policy: Teaching method. manual for self learn discipline]. – K.: KNEU (in Ukrainian).

6. Dereha V.V. (2012) Sotsialna i humanitarna polityky: navch. posibnyk [Social and humanitarian policy: a manual]. – Mykolaiv: Vyd-vo ChDU im. P. Mohyly (in Ukrainian).

7. Dobrieva N.F., Borshchuk Ye.M., Koretska T.K. (2015) Kontseptualni osnovy formuvannia sotsialnoi polityky v suchasnykh umovakh funktsionuvannia ekonomichnoi systemy Ukrainy [Conceptual foundations of the formation of social policy in the current conditions of functioning of the economic system of Ukraine]. Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia. – vol. 44 (2). – pp. 73-79.

8. Ievdokymova I. A. (2014) Derzhava yak subiekt sotsialnoi polityky: evoliutsiia idei ta suchasna dyskusiia [The state as a subject of social policy: the evolution of ideas and contemporary discussion]. Metodolohiia, teoriia ta praktyka sotsiolohichnoho analizu suchasnoho suspilstva. – Vol. 20. – pp. 196-200.

9. Kolot A.M. (2010) Myfu sotsyalnoi polytyky, yly s cheho sleduet nachynat formyrovanye novoi modely [The myths of social policy, or from what should begin the formation of a new model]. Zerkalo nedely. vol. 2 (781).

10. Kryvokon N.I. (2012) Problemy sotsialnoi roboty ta sotsialnoi polityky v Ukraini: navchalnyi posibnyk [Problems of social work and social policy in Ukraine: a manual]. – Chernihiv: Chernihivskyi derzhavnyi tekhnolohichnyi universytet (in Ukrainian).

11. Larina N.B. (2014) Tendentsii transformatsii sotsialnoi polityky demokratychnykh krain: perspektyvy dlia Ukrainy [Trends in the Transformation of the Social Policy of Democratic Countries: Perspectives for Ukraine]. Derzhava ta rehiony. Seriia: Derzhavne upravlinnia. vol. 3. – pp. 29-33.

12. Lopushniak H.S. (2009) Teoretychni pidkhody do traktuvannia poniattia derzhavnoi sotsialnoi polityky [Theoretical approaches to the interpretation of the notion of state social policy] Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia. – 2009. – Vol. 20. – pp. 39-44.

13. Novikova O.F. (2014) Innovatsiini pidkhody do formuvannia sotsialnoi polityky v umovakh zrostannia zovnishnikh ta vnutrishnikh vyklykiv [Innovative approaches to the formation of social policy in the face of growing external and internal challenges]. Sotsialno trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka. – 2014. – Vol. 2. – pp. 80-88.

14. Skurativskyi V.A., Palii O.M., Libanova E.M. (2002) Osnovy sotsialnoi polityky: navch. posib. [Fundamentals of social policy: a tutorial].– K.: MAUP (in Ukrainian).

15. Tarent Y.H., Yudnykov S.A. (2014) Sotsyalnaia polytyka hosudarstva tekst: uchebnoe posobye [Social policy of the state text: textbook, perera]. – Nohynsk: Nohynskyi fylyal RANKhyHS (in Ukrainian).

16. Alekseev Iu. P., Berestova L.Y., Bobkov V.N. (2003) Sotsyalnaia polytyka: ucheb. dlia vuzov экon. y neэkon. spets. [Social policy: a textbook]. – M.: Экzamen (in Russian).

17. Bieliaiev O.O., Nikolaiev Ye.B. (2014) Sotsialna ekonomika: navch. posib. [Social economics: teach. manual]. – K.: KNEU (in Ukrainian).

18. Nykyforenka V.H. (2015) Sotsialna polityka v Ukraini: realii ta perspektyvy onovlennia [Social policy in Ukraine: realities and prospects for renewal]. MON Ukrainy. Odeskyi nats. ekonomichnyi univ-tet. Odesa (in Ukrainian).

19. Spiker P. (2000) Sotsialna polityka. Temy ta pidkhody [Social policy. Themes and approaches]. – K. : Feniks (in Ukrainian).

20. Trufen A.O. (2015) Sotsialna polityka v umovakh rynkovykh vidnosyn [Social policy in the conditions of market relations]. Derzhava ta rehiony. Seriia: Ekonomika ta pidpryiemnytstvo. – vol. 5. – pp. 121-125.

21. Khaustova V. Ye., Omelchenko O. I. (2012) Sotsialna polityka v rehionakh Ukrainy: monohrafiia [Social policy in the regions of Ukraine: monograph]. – Kh.: VD “INzheK” (in Ukrainian).

22. Kholostova E.Y. (2001) Sotsyalnaia polytyka: ucheb. posob. [Social policy: a textbook]. – M.: YNFRA-M (in Russian).

23. Chetverykova L. (2005) Sut sotsialnoi polityky ta analiz yii modelei v sotsialnykh derzhavakh [The essence of sociological policy and analysis of models in societal powers]. Sotsiohumanitarni problemy liudyny. – vol. № 1. – pp. 68-74.

24. Shevchuk P. I. Sotsialna polityka: navch. posib. dlia vyshch. navch. zakl. [Social policy: tutorial]. – Lviv: Svit (in Ukrainian).

25. Iaremenko O.O. (2006) Sotsialna polityka: teoretyko-metodolohichni osnovy doslidzhennia protsesiv formuvannia ta efektyvnosti realizatsii: monohrafiia, statti, vystupy, interviu [Social policy: theoretical and methodological foundations of the study of formation processes and the effectiveness of implementation]. – K.: In-t ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy, Ukr. in-t sots. doslidzh. im. O. Yaremenka (in Ukrainian).

Urchik G.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Labour Resources and Entrepreneurship
National University of Water and Environmental Engineering

ESSENCE AND SUBJECT-OBJECTIVE DIVERSITY OF SOCIAL POLICY IN THE LIGHT OF THE MODERN SCIENTIFIC DISCUSSION

Under conditions of acute social problems and increased risk of social concept of “social policy” increasingly sound not only scientific but also political circles. However, approaches to determining the subjects and objects of social policy differ significantly.

The purpose of this research is clarifying the nature and subject-object orientation of social policy based on a synthesis and analysis of scientific achievements.

As a part of the modern research has several basic approaches to defining social policy, including: activity; interaction; set of ideas; set of measures. More justified is the interpretation of social policy through the prism of the combination of ideological and active components. Thus, citizens and social groups are the primary subjects of social policy, institutional real representatives whose interests are secondary actors (political parties, public organizations and movements, social, religious and charitable organizations, businesses, etc.).

The real powers of authority among the secondary subjects of social policy are state authorities. The object of social policy is the social sphere as a triad of social needs, social relations, and social processes (phenomena).

Social needs are a factor in the formation of social relations that determine social processes (phenomena). Activity in meeting social needs causes the emergence of social relations that determine the emergence as positive (depopulation, poverty, educational and cultural degradation, mass emigration of the population, social exclusion, unemployment) and negative (natural population growth, educational and cultural development, social inclusion, employment) of social processes or phenomena.

РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ПРИВАТНОЇ ШКОЛИ ТА ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ
MANAGEMENT OF FINANCING PRIVATE SCHOOL AND ITS IMPROVEMENT

УДК 657.:/336.

Алескерова Ю.В.
д.е.н., старший науковий співробітник, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Вінницький національний аграрний університет
Вигівська А.О.
магістр
Вінницький національний аграрний університет

У статті розглянуто освітній ринок в Україні та досліджено фінансування закладів освіти, зокрема приватних. Доведено, що управління фінансуванням приватної школи законодавчо закріплено неналежним чином. Констатовано, що необхідне створення нормативно-фінансових умов для розвитку фінансування ринку приватних послуг в освіті в Україні за сьогоднішніх умов.
Ключові слова: *управління, фінансування, приватна школа, вища школа, освіта, Україна, закони України.*

В статье рассмотрен образовательный рынок в Украине и исследовано финансирование учебных заведений, в том числе частных. Доказано, что управление финансированием частной школы законодательно закреплено не должным образом. Констатировано, что необходимо создание нормативно-финансовых условий для развития финансирования рынка частных услуг в образовании в Украине в сегодняшних условиях.
Ключевые слова: *управление, финансирование, частная школа, высшая школа, образование, Украина, законы Украины.*

The article examines the educational market in Ukraine and studies the financing of educational institutions, in particular, private ones. It is proved that the management of financing private school is not properly established by law. It was stated that it is necessary to create normative and financial conditions for the development of financing for the private services market in education in Ukraine under the current conditions.
Key words: *management, financing, private school, higher education, education, Ukraine, laws of Ukraine.*

Постановка проблеми. З перших років незалежності України значна увага приділяється темі побудови громадянського суспільства, демократії, захисту прав та свобод громадян. Усі ці процеси, без сумніву, реалізовуються дуже важко, бо нелегко змінити стереотипи людей, які звикли до загальних стандартів і часто не бажають сприймати нове. Ця проблема особливо гостро постає у фінансуванні системи освіти, яка дуже повільно просувається у напрямі підвищення її якості та демократизації.

Питання фінансування освіти не можна відкладати до кращих часів, посилаючись на економічні кризи, бо діти ростуть щодня, кожен пропущений день, як борг, який потім доведеться сплачувати з великими відсотками.

Створення дієвої системи доступної неперервної освіти має розглядатися як базова умова реалізації права кожної людини на вільний розвиток, проголошеного у Конституції України забезпечення гідного рівня життя громадян. Проте на сучасному етапі розвитку країни у сфері науки й освіти існує низка проблем. Проблемою багатьох закладів є недостатня кількість студентів, що в середньому становить лише 6,6 тис. осіб, коли у більшості країн світу в університетах навчається в середньому 30 тис. студентів у кожному [14].

Із цих причин гостро постала необхідність змінити загальні підходи до управління в освітньо-науковій сфері, а саме її фінансування. З огляду на постійне зростання ролі освіти і науки у сучасному світі, а також на економічні та соціально-демографічні тенденції, що мають місце в Україні, доцільно розробити і запровадити комплексну концепцію розвитку приватної освітньо-наукової системи нашої держави, що дасть змогу скористатися перевагами інтелектуального потенціалу в інтересах народу України, а також оперативно виправити недоліки і припинити негативні тенденції [2].

Фінансові ресурси є основою діяльності підприємства, тобто саме вони стають передумовою його функціонування. Різні наукові підходи до визначення поняття «фінансові ресурси» зводяться до того, що це є кошти, які використовує підприємство на правах власності або надані у його розпорядження для забезпечення простого чи розширеного відтворення а також для задоволення соціальних потреб трудового колективу[4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження процесів розвитку фінансування приватної освіти в України знайшли відображення в працях таких учених, як С.К. Андрейчук, В.П Андрущенко, Т.М. Боголіб, Л.І. Даниленко, Т. Єганова, С.А. Калашнікова, Л.І. Карамушка, В.І. Луговий, Л.І. Паращенко та ін.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження управління фінансуванням приватної школи та її вдосконалення в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Державою законодавчо визначено основні джерела фінансування закладів вищої освіти державної форми власності: кошти державного бюджету, кошти галузей економіки, державних підприємств і додаткові надходження. Бюджетний кодекс України дозволяє державним вищим навчальним закладам поєднувати бюджетне фінансування із власними надходженнями, які утворюються вна-

слідок надходження плати за послуги, що надаються ВНЗ згідно із законодавством. Тобто фактично державним вищим навчальним закладам надано право реалізовувати свої освітні послуги. Але при цьому слід урахувати вимоги ст. 72 Закону України «Про вищу освіту», де визначено, що «у вищих навчальних закладах державної і комунальної форм власності кількість студентів, прийнятих на перший курс на навчання за державним замовленням, повинна становити не менше ніж 51% від загальної кількості випускників загальноосвітніх навчальних закладів» [3].

Фінансування приватних закладів освіти здійснюється за рахунок платного навчання з використанням різноманітних джерел.

Як джерела фінансування приватної вищої школи доводиться розглядати додаткові джерела фінансування (ст. 61 Закону України «Про освіту») [6], які в контексті цієї статті сприймаються насамперед як перелік додаткових джерел фінансування для державних ВНЗ. Це, відповідно, кошти, одержані за навчання, підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів відповідно до укладених договорів, плата за надання додаткових освітніх послуг, кошти, одержані за науково-дослідні роботи (послуги) й інші роботи, виконані навчальним закладом на замовлення підприємств, установ, організацій і громадян, доходи від реалізації продукції навчально-виробничих майстерень, підприємств, цехів і господарств, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання, дивіденди від цінних паперів, валютні надходження, добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від установ, організацій і окремих громадян та інші кошти (за винятком дотацій місцевих бюджетів) [6].

Зі ст. 70 Закону України «Про вищу освіту» можна встановити, що ВНЗ приватної форми власності можуть користуватися банківськими кредитами, засновувати сталий фонд і розпоряджатися доходами від його використання відповідно до умов функціонування сталого фонду й отримувати майно, кошти і матеріальні цінності, у тому числі як благодійну допомогу.Сталий фонд – це сума коштів або вартість іншого майна, призначена для інвестування або капіталізації на строк не менше ніж 36 місяців, пасивні доходи від якої використовуються ВНЗ для здійснення його статутної діяльності в порядку, визначеному благодійником або уповноваженою ним особою (ст. 1 Закону України «Про вищу освіту») [3].

Ураховуючи те, що вищі навчальні заклади є суб'єктами господарювання та зважаючи на особливості їх діяльності, можна конкретизувати дане визначення: фінансові ресурси вищого навчального закладу – це всі грошові активи у фондовій та нефондовій формах, що формуються за рахунок бюджетних коштів та коштів, отриманих як плата за освітні та інші послуги, які надають для задоволення освітніх потреб особи, суспільства і держави, перебувають у їхньому розпорядженні на правах оперативного управління та використовуються для фінансування підготовки кадрів відповідно до державних стандартів освіти, зміцнення та розширення матеріально-технічної бази [3].

Останніми роками у сфері вищої освіти України назріла невідкладна потреба у радикальних змінах. Переглядаються обсяги її фінансування, посилено вимоги щодо підзвітності й ефективності діяльності ВНЗ. Можна стверджувати, що найважливішими факторами змін у цій сфері стали гло-

Таблиця 1

Джерела фінансування закладів вищої освіти

Державне фінансування вищої освіти	Недержавне фінансування вищої освіти
Пряме фінансування (з одного або декількох рівнів державного управління) на основі кошторисів або нормативів	Кошти, одержані на навчання, підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів відповідно до укладених договорів
Додаткові асигнування за окремими категоріальними програмами, заходами тощо (наприклад, програма підтримки найкращих студентів)	Плата за надання додаткових освітніх послуг
Дотації або субвенції для вирівнювання диспропорцій між регіонами	Кошти, одержані за науково-дослідні роботи та інші роботи, виконані закладом освіти на замовлення підприємств, установ, організацій та громадян
Фінансування специфічних програм (кредитування навчання, ваучерна освіта, харчування малозабезпечених дітей)	Доходи від реалізації продукції навчально-виробничих майстерень, підприємств, дільниць і господарств, від надання в оренду приміщень, споруд, обладнання
Виділення матеріальних ресурсів, надання пільг	Дотації з місцевих бюджетів
За формулою, яка враховує певні кількісні та якісні показники діяльності навчального закладу	Кредити і позички банків, дивіденди від цінних паперів та доходи від розміщення на депозитних вкладах тимчасово вільних позабюджетних коштів
За конкурсом або на рівні минулого року	Добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від підприємств, установ, організацій, громадян
«Блокові» гранти	

балізація, інтернаціоналізація, новітні технології навчання (зокрема, дистанційні) [1].

Сьогодні більшість західних експертів із питань освіти вбачають вихід у застосуванні дистанційного навчання на базі мережевих технологій (Інтернет). З усіх західноєвропейських країн найбільшого розвитку неперервна освіта (дистанційна) набула у Фінляндії, Норвегії, Великобританії та Франції. Для порівняння зазначимо, що доходи університетів Франції від організації неперервної освіти становлять 240 млн. дол. на рік, або 10% ринку освітніх послуг для дорослого населення [2].

Управління фінансовою діяльністю приватних ВНЗ полягає у забезпеченні мобілізації, розподілу, аналізу (оперативного, поточного й перспективного) і контролю руху фінансових ресурсів.

Зарубіжний досвід державного регулювання діяльності ВНЗ показує, що міністерства освіти інших країн зберігають за собою ключову роль у визначенні національної стратегії розвитку системи вищої освіти. Проте частина їхніх функцій, зокрема і щодо фінансування, може передаватися різним посередникам-організаціям, спеціалізованим агентствам або безпосередньо вищому навчальному закладу [5].

Фінансові ресурси вищих навчальних закладів можна класифікувати за такими ознаками: місцем створення; джерелами формування; формою власності; методами акумулювання; рівнем управління; напрямами використання; регулярністю надходження.

Досвід багатьох країн свідчить, що ефективне функціонування вищої освіти досягається за рахунок:

– державної політики, спрямованої на підтримку і розвиток вищої освіти;

– ефективного управління фінансовими ресурсами на рівні вищих навчальних закладів.

Серед фінансових засобів, які отримують недержавні ВНЗ, переважне місце займають субсидії урядів. Це дає органам державної влади право контролювати цільове використання коштів та якість навчальної роботи. Іншими вагомими джерелами фінансування недержавних ВНЗ є недержавні субсидії: засоби фірм, благодійних фондів, приватних осіб тощо [4].

У західних країнах управління фінансами набуло динамічнішого розвитку у сфері активізації бюджетного менеджменту, важливою частиною якого стало бюджетування. Зарубіжний досвід використання бюджетування як однієї з технологій управління фінансами свідчить про те, що воно само по собі не може існувати без системного підходу, оскільки орієнтоване на певні результати від витрачання бюджетних коштів [2].

Ефективного результату, своєю чергою, практично неможливо досягти виключно за рахунок застосування технологій бюджетування, оскільки це взаємопов'язаний ланцюг заходів і фінанси лише обслуговують їх здійснення. Саме тому в більшості зарубіжних країн технології бюджетування запроваджувалися або одночасно зі структурними реформами, або одразу ж після них [5].

Зупинимося на дослідженні комплексу показників фінансування освіти. Обсяг фінансування освіти в різних країнах установлюють у відсотках від ВВП, що означає їх пряму залежність від рівня розвитку економіки. У тому числі спостерігається така тенденція: чим вище рівень розвитку економіки (величина ВВП), тим більший обсяг фінансових ресурсів має вища освіта [8].

У системі освіти треба розрізняти реінжиніринг освітніх послуг і реінжиніринг бізнес-процесів. У першому випадку ми маємо на увазі переорганізацію освітньої діяльності ВНЗ, розроблення нових освітніх програм і курсів, які орієнтовані на вимоги ринку праці й освітніх послуг, а в другому – зміни в управлінських, адміністративних та інших процесах, що можна називати бізнес-процесами [2].

Сучасна ієрархічна система бюджетів ВНЗ має функціональний підхід й охоплює всю його діяльність у період бюджетування – від надання освітніх послуг і адміністративних витрат до управління фінансовими потоками. Але традиційна система бюджетування закладів вищої освіти має низку недоліків, які особливо чітко виявляються в сучасних економічних умовах, а саме:

– бюджети відображають стан фінансових ресурсів ВНЗ на певний момент часу, концентруючи увагу винятково на короткостроковий фінансовий період;

– рівень витрат визначається на підставі результатів попереднього періоду бюджетування, відкоригованих на рівень інфляції, що часто призводить до невиправданого завищення витрат;

– традиційна система бюджетування не надає механізмів, які дають змогу оптимізувати діяльність ВНЗ з урахуванням зміни потреб ринку освітніх послуг; відсутні механізми, стимулюючі зниження витрат ВНЗ на ведення фінансово-господарської діяльності, тому структурні підрозділи прагнуть виконати витратну частину бюджету в запланованому обсязі, іноді проводячи сумнівні за своєю ефективністю витрати;

– у традиційній системі бюджетування витрати розподіляються за бюджетним класифікатором, в якому відсутні механізми, що дають змогу якісно контролювати їх ефективність.

Таким чином, економіко-методологічний складник має бути спрямований на створення нової ефективної організаційної структури з поєднанням функціонального і процесного підходів до системи управління ВНЗ. Успішність її реалізації повністю визначає ефективність функціонування створюваної системи бюджетування таких закладів.

Мета удосконалення сучасного механізму фінансового забезпечення приватних закладів вищої освіти – оптимізувати як джерела фінансування, так і видатки. Збільшення обсягів власних надходжень приватних вищих навчальних закладів від надання платних послуг обмежується кадровим потенціалом та матеріально-технічним забезпеченням, а також попитом на такі послуги з боку споживачів. Одна з найбільш значущих відмінностей поточного стану системи освіти України полягає у значно нижчих, ніж у розвинутих країнах, абсолютних показниках фінансування [6].

В освітніх бюджетах і України, і розвинутих держав переважають державні інвестиції. Варто зауважити, що приватні інвестиції в систему вищої освіти у розвинутих країнах не обмежуються безпосередньою платою за навчання. Суттєві надходження ВНЗ отримують у вигляді різноманітних пожертв від благодійників та як оплату за здійснювані для приватних компаній наукові дослідження і прикладні розробки. Своєю чергою, розвинуті системи студентського кредитування дають змогу громадянам оплачувати навчання протягом тривалого періоду після його закінчення, таким чином, значною мірою перекладаючи витрати на банківські системи відповідних країн [9].

Отже, основні особливості управління фінансовими ресурсами ПВНЗ:

– відмова від централізованого адміністрування;

– повна відповідальність за збалансованість власних бюджетів;

– сучасна практика створення в університеті колегіального органу управління (Ради), який відповідає за принципові питання діяльності університету, та адміністративної структури, очолюваної ректором;

– суттєвий акцент на фінансовому плануванні;

– рівень майбутніх витрат визначається на підставі результатів попереднього періоду бюджетування, відкоригованих на рівень інфляції, що часто призводить до невиправданого завищення витрат;

– ієрархічна система бюджетів;

– значно нижчі, ніж у розвинутих країнах, абсолютні показники фінансування.

Законом України «Про вищу освіту» передбачене право вищого навчального закладу самостійно визначати форми навчання та види організації навчально-виховного процесу, самостійно розробляти та запроваджувати власні програми наукової та науково-виробничої діяльності, вдосконалювати та актуалізувати організаційну структуру, створюючи певні структурні підрозділи (інститути, коледжі, технікуми, факультети, відділення, філії тощо) [3].

У ст. 65 Закону України «Про вищу освіту» передбачено, що вищий навчальний заклад, відповідно до свого статуту, може надавати фізичним та юридичним особам платні послуги в галузі вищої освіти і пов'язаних із нею інших галузях діяльності за умови забезпечення провадження освітньої діяльності [3].

Кабінет Міністрів України через систему органів виконавчої влади здійснює державну політику в галузі освіти, у межах своїх повноважень видає нормативно-правові акти з питань вищої освіти та забезпечує контроль над виконанням законодавства про вищу освіту (постанови Кабінету Міністрів України від 5 квітня 1994 р. № 224 «Про порядок створення, реорганізації і ліквідації навчально-виховних закладів», від 29 листопада 2001 р. № 1614 «Положення про Державну інспекцію навчальних закладів») [12].

Управління в галузі вищої освіти в межах своєї компетенції здійснює й Міністерство освіти і науки України (Наказ МОН України «Положення про ради ректорів (директорів) вищих закладів освіти України» від 12 травня 1996 р. № 146) [2].

За Законом «Про вищу освіту» система стандартів вищої освіти є основою оцінки якості вищої освіти та професійної підготовки, а також якості освітньої діяльності ВНЗ незалежно від їх типів, рівнів акредитації та форм навчання.

Законом України «Про вищу освіту» встановлюються чотири рівні акредитації ВНЗ, в яких здійснюється підготовка фахівців за спеціальностями відповідних освітньо-кваліфікаційних рівнів. Кабінет Міністрів, МОН та Державна акредитаційна комісія України здійснюють контроль над акредитуванням вищих навчальних закладів державної і комунальної форм власності. Крім того, кожний вищий навчальний заклад України повинен пройти державну атестацію [4].

Господарський кодекс України (ГКУ) (ст. 113) визначає приватне підприємство як підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи [1].

Товариством з обмеженою відповідальністю (ст. 80 ГКУ) є господарське товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Ураховуючи, що приватні вищі навчальні заклади використовують працю засновників або найманих осіб, а також створюються для отримання прибутку, їм найбільше відповідає організаційно-правова форма товариства з обмеженою відповідальністю [5].

ВНЗ, відповідно до свого статуту, може надавати фізичним та юридичним особам платні послуги в галузі вищої освіти за умови забезпечення провадження освітньої діяльності. Перелік

видів платних послуг у галузі вищої освіти визначається Кабінетом Міністрів України [24, с. 557–564]. Порядок надання платних послуг державними навчальними закладами та договір про навчання розроблюється галузевими міністерствами [2].

Фінансування діяльності приватних ВНЗ, згідно із Законом України «Про вищу освіту», здійснюється їх засновниками та з інших джерел, не заборонених законодавством [3].

Відповідно до ст. 27 Закону України «Про вищу освіту», ВНЗ незалежно від форми власності працюють на засадах неприбутковості, а неприбутковими підприємствами (установами, організаціями), згідно з пп. 14.1.121 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України (ПКУ) від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI, є суб'єкти, які не є платниками податку на прибуток підприємств, відповідно до п. 133.4 ст. 133 ПКУ. Враховуючи зазначене, приватні ВНЗ, як і державні та комунальні, не є комерційними, а отриманий прибуток, якщо він є, спрямовують, відповідно до своїх статутів, виключно на свій розвиток. Загалом же, відповідно до Закону України «Про освіту», навчальні заклади самостійно розпоряджаються прибутками від господарської та іншої передбаченої їхніми статутами діяльності [2].

Невід'ємною частиною законодавства України є також документи, в яких визначена стратегія розвитку вищої освіти:

– державна національна програма «Освіта» («Україна XXI століття»), 1993 р. [4];

– Національна доктрина розвитку освіти, 2002 р.;

– Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення пріоритетного розвитку освіти в Україні» № 926 від 30 вересня 2010 р.;

– Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр, схвалена в 2012 р.

Аналіз чинного законодавства вказує на те, що фінансові відносини за участю ВНЗ приватної форми власності майже не регламентуються правовими приписами на відміну від державних ВНЗ, яким через історично зумовлену тривалість функціонування у національній освітній системі переважно приділяється увага в законодавстві [1]

Фінансові ресурси ПВНЗ – це частина грошових коштів підприємства або придбані на них основні та оборотні засоби, що формуються в процесі розподілу і перерозподілу національного багатства, внутрішнього валового продукту і національного доходу, які акумулюються за рахунок власних, позичених та залучених коштів та перебувають у розпорядженні суб'єкта господарювання і необхідні для виконання ним фінансових зобов'язань, здійснення витрат для забезпечення процесу розширеного відтворення, а також одержання прибутку від здійснення виробничо-господарської діяльності. Переважаючим у сучасній науковій думці є підхід грошового вираження фінансових ресурсів, однак їх матеріалістична форма теж не відхиляється [6].

Основні джерела фінансування закладів вищої освіти приватної форми власності визначено законодавчо: платне навчання з використанням різноманітних джерел, диверсифікація надходжень коштів за рахунок надання додаткових освітніх послуг і ефективного управління фінансовими ресурсами [7].

Управління фінансовою діяльністю приватних ВНЗ полягає у забезпеченні мобілізації, розподілу, аналізу (оперативного, поточного й перспективного) і контролю руху фінансових ресурсів. ВНЗ несуть повну відповідальність за збалансованість власних бюджетів. Таким чином, загальна тенденція майже в усіх країнах полягає у наданні навчальним закладам більшої фінансової незалежності за умови більшої підзвітності за підсумками роботи [8].

Сучасна ієрархічна система бюджетів ВНЗ має функціональний підхід й охоплює усю його діяльність у періоді бюджетування – від надання освітніх послуг і адміністративних витрат до управління фінансовими потоками. Велика увага приділяється фінансовому плануванню видатків на освіту, об'єктом якого переважно виступають фінансова діяльність суб'єкта бюджетної установи та відповідне коло фінансових операцій [9].

Одна з найбільш значущих особливостей поточного стану системи освіти України полягає у значно нижчих, ніж у розвинутих країнах, абсолютних показниках фінансування.

Фінансові ресурси вищих навчальних закладів можна класифікувати за такими ознаками: місцем створення; джерелами формування; формою власності; методами акумулювання; рівнем управління; напрямами використання; регулярністю надходження. Процеси формування і використання фінансових ресурсів вищих навчальних закладів приватної форми власності регламентовані у нормативно-правових актах: Цивільному кодексі України, Законі «Про вищу освіту», Законі «Про освіту», постановах Кабінету Міністрів, постановах Міністерства освіти і науки України [13].

Висновки з проведеного дослідження. Система освіти України потребує оновлення у сфері управління та фінансування приватних закладів, а також постійного пошуку підвищення якості освітнього процесу. Ця тема є актуальною для всіх країн світу, бо виховання та освіта дітей сьогодні – це надійний внесок у життя громадянського суспільства в майбутньому. Кожна країна по-своєму вирішує цю проблему, підтримує різноманітні ініціативи та вкладає чималі кошти у її вирішення. Надання приватним школам реальних можливостей для розвитку та розширення їх мережі від-

криває нові перспективи та заохочує небайдужих талановитих людей до пошуку нових підходів до навчання та виховання дітей. Разом із тим держава автоматично розширює коло людей, причетних до вирішення питань свободи вибору якісної освіти та пошуку нових методів управління та фінансування навчальним закладом. Але держава зробить справжній прорив у розвитку освіти лише тоді, коли талановиті творчі люди долучаться до управління фінансуванням школою. Аналіз чинного законодавства свідчить про те, що фінансова діяльність приватних ВНЗ в Україні сьогодні не має належного нормативно-правового забезпечення [14].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрейчук С.К. Державне управління реформуванням вищої освіти в Україні в контексті Болонського процесу: автореф. дис. … канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 «Теорія та історія державного управління»; Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. Львів, 2007. 21 с.
2. Андрущенко В.П., Андрущенко Т.В. Наукова картина світу в освітньому контексті. Тематичний випуск «Безперервна освіта в Україні: реалії та перспективи»: додаток до теоретичного та науково-методичного часопису «Вища освіта України». 2008. № 4. С. 10–14.
3. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні /В.П. Андрущенко, І.Д. Бех, М.І. Бурда та ін.; редкол. В.Г. Кремень (голова), В.І. Луговий (заст. голови), В.М. Мадзігон (заст. голови), О.Я. Савченко (заст. голови)]; за заг. ред. В. Г. Кременя. К.: Пед. думка, 2011. 304 с.
4. Баран М.П. Модернізація вищої освіти України: роль Міжнародних організацій. Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід: тези доповідей Міжнародної конференції молодих учених і студентів. Тернопіль: ТНЕУ, 2010. 379 с.
5. Боголіб Т.М. Вдосконалення фінансового забезпечення вищої освіти. Вісник ТДЕУ. 2016. № 3. С. 76–87.
6. Боголіб Т.М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період: монографія. К.: Міленіум, 2012. 508 с.
7. Бойко А. Конкурентоспроможність освіти як показник її ефективності та якості. Вища освіта України. 2008. № 3. С. 16–23.
8. Болюбаш Я.Я. Організація навчального процесу у вищих закладах освіти: навч. посіб. для слухачів закладів підвищення кваліфікації системи вищої освіти. К.: КОМПАС, 2012. 64 с.
9. Вища освіта в Україні. Нормативно-правове регулювання: нормат. зб. / За заг. ред. М.Ф. Степка, Л.М. Горбунової. К.: Форум, 2013. Т. 1. 798 с.
10. Господарський Кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 436-IV, зі змінами та доповненнями. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15.
11. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2016 № 1556-VII, зі змінами та доповненнями. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1483438100682353.
12. Про Державну національну програму «Освіта» (Україна XXI століття): Постанова Кабінету Міністрів від 03.11.1993 № 896. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/896-93-%D0%BF.
13. Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 № 1187. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF.
14. Про освіту: Закон України від 23.05.1991 р. № 1060-XII, зі змінами та доповненнями. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1060-12.
15. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV, зі змінами та доповненнями. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.
16. Єганова Т. Приватна школа – дзеркало змін у суспільстві. Загальноосвітні заклади приватної форми власності в системі освіти України. Одеса: Іміджпрес, 1999.
17. Карамушка Л. Актуальні проблеми психології управління загальноосвітніми закладами освіти, заснованими на приватній формі власності. Загальноосвітні заклади приватної форми власності в системі освіти України. Одеса: Іміджпрес, 1999.
18. Погрібна Н.С. Управляти школою по-новому. К.: Шкільний світ, 2009. 112 с.
19. Лаврук В. Діагностика управлінської компетентності директора школи. К.: Шкільний світ, 2008. 128 с. – («Бібліотека Шкільного світу»).
20. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1996. № 30. С. 141.
21. Закон України «Про загальну середню освіту». Відомості Верховної Ради (ВВР). 1999. № 28. С. 230.

REFERENCES:

1. Andreychuk S. K. Derzhavne upravlinnya reformuvannyam vishchoї osviti v Ukraїni v konteksti Bolons'kogo protsesu [Tekst]: avtoref. dis… kand. nauk z derzh. upr.: 25.00.01 “Teoriya ta istoriya derzhavnogo upravlinnya” / Andreychuk Stanislav Kazimirovich. – L'vivs'kiy regional'niy institut derzhavnogo upravlinnya Natsional'noї akademiї derzhavnogo upravlinnya pri Prezidentovi Ukraїni. – L'viv, 2007. – 21 s.
2. Andrushchenko V. P. Naukova kartina svitu v osvitn'omu konteksti [Tekst] / V. P. Andrushchenko, T. V. Andrushchenko // Tematichniy vipusk “Bezperervna osvita v Ukraїni: realiї ta perspektivi” – dodatok do teoretichnogo ta naukovo-metodichnogo chasopisu “Vishcha osvita Ukraїni”. – 2008. – № 4. – S. 10-14.
3. Andrushchenko V.P. Natsional'na dopovid' pro stan i perspektivi rozvitku osviti v Ukraїni / Nats. akad. ped. nauk Ukraїni; [avt.: V.P. Andrushchenko, I.D. Bekh, M.I. Burda ta in.; redkol. V.G. Kremen' (golova), V.I. Lugoviy (zast. golovi), V.M. Madzigon (zast. golovi), O.Ya.Savchenko (zast. golovi)]; za zag. red. V. G. Kremenya. – K.: Ped. dumka, 2011. – 304 s.
4. Baran M. P. Modernizatsiya vishchoї osviti Ukraїni: rol' Mizhnarodnikh organizatsiy [Tekst] / M. P. Baran // Innovatsiyni protsesi ekonomichnogo

i sotsial'no-kul'turnogo rozvitku: vitchiznyaniy ta zarubizhniy dosvid: tezi dopovidey Mizhnarodnoï konferentsiï molodikh uchenikh i studentiv. – Ternopil': TNEU, 2010. – 379 s.

5. Bogolib T.M. Vdoskonalennya finansovogo zabezpechennya vishchoï osviti // Visnik TDEU. – 2016. – № 3. – S. 76-87

6. Bogolib T. M. Finansove zabezpechennya rozvitku vishchoï osviti i nauki v transformatsiyniy period: monografiya / T. M. Bogolib. – K.: Milenium, 2012. – 508 c.

7. Boyko A. Konkurentospromozhnist' osviti yak pokaznik ïï efektivnosti ta yakosti / A. Boyko // Vishcha osvita Ukraïni. – 2008. – № 3. – S. 16-23.

8. Bolyubash Ya.Ya. Organizatsiya navchal'nogo protsesu u vishchikh zakladakh osviti: Navch. posibnik dlya slukhachiv zakladiv pidvishchennya kvalifikatsiï sistemi vishchoï osviti. – K.: VVP "KOMPAS", 2012.– 64 s.

9. Vishcha osvita v Ukraïni. Normativno-pravove regulyuvannya: Normat. zb. / Za zag. red. M.F. Stepka, L.M. Gorbunovoï. – K.: Forum, 2013. – T. 1. – 798 s.

10. Gospodars'kiy Kodeks Ukraïni: Zakon Ukraïni vid 16 sichnya 2003 r. № 436-IV iz zminami ta dopovnennyami // Elektronniy resurs – Rezhim dostupu: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15

11. Pro vishchu osvitu: Zakon Ukraïni vid 01.07.2016 № 1556-VII iz zminami ta dopovnennyami // Elektronniy resurs – Rezhim dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/print1483438100682353

12. Pro Derzhavnu natsional'nu programu "Osvita" (Ukraïna KhKhI stolittya): postanova Kabinetu Ministriv vid 03.11.1993 № 896// Elektronniy resurs – Rezhim dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/896-93-%D0%BF

13. Pro zatverdzhennya Litsenziynikh umov provadzhennya osvitn'oï diyal'nosti zakladiv osviti: postanova Kabinetu Ministriv Ukraïni vid 30.12.2015 № 1187 // Elektronniy resurs – Rezhim dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF

14. Pro osvitu: Zakon Ukraïni vid 23. 05. 1991 r. № 1060-XII iz zminami ta dopovnennyami // Elektronniy resurs – Rezhim dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1060-12

15. Tsivil'niy kodeks Ukraïni vid 16. 01. 2003 r. № 435-IV iz zminami ta dopovnennyami // Elektronniy resurs – Rezhim dostupu: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15

16. Єganova T. Privatna shkola – dzerkalo zmin u suspil'stvi / Tetyana Єganova // Zagal'noosvitni zakladi privatnoï formi vlasnosti v sistemi osviti Ukraïni. – Odesa: Imidzhpres, 1999.

17. Karamushka L. Aktual'ni problemi psikhologiï upravlinnya zagal'noosvitnimi zakladami osviti, zasnovanimi na privatniy formi vlasnosti / Lyudmila Karamushka // Zagal'noosvitni zakladi privatnoï formi vlasnosti v sistemi osviti Ukraïni. – Odesa: Imidzhpres, 1999.

18. Pogribna N. S. Upravlyati shkoloyu po-novomu / N. Pogribna. – K.: Shkil'niy svit, 2009. – 112 s.

19. Lavruk V. Diagnostika upravlins'koï kompetentnosti direktora shkoli / Vasil' Lavruk. – K.: Shkil'niy svit, 2008. – 128 s. – ("Biblioteka Shkil'nogo svitu"). 5. Konstitutsiya Ukraïni // Vidomosti Verkhovnoï Radi Ukraïni (VVR). – 1996. – № 30. – S. 141. 6. Zakon Ukraïni "Pro zagal'nu serednyu osvitu" // Vidomosti Verkhovnoï Radi (VVR). – 1999. – № 28. – S. 230.

Aleskerova Yu.V.
Doctor of Economic Sciences, Senior Researcher,
Senior Lecturer at Department of Finance,
Banking and Insurance
Vinnytsia National Agrarian University
Vygs'ka A.O.,
Master's Degree
Vinnytsia National Agrarian University

MANAGEMENT OF FINANCING PRIVATE SCHOOL AND ITS IMPROVEMENT

From the first years of Ukraine's independence, much attention is being paid to the topic of building civil society, democracy, and protecting the rights and freedoms of citizens. All these processes, without a doubt, are very difficult to implement since it is not easy to change the stereotypes of people who are accustomed to common standards and often do not want to perceive the new one. This problem is particularly acute in financing education, which is moving very slowly towards improving its quality and democratization.

Therefore, the issue of financing education cannot be delayed until better times, referring to economic crises, because children grow up every day, every missed day as a debt, which then will have to be paid with a large percentage.

Creation of an effective system of accessible continuing education should be considered as the basic condition for the realization of the right of every person to the free development, proclaimed in the Constitution of Ukraine, ensuring a decent standard of living for citizens.

Financial resources are the basis of enterprise activity, that is, they are the prerequisite for its operation. Different scientific approaches to the definition of the concept of "financial resources" are reduced to the fact that these are funds that are used by the enterprise on the property rights or provided at its disposal in order to provide a simple or extended reproduction, as well as to meet the social needs of the labour collective.

Thus, the domestic system of higher education should be aimed only at the development, acquisition of new qualitative features, and this is possible only through the modernization of the statutory and legal base of the national higher education and the creation of a program of its consistent convergence with the European educational and scientific space. There is a lot of work done in Ukraine to solve these problems, as evidenced by the presence of a whole range of legal acts, but today there are problems with the legal mechanism to ensure high-quality modernization of higher education, which can only be solved at the state level.

The financial resources of the PWS are a part of the company's cash or fixed assets and working capital acquired from them, which are formed in the process of distribution and redistribution of national wealth, gross domestic product, and national income, which are accumulated at the expense of their own, borrowed funds, and are in the possession of the entity and the financial obligations necessary to fulfil it, the implementation of costs in order to ensure the process of expanded reproduction, as well as for the purpose of obtaining profits from realized production and economic activity. The prevailing in modern scientific thought is the approach of monetary expression of financial resources, but their materialistic form is also not rejected.

The financial management of private universities is to provide mobilization, distribution, analysis (operational, current, and future) and control of the movement of financial resources. Institutes of higher education are fully responsible for balancing own budgets. Thus, the general trend in almost all countries is to provide educational institutions with greater financial independence, subject to more accountability in the outcome of their work.

The education system of Ukraine needs to be updated in the field of management and financing of private institutions, as well as the constant search for the improvement of the educational process. This topic is relevant for all countries of the world, for the education, and upbringing of children today is a reliable contribution to the life of civil society in the future. Each country solves this problem in its own way, supports a variety of initiatives, and invests a lot in its solution. But the state will make a real breakthrough in the development of education only when talented creative people join the management of school financing. The analysis of the current legislation shows that the financial activity of private universities in Ukraine today has no proper legal and regulatory framework.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СТРУКТУРИ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

THE THEORETICAL BASIS FOR THE FORMATION OF AN EFFECTIVE STRUCTURE OF FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE

УДК 658.15

Великий Ю.М.
д.е.н., професор,
професор кафедри «Фінанси і кредит»
Харківський інститут фінансів
Київського національного
торговельно-економічного університету
Сукрушева Г.О.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри «Фінанси і кредит»
Харківський інститут фінансів
Київського національного
торговельно-економічного університету
Подлесецька І. А.
студентка
Харківський інститут фінансів
Київського національного
торговельно-економічного університету

У статті представлено теоретичні основи формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємства. На основі літературних джерел проведено морфологічну оцінку таких понять, як «ефективність» та «фінансові ресурси підприємства». Визначено необхідність формування фінансових ресурсів із застосуванням розрахунку показників ефективності. Доведено, що в умовах розвитку економіки держави необхідно постійно вдосконалювати фінансовий менеджмент у питанні формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємства.

Ключові слова: *господарська діяльність, структура, ефективність, фінансові ресурси, власні кошти, позикові кошти.*

В статье представлены теоретические основы формирования эффективной структуры финансовых ресурсов предприятия. На основе литературных источников проведено морфологическое исследование таких понятий, как «эффективность» и «финансовые ресурсы предприятия». Определена необходимость формирования финансовых ресурсов с применением расчета показателей эффективности. Доказано, что в условиях развития экономики государства необходимо постоянно совершенствовать финансовый менеджмент в вопросе формирования эффективной структуры финансовых ресурсов предприятия.

Ключевые слова: *хозяйственная деятельность, структура, эффективность, финансовые ресурсы, собственные средства, заемные средства.*

The article presents theoretical foundations for the formation of an effective structure of the company's financial resources. Based on the literature sources, a morphological study of such concepts as: efficiency and financial resources of the enterprise was carried out. The need to form financial resources using the calculation of performance indicators is determined. It is proved that in conditions of development of the state economy, it is necessary to constantly improve financial management, in the question of formation of an effective structure of financial resources of the enterprise.

Key words: *economic activity, structure, efficiency, financial resources, own funds, borrowed funds.*

Постановка проблеми. В умовах розвитку ринкової економіки, важливим елементом фінансового менеджменту підприємства є формування ефективної структури фінансових ресурсів, яка б дала змогу підприємству одержувати найбільший прибуток від усіх видів діяльності та сформувати безперервну діяльність підприємства в мінливих умовах сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У господарській діяльності відсутній єдиний правильний рецепт із приводу формування ефективної структури підприємства, однак багато науковців, таких як І.А. Козачок, О.Ю. Леось, І.С. Коваль, Ю.Л. Куліченко, В.М. Опарін, І.В. Рудченко, І.О. Бланк, працюють над питаннями формування та управління фінансовими ресурсами підприємства, однак це питання потребує постійного пошуку нових управлінських рішень для вдосконалення цього процесу.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичні основи формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємства в сучасних умовах розвитку економіки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. З переходом до ринкових відносин підприємства одержали самостійність в управлінні, право розпоряджатися ресурсами і результатами праці, несуть повну відповідальність за результати своєї діяльності та прийняття управлінських рішень. Ще представник адміністративно-класичної школи менеджменту Г. Емерсон дотримувався погляду, згідно з яким «головною турботою управлінця має бути ефективність» [1, с. 117]. І сьогодні ефективність з погляду керівників залишається найбільш важливою характеристикою діяльності підприємства, якій слід приділяти належну увагу. Від того, наскільки ефективною буде господарська діяльність підприємства, залежать його розвиток, матеріальний добробут населення, економічна безпека держави тощо.

Для більш ґрунтовного дослідження основних теоретичних та практичних аспектів ефективності господарської діяльності підприємства передусім доцільно розглянути «ефективність» як економічну категорію та її сутнісний зміст. Досліджуючи наукову літературу, можна побачити, що не існує єдиного підходу до сутності цієї складної категорії (рис. 1).

Отже, як бачимо, існує багато підходів до визначення поняття «ефективність». Одні автори пов'язують ефективність з ефектом, інші розглядають як співвідношення результату та витрат. При цьому ефект розглядається як певна форма результату. Але більшість науковців ототожнює поняття «ефективність» і «результативність».

Значна група авторів трактує фінансові ресурси підприємства як кошти, наявні в розпорядженні суб'єкта, що господарює, у табл. 1 наведено морфологічну оцінку цього поняття.

Структура фінансових ресурсів – спеціальне логічне поняття, введене в сучасний фінан-

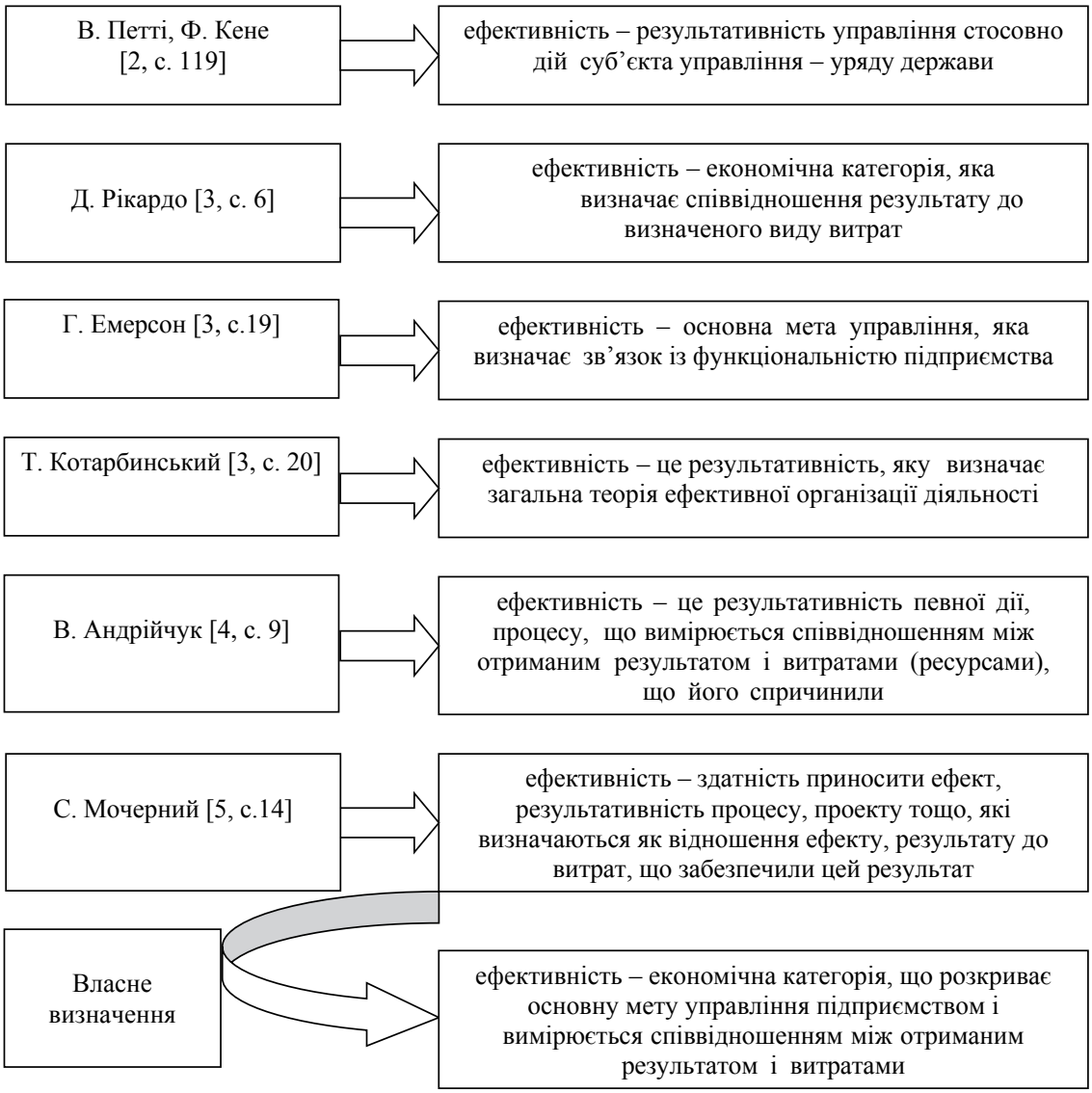


Рис. 1. Морфологічна оцінка сутності поняття «ефективність»

совий аналіз для позначення комбінації (співвідношення) джерел позичкового і власного фінансування, яка прийнята на підприємстві для реалізації її ринкової стратегії. Сьогодні цей термін часто замінюють поняттям «фінансовий важіль», і цей вираз увійшов до лексикону не випадково. Важіль – інструмент, що полегшує або примножує ефект затрачених зусиль. Залучення позичкового фінансування повинне працювати на стратегічні завдання власника. У контексті фінансування термін «фінансовий важіль» посилає нас до регулярної практики фінансування довгострокового розвитку за рахунок позичкових засобів заради досягнення інтересів власника, а точніше – заради зростання ринкової вартості активів підприємства. Разом із тим необхідно розділяти поняття «склад» та «структура» фінансових ресурсів підприємства.

Склад фінансових ресурсів підприємства – це сукупність (перелік) утворюючих його елементів, а структура – співвідношення (питома вага) даних елементів.

Водночас одне підприємство на різних етапах своєї діяльності має різні склад і структуру фінансових ресурсів. Наприклад, на початковій стадії розвитку він фінансується за рахунок власних або позикових коштів, далі підприємство повинно одержати капітал у формі прибутку. Більше того, власні, й особливо кредитні, фінансові ресурси підприємства розглядаються не тільки як основні елементи фінансових ресурсів підприємства, а й як джерела додаткового їх зростання. Зокрема, залучені фінансові ресурси підприємства залучаються для максимізації прибутку або ринкової вартості підприємства. Остаточна структура фінансових ресурсів підприємства визначається шляхом аналізу ступеня впливу окремих джерел додаткового капіталу на той, який функціонує спочатку, і зміни у співвідношенні його власного та позичкового компонентів.

Формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємства зводиться до визначення оптимальної для підприємства пропорції між використанням власних і позикових фінансових ресурсів. Сьогодні основними методичними підходами до вирішення завдання формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємства є такі (рис. 2).

Під час застосування першого методичного підходу слід пам'ятати, що фінансовий леверидж – це використання підприємством позикового капіталу, яке впливає на зміну дохідності власного капіталу і дає підприємству можливість одержати додатковий прибуток на власний капітал. Показник, який відображає рівень додаткового прибутку на власний капітал за різних варіантів структури капіталу, вважається ефектом фінансового левериджу.

Ефект фінансового левериджу слід розглядати як зміну рентабельності власного капіталу за рахунок використання позикових коштів в обороті підприємства. Позитивний ефект фінансового левериджу виникає тоді, коли позиковий капітал, який отримано під фіксований відсоток, використовується підприємством у процесі діяльності так, що приносить більш високий прибуток, аніж фінансові витрати, тобто дохідність сукуп-

Рис. 2. Основні методичні підходи до вирішення завдання формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємства

Таблиця 1

Морфологічний аналіз поняття «фінансові ресурси підприємства»

Автор	Визначення	Ключові слова
І.А. Козачок [6, с. 278]	Фінансові ресурси підприємства – це сукупність усіх грошових ресурсів, які надійшли на підприємство за певний період або на певну дату в процесі реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, основних і оборотних засобів та видачі зобов'язань.	сукупність усіх грошових ресурсів підприємства
О.Ю. Леось, І.С. Коваль [7]	Фінансові ресурси підприємства – власні та прирівняні до них кошти і фінансові активи, доступні для бізнесу на правах власності, у межах діючого законодавства.	власні та прирівняні до них кошти
Ю.Л. Куліченко [8]	Фінансові ресурси підприємства – це частина коштів, що були сформовані під час створення суб'єкта господарювання, надходять на підприємство за результатами операційної, інвестиційної та фінансової діяльності для реалізації поставлених завдань та виконання зобов'язань.	надходять на підприємство за результатами операційної, інвестиційної та фінансової діяльності
В.М. Опарін [9, с. 10]	Фінансові ресурси підприємства – це сума коштів, спрямованих в основні та оборотні засоби підприємства.	Спрямованих в основні та оборотні засоби підприємства
І.В. Рудченко [10]	Фінансові ресурси підприємства – джерела засобів підприємств, що спрямовуються на формування його активів, тобто це грошовий капітал, що використовується підприємством для формування своїх активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності для одержання доходів та прибутку.	Здійснення виробничо-фінансової діяльності для одержання доходів та прибутку
Визначення авторів	Фінансові ресурси підприємства – сукупність усіх грошових ресурсів, можуть бути як власними, так і прирівняними до них, формуються під час створення суб'єкта господарювання, а також надходять на підприємство за результатами операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, спрямовуються на здійснення виробничо-фінансової діяльності для одержання прибутку.	

ного капіталу є вищою за середньозважену ціну позикових ресурсів.

Підприємство визначає свою ефективну структуру джерел фінансових ресурсів виходячи з таких факторів: вартості джерел фінансування; наявності витрат, пов'язаних із можливим банкрутством; наявності витрат, пов'язаних із конфліктом інтересів між власниками і кредиторами, конфліктом інтересів між власниками і менеджментом підприємства [11, с. 216].

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження можна визначити, що ефективність це – економічна категорія, що розкриває основну мету управління підприємством і вимірюється співвідношенням між отриманим результатом і витратами. Фінансові ресурси компанії, такі як основні засоби, безпосередньо впливають на її діяльність. Перехід до управління в умовах ринку вимагає нових підходів до формування ефективної структури фінансових ресурсів підприємств, оскільки незадовільна структура фінансових ресурсів підприємства може призвести до перебоїв виробничої діяльності і, як наслідок, погіршення фінансового стану або банкрутства підприємства. Постійний моніторинг та оцінка ефективності формування фінансових ресурсів – співвідношення власного та позикового капіталу дають можливість підприємству досягати позитивних результатів своєї діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Управление – это наука и искусство / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тэйлор, Г. Форд. М.: Республика, 1992. 351 с.
2. Проблема эффективности в современной науке / Под ред. А.Д. Урсула. Кишинев, 1985. 256 с.
3. Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 205 с.
4. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз. К.: КНЕУ, 2005. 292 с.
5. Габор С.С., Габор В.С. Ефективність як економічна категорія. Інноваційна економіка. 2012. № 7. С. 14–17.
6. Козачок І.А. Формування та управління ефективним використанням фінансових ресурсів підприємства. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2013. № 47. С. 277–283.
7. Леось О.Ю., Коваль І.С. Механізми формування фінансових ресурсів підприємств. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe.
8. Куліченко Ю.Л. Фінансові ресурси підприємства та їх оптимізація. Молодіжний вісник УАБС НБУ. Серія «Економічні науки». 2013. № 4. URL: http://bulletin.uabs.edu.ua/./B726B86443B5FFB6C3.
9. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія): навч. посіб.; 2-е вид., доп. і перероб. К.: КНЕУ, 2002. 240 с.
10. Рудченко І.В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. URL: http://www.bsfa.edu.ua/files/konf/23022013/sekciya5/teza_litovska_fk_45.pdf.
11. Руденко М.І. Методика оцінки ефективності формування фінансових ресурсів підприємства та оптимізація їх структури. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2010. Вип. 18(2). С. 214–219.

REFERENCES:

1. Faiol A. Upravlenye – эto nauka y yskusstvo / A. Faiol, H. Эmerson, F. Tэilor, H. Ford. – M. : Respublyka, 1992. – 351 s.
2. Problema эffektyvnosty v sovremennoi nauke / Pod red. A.D. Ursula. – Kyshynev, 1985. – 256 s.
3. Kutsenko A.V. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy: monohrafiia / A.V. Kutsenko. – Poltava : RVV PUSKU, 2008. – 205 s.
4. Andriichuk V.H. Efektyvnist diialnosti ahrarnykh pidpryiemstv: teoriia, metodyka, analiz / V.H. Andriichuk. – K. : KNEU, 2005. – 292 s.
5. Habor S.S. Efektyvnist yak ekonomichna katehoriia / S.S. Habor, V.S. Habor // Innovatsiinna ekonomika. – 2012. – № 7. – S. 14–17.
6. Kozachok I.A. Formuvannia ta upravlinnia efektyvnym vykorystanniam finansovykh resursiv pidpryiemstva. I.A. Kozachok // Humanitarnyi visnyk ZDIA. 2013 № 47 s. 277 – 283.
7. Leos O. Yu., Koval I. S. Mekhanizmy formuvannia finansovykh resursiv pidpryiemstv / O. Yu. Leos, I. S. Koval// [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe
8. Kulichenko Yu. L. Finansovi resursy pidpryiemstva ta yikh optymizatsiia / Yu. L. Kulichenko // Molodizhnyi visnyk UABS NBU, Seriia “Ekonomichni nauky”. – 2013. – № 4. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://bulletin.uabs.edu.ua/./B726B86443B5FFB6C3
9. Oparin V. M. Finansy (Zahalna teoriia): Navch. posibnyk. – 2-he vyd., dop. i pererob. – K.: KNEU, 2002. – 240 s.
10. Rudchenko I. V. Udoskonalennia mekhanizmu upravlinnia finansovymy resursamy pidpryiemstva / I. V. Rudchenko // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.bsfa.edu.ua/files/konf/23022013/sekciya5/teza_litovska_fk_45.pdf
11. Rudenko M. I. Metodyka otsinky efektyvnosti formuvannia finansovykh resursiv pidpryiemstva ta optymizatsiia yikh struktury / M. I. Rudenko // Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2010. – Vyp. 18 (2). – S. 214-219.

Velikij Yu.M.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor at Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics
Sukrusheva A. O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics
Podlesetskaya I. A.
Student
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

THE THEORETICAL BASIS FOR THE FORMATION OF AN EFFECTIVE STRUCTURE OF FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE

With the transition to a market economy, enterprises received independence in governance, human resources, and manage the results of labour, are responsible for their performance and decision-making. Another representative of the classical school of administration and management H. Emerson maintained the view according to which “the main concern of managers must be effectiveness.” And today, efficiency from the point of view of managers remains the most important characteristic of the enterprise, which should be given due attention. The effectiveness of the economic activity of the enterprise depends on its development, material welfare of the population, the economic security of the state, etc.

The structure of financial resources – a special logical concept, introduced in the modern financial analysis to indicate the combination (ratio) sources of the loan and own funding, which is adopted in enterprises to implement its market strategy. Today, this term is often replaced by the notion of financial leverage, and this expression entered the lexicon is not by chance. A lever is a tool that facilitates or multiplies the effect of the effort. The attraction of loan financing should work on the strategic objectives of the owner. In the context of financing, the term “financial leverage” sends us to a regular practice of financing long-term development at the expense of borrowed funds in order to achieve the interests of the owner, or rather, in order to grow the market value of the assets of the enterprise. At the same time, it is necessary to divide the notion of the composition and structure of financial resources of the enterprise.

The composition of financial resources of an enterprise is a collection (list) of its elements forming, and structure – the ratio (specific gravity) of these elements.

The transition to management in a market environment requires new approaches to the formation of an effective structure of financial resources of enterprises, as the unsatisfactory structure of financial resources of the enterprise can lead to disruptions in production activities, and as a consequence, deterioration of the financial condition or bankruptcy of the enterprise. Therefore, the constant monitoring and evaluation of the effectiveness of the formation of financial resources – the ratio of own and borrowed capital allows the company to achieve positive results of their activities.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ
THE MAIN ASPECTS OF ENTERPRISES FINANCIAL STATE EVALUATION

УДК 336.64

Дідур С.В.
д.е.н., професор кафедри обліку і фінансів
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського
Крот Л.М.
к.е.н., доцент кафедри обліку і фінансів
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського
Ніколаєнко А.С.
студент
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

У статті охарактеризовано наявні методи оцінки фінансового стану підприємства. Проведено горизонтальний та вертикальний аналіз активів ТОВ «Гідросенд» та джерел їх утворення. Проаналізовано основні показники (коефіцієнти), що характеризують фінансовий стан підприємства. Визначено основні аспекти оцінки фінансового стану ТОВ «Гідросенд» та запропоновано заходи щодо його поліпшення.
Ключові слова: *фінансовий стан, методи аналізу, оцінка, фінансова стійкість, ліквідність, ділова активність, рентабельність.*

В статье охарактеризованы существующие методы оценки финансового состояния предприятия. Проведен горизонтальный и вертикальный анализ активов ООО «Гидросенд» и источников их образования. Проанализированы основные показатели (коэффициенты), характеризующие финансовое состояние предприятия. Определены основные аспекты оценки финансового состояния ООО «Гидросенд» и предложены мероприятия для его улучшения.
Ключевые слова: *финансовое состояние, методы анализа, оценка, финансовая устойчивость, ликвидность, деловая активность, рентабельность.*

The article describes the existing rating methods of the enterprise financial condition. Horizontal and vertical analysis of LLC "Hydrosend" assets sources was conducted. The main indicators (coefficients) characterizing the enterprise financial condition were analysed. The main aspects of "Hydrosend" LLC financial state rating were determined and measures for its improvement were suggested.
Key words: *financial status, methods of analysis, rating, financial stability, liquidity, business activity, profitability.*

Постановка проблеми. Для сучасної економіки характерною є швидка мінливість навколишнього середовища, що зумовлює необхідність постійного оцінювання суб'єктами господарювання своєї діяльності для збереження конкурентоспроможності на ринку. Якісною характеристикою фінансових можливостей підприємства та його партнерів виступає фінансова стійкість, яка характеризується таким станом фінансових ресурсів, який відповідає потребам розвитку і вимогам ринку. Оцінка майнового та фінансово-економічного стану підприємства створює необхідну інформаційну базу для ухвалення управлінських і фінансових рішень щодо проблемних питань та залучення або здійснення інвестицій, тому дослідження проблематики оцінки фінансового стану підприємства та можливих шляхів його поліпшенняя надзвичайно актуальне.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання діагностики та оцінювання фінансового стану підприємства завжди перебували у центрі уваги дослідників. Вагомий внесок у розроблення теоретичних та методичних засад зазначених проблем зробили такі вчені, як: І.О. Бланк [1], Г.В. Савицька [2], К.С. Салига [3], О.О. Терещенко [4], А.М. Штангрет [5] та ін.

Враховуючи постійну мінливість зовнішнього середовища, в якому функціонують суб'єкти підприємництва, постає необхідність у виокремленні нових напрямів можливого поліпшення фінансового стану підприємства, зміни підходу до питань оцінки фінансового стану підприємств, її необхідності та значущості як важливого елементу фінансового менеджменту.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних аспектів оцінки фінансового стану ТОВ «Гідросенд» та шляхів його поліпшення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прийняття стратегічних управлінських рішень базується на вмінні вчасно та об'єктивно оцінювати фінансовий стан підприємства, використовуючи достовірну інформацію, задля можливого попередження негативних наслідків і більш якісного планування власної діяльності. Це означає, що для забезпечення фінансової безпеки підприємства важливим елементом є оцінка фінансового стану.

Узагальнюючи наведені в економічній літературі визначення [1; 2; 6–8], зазначимо, що, на нашу думку, фінансовий стан – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає рівень його фінансової конкурентоспроможності, ступінь забезпеченості підприємства власними та залученими фінансовими ресурсами, ступінь їх співвідношення між собою та раціональності розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому.

Діагностику фінансового стану підприємства варто здійснювати, використовуючи різноманітні методи та методики аналізу. У науковій літературі охарактеризовано основні методи оцінювання фінансового стану підприємства (табл. 1).

Також у практиці вітчизняних учених досить широко застосовуються горизонтальний, вертикальний, факторний, порівняльний та коефіцієнтний аналіз. При цьому аналіз проводиться як за абсолютними, так і за відносними показниками.

Метою оцінки фінансового стану підприємства є аналіз фінансової спроможності підприємства, а також розроблення і реалізація заходів, спрямованих на швидке відновлення платоспроможк-

ності, відновлення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, встановлення можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, можливості подальшого розвитку, забезпечення прибутковості та зростання виробничого потенціалу й ухвалення відповідних рішень [10, с. 183].

Аналіз фінансового стану передбачає проведення аналізу діяльності підприємства за певними напрямами, які відрізняються у вітчизняній практиці та зарубіжному досвіді (рис. 1) [11, с. 353].

Так, на нашу думку, крім наявних у вітчизняній практиці напрямів проведення аналізу фінансового стану, необхідно доповнити їх аналізом прибутковості, ризик-аналізом бізнесу та комплексним аналізом фінансових результатів діяльності підприємства. Це дасть змогу долучити отримані

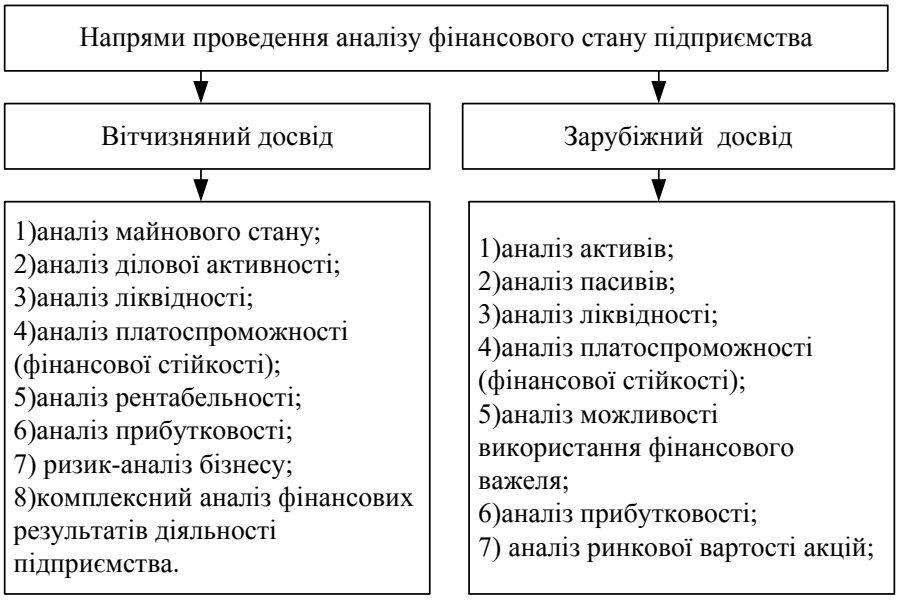


Рис. 1. Напрями проведення аналізу фінансового стану

Джерело: вдосконалено автором на основі [11, с. 353]

Таблиця 1

Характеристика основних методів оцінки фінансового стану [9]

Методи	Характеристика
Метод фінансових коефіцієнтів	Передбачає розрахунок певних показників, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, рентабельність (прибутковість) діяльності, майновий стан та ділову активність. Склад та алгоритм розрахунку коефіцієнтів досить різноманітний і залежить від вибраної методики
Оцінка фінансового стану з використанням абсолютних показників	Використовується для оцінювання рівня фінансової стійкості з погляду прибутковості підприємства. Використовують при цьому маржинальний аналіз
Рейтингова оцінка	Класифікує підприємства за окремими ознаками, враховуючи при цьому фактичний рівень та рейтинг показників фінансового стану. Перевагою рейтингової оцінки є можливість чіткого ранжування цілої низки підприємств за вибраними ознаками
Бальна оцінка (спектр бальна оцінка)	Така оцінка дає змогу порівнювати отримані дані за фінансовими показниками з їх нормативними величинами і при цьому отримувати узагальнюючий показник, який виражається в бальній шкалі. Спектр бальна оцінка – це розподіл цих значень за певними секторами віддаленості від оптимального
Матрична оцінка	Базою матричної оцінки є побудова матриці сукупності фінансових показників, яка перетворюється на матрицю стандартизованих коефіцієнтів. Це дає змогу проводити порівняння рейтингової оцінки за цими показниками. Також може бути використана під час створення матричних балансів і балансів грошових надходжень
Інтегральна оцінка	Інтегральна оцінка демонструє результат проведення оцінювання з визначенням при цьому інтегрального показника. Інтегральний показник характеризує конкретні складники та фінансовий стан будь-якого підприємства
Дискримінантні моделі	Дає змогу визначити вірогідність настання банкрутства на основі розроблення (або використання) інтегральної моделі аналізу фінансового стану підприємства. Виділяють однофакторні (коефіцієнт Бівера, Вайбеля) та багатофакторні (модель Альтмана, Ліса, Таффлера, Спрінгейта, Терещенко, Савицької тощо) моделі

результати для діагностики рівня фінансової безпеки підприємства.

Фінансовий стан підприємства характеризується системою показників, що дають можливість оцінити наявність, розміщення та ефективність використання фінансових ресурсів.

Основним джерелом даних для аналізу фінансового стану ТОВ «Гідросенд» є Окремий звіт про фінансовий стан за 2014–2016 рр. Метою виробничої діяльності ТОВ «Гідросенд» є забезпечення споживачів України та зарубіжжя якісною і доступною за ціною продукцією: олією соняшниковою нерафінованою; олією соняшниковою рафінованою; гірчицею готовою; кетчупом і соусами томатними; соусами.

Основною метою аналізу балансу є виявлення змін у складі і структурі майна підприємства і джерел його утворення. Проведемо горизонтальний та вертикальний аналіз активів ТОВ «Гідросенд» (табл. 2) та джерел їх утворення (табл. 3)

З табл. 2 видно, що вартість активів підприємства за 2014–2016 рр. загалом зросла на 128 672 тис. грн., зокрема за 2015 р. – на 125 990 тис. грн. та на 2 682 тис. грн. за 2016 р. Цей показник має стабільно високий рівень та відповідає нормативу. Вартість необоротних активів протягом досліджуваного періоду зросла на 13 351 тис. грн., отже, підприємство оновлює основні фонди, має достатній рівень виробничого потенціалу, що не погіршує фінансового стану ТОВ «Гідросенд».

Розглянемо динаміку і структуру джерел утворення активів ТОВ «Гідросенд» за 2014–2016 рр. (табл. 3)

Загальний приріст оборотних активів за 2014–2016 рр. становив 115 321 тис. грн., переважно за рахунок збільшення матеріальних оборотних активів та дебіторської заборгованості. Значне збільшення дебіторської заборгованості можливе за рахунок зростання обсягу продажів або необачної кредитної політики підприємства стосовно покупців.

Згідно з розрахунками, представленими в табл. 3, можемо зазначити, що загальна вартість джерел утворення активів за 2012–2014 рр. зросла на 125 990 тис. грн. за 2015 р. та на 2 682 тис. грн. за 2016 р. Протягом досліджуваного періоду збільшилася частка власного капіталу в пасиві. Поточні зобов'язання і пасиви зросли на 88 302 тис. грн., або на 88,91%, за рахунок збільшення поточної кредиторської заборгованості на 94 897тис. грн., інших поточних зобов'язань – на 2 788 тис. грн. та зменшення короткострокових кредитів банку на 11 500 тис. грн. Отже, оптимальне співвідношення власного і запозиченого капіталу є запорукою стабільного фінансового стану підприємства.

Далі проаналізуємо показники, що характеризують фінансову діяльність підприємства більш детально. Вся сукупність таких показників може бути наведена у вигляді груп, що характеризують платоспроможність (фінансову стійкість), ліквідність, ділову активність, рентабельність. Результати комплексного аналізу наведено в табл. 4.

Невідповідність коефіцієнтів поточної, швидкої та абсолютної ліквідності нормативним значенням, а також від'ємні значення чистого оборотного капіталу означають, що частина довгострокових активів профінансована за рахунок короткострокового капіталу, отже, у разі виникнення потреби підприємству буде вкрай важко миттєво погасити поточні зобов'язання. Таким чином, підприємство порушує правила фінансування і йому загрожує неплатоспроможність. Для уникнення загрози банкрутства єдиним прийнятним виходом для ТОВ «Гідросенд» може стати залучення довгострокових ліквідних фондів.

Таблиця 2

Аналіз динаміки та структури активів ТОВ «Гідросенд» за 2014–2016 рр.

№ з/п	Показники	2014 р.	2015 р.	Відхилення 2015 р. до 2014 р.		2016 р.	Відхилення 2016 р. до 2015 р.	
				+/-	%		+/-	%
1.	Активи підприємства, всього, тис. грн.	122926	248916	125990	102,5	251598	2682	1,1
2.	Необоротні активи, тис. грн.	73851	70757	-3094	-4,2	87202	16445	23,2
	- у % до всіх активів	60,10	28,40	-	-	34,70	-	-
3.	Оборотні активи, тис. грн.	49075	178159	129084	263,0	164396	-13763	-7,7
	- у % до всіх активів	39,90	71,60	-	-	65,30	-	-
3.1.	Матеріальні оборотні активи, тис. грн.	18407	86945	68538	372,3	78920	-8025	-9,2
	- у % до оборотних активів	37,51	48,80	-	-	48,01	-	-
3.2	Дебіторська заборгованість	28765	90958	62193	216,2	79631	-11327	-12,4
	- у % до оборотних активів	58,61	51,06	-	-	48,44	-	-
3.3	Грошові кошти та поточні фінансові інвестиції	1903	256	-1647	-86,5	5845	5589	2183,2
	- у % до оборотних активів	3,88	0,14	-	-	3,55	-	-

Таблиця 3

Аналіз динаміки та структури джерел утворення активів ТОВ «Гідросенд» за 2014–2016 рр.

№ з/п	Показники	2014 р.	2015 р.	Відхилення 2015 р. до 2014 р.		2016 р.	Відхилення 2016 р. до 2015 р.	
				+/-	%		+/-	%
1.	Пасиви підприємства, всього, тис. грн.	122926	248916	125990	102,5	251598	2682	1,1
2.	Власний капітал	23612	36774	13162	55,7	63982	27208	74,0
	- у % до пасиву	19,21	14,77	-4,44	23,1	25,43	10,66	71,8
3.	Поточні зобов'язання і забезпечення	99314	212142	112828	113,6	187616	-24526	-11,6
	- у % до пасиву	80,79	85,23	4,44	5,5	74,57	-10,66	-12,5
3.1.	Короткострокові кредити банків	15300	3800	-11500	-75,1	3800	-11500	-75,1
	- у % до поточних зобов'язань і забезпечень	15,40	1,79	-	-	2,03	-	-
3.2	Поточна кредиторська заборгованість	50191	171665	121474	242,02	145088	-26577	-15,48
	- у % до поточних зобов'язань і забезпечень	50,54	80,92	-	-	77,33	-	-
3.3	Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	33494	35325	1831	5,5	35325	0	-
	- у % до поточних зобов'язань і забезпечень	33,73	16,66	-	-	18,83	-	-
3.4	Поточні забезпечення	-	112	112	-	286	174	155,3
	- у % до поточних зобов'язань і забезпечень	-	0,05	-	-	0,15	-	-
3.5	Інші поточні зобов'язання	329	1240	911	276,9	3117	1877	151,4
	- у % до поточних зобов'язань і забезпечень	0,33	0,58	-	-	1,66	-	-

Таблиця 4

Показники фінансового стану ТОВ «Гідросенд» за 2014–2016 рр.

№ з/п	Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р
1	2	3	4	5
Аналіз ліквідності підприємства				
1	Коефіцієнт поточної ліквідності	0,50	0,84	0,88
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,31	0,43	0,46
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0,001	0,03
4	Чистий оборотний капітал, тис. грн.	-50236	-33976	-23211
Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства				
1	Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,19	0,15	0,25
2	Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,81	0,85	0,75
3	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,48	0,21	0,39
4	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,01	0,12	0,20
Аналіз ділової активності підприємства				
1	Коефіцієнт оборотності активів	0,51	0,83	1,04
2	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,53	1,20	2,04
3	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	2,20	2,30	3,30
4	Строк погашення дебіторської заборгованості	46	44	30
5	Строк погашення кредиторської заборгованості	51	40	18
6	Коефіцієнт оборотності запасів (оборотів)	3,19	2,16	3,19
7	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	2,68	5,62	4,10
Аналіз рентабельності підприємства				
1	Коефіцієнт рентабельності активів	0,40	0,72	0,65
2	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,19	0,15	0,25
3	Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,05	0,06	0,12
4	Коефіцієнт рентабельності продукції	0,08	0,10	0,04

Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) ТОВ «Гідросенд» не вкладається в нормативні межі 0,5–0,8. Це означає, що підприємство має велику фінансову залежність від зовнішніх позик чи кредиторів.

Коефіцієнт концентрації залученого капіталу ТОВ «Гідросенд» у 2014–2016 рр. має тенденцію до зниження. Тобто частка активів підприємства, що фінансується за рахунок залученого капіталу, зменшується.

Значення коефіцієнту забезпеченості власними оборотними засобами вказує на недостатню забезпеченість власними оборотними засобами ТОВ «Гідросенд» у 2014–2016 рр.

Згідно з табл. 4, можемо зазначити таке: протягом досліджуваного періоду коефіцієнти оборотності визначалися тенденцією до збільшення. Період оборотності дебіторської й кредиторської заборгованості зменшується, що є позитивним моментом у діяльності підприємства. Кількісні параметри оцінки ділової активності виражені динамікою показників виробничо-фінансової діяльності підприємства, що характеризують зміну обсягів виробництва і реалізації продукції, витрат підприємства й швидкості обороту його коштів.

Проаналізувавши дані табл. 4, можна зробити такі висновки: коефіцієнт рентабельності активів в 2016 р. порівняно з попереднім 2015 р. знизився на 0,07 п., а в порівняно з 2014 р. – збільшився на 0,32 п. Оскільки коефіцієнт рентабельності активів більший за оптимальне значення, можна зробити висновок, що прибуток, отриманий на одиницю активів підприємства або на одиницю всіх вкладених коштів, збільшується. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу в 2015 р. порівняно з 2014 р. зменшився на 0,04, проте залишився більшим за оптимальне значення і в 2016 р. зріс на 0,1. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу характеризує рівень прибутковості власного капіталу, вкладеного в підприємство. Коефіцієнт рентабельності діяльності протягом досліджуваного періоду зріс у 1,2 рази. Коефіцієнт рентабельності продукції за три роки зменшився у два рази.

Висновки з проведеного дослідження. Прийняття будь-якого управлінського рішення, яке має фінансовий характер, залежить від оцінки фінансового стану підприємства. Дослідження її основних аспектів дає підстави для формулювання таких теоретичних узагальнень і висновків.

Виконані аналіз та узагальнення вітчизняних та зарубіжних підходів до формування напрямів проведення аналізу фінансового стану підприємства дає підстави стверджувати, що для оцінки фінансового стану використовується подібна інформаційна база. Серед переваг зарубіжних методик можна виокремити конкретність, меншу кількість показників та їх визначеність, що спрощує інтерпретацію результатів та скорочує час проведення аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. До недоліків вітчизняних методик, що застосовуються під час виконання оцінки фінансового стану підприємства, можна віднести значну відмінність у наборі показників для аналізу певного напряму та різноманітність їх комбінацій у різних дослідників.

Результати проведеного дослідження фінансового стану ТОВ «Гідросенд» за 2014–2016 рр. дають підстави оцінити його як нестійкий. Для підвищення фінансової стійкості підприємства та поліпшення фінансового стану ТОВ «Гідросенд» у цілому пропонуємо застосувати в загальній системі фінансового менеджменту такі заходи:

– сформувати єдину систему методичних підходів щодо аналізу й оцінки фінансового стану підприємства, адаптовану до особливостей його функціонування на ринку, завдань фінансової політики та розробити детальний алгоритм їх застосування;

– мобілізувати внутрішні резерви шляхом проведення реструктуризації активів підприємства;

– здійснити пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу, що дасть змогу забезпечити мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу;

– оптимізувати обсяги дебіторської заборгованості та провести її рефінансування;

– оптимізувати рух фінансових ресурсів та врегулювати фінансові відносини між господарюючими суб’єктами;

– розробити стійку фінансову стратегію;

– здійснювати системний і постійний моніторинг та прогнозування фінансового стану підприємства.

Перспективою подальших досліджень може стати вдосконалення методики оцінки фінансового стану підприємства, а також упровадження комплексу практичних заходів, спрямованих на реалізацію виявлених внутрішніх резервів підвищення прибутковості підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. К.: Ника-Центр, 2007. 487 с.

2. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 662 с.

3. Салига К.С. Методичні підходи діагностування фінансового стану підприємства. Держава та регіони. Економіка та підприємництво. 2011. № 3. С. 204–210.

4. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб’єктів господарювання: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2003. 554 с.

5. Штангрет А.М., Копилюк О.І. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. К.: Знання, 2007. 335 с.

6. Фінанси підприємств: підручник / А.М. Поддєрьогін, Л.Д. Буряк, Г.Г. Нам, А.М. Павліковський; 7-е вид., перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2008. 552 с.

7. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент: навч. посіб.; 3-є вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 483 с.

8. Базілінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 328 с.

9. Захарова Н.Ю. Методичні підходи щодо оцінки фінансового стану підприємства. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. № 2(3). С. 128–133.

10. Козлянченко О.М. Інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємства при загрозі банкрутства. Актуальні проблеми економіки. 2011. № 10(112). С. 182–187.

11. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2009. 560 с.

REFERENCES:

1. Blank, I.A. (2007), Osnovy finansovoho menedzhmenta [Fundamentals of financial management]. Kyiv: Nika-Tsentr [in Ukrainian].

2. Savyts'ka, H.V. (2010), Economichnyi analis diyal'nosti pidpryiemstva [Economic analysis of enterprise activity]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian]

3. Salyha, K. S. (2011), "Methodological approaches to diagnosis of enterprise financial condition", State and regions. Economy and entrepreneurship, vol. 3, pp. 204–210.

4. Tereshchenko, O.O. (2003), Finansova diyal'nist' sub'yektiv hospodaryuvannya [Financial activity of business entities]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian]

5. Shtanhret, A.M. & Kopylyuk, O.I. (2007), Antykryzove upravlinnya pidpryiemstvom [Enterprise Anticrisis Management]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].

6. Podderiogin, A.M, Buriak, L.D., Nam, H.H. & Pavlikovsky, A.M. (2008), Finansy pidpryiemstv [Finance of Enterprises]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].

7. Kovalenko, L.O. & Remniova, L.M. (2008), Finansovyy menedzhment [Financial management]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].

8. Bazilins'ka O. YA. (2012), Finansovyy analiz: teoriia ta praktyka [Financial Analysis: Theory and Practice]. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury [in Ukrainian].

9. Zakharova N.Yu. (2013), "Methodological approaches to assessment of enterprise financial condition", Collection of scientific works of the Taurian state agrotechnological university (economic sciences), vol. 2 (3), pp. 128–133.

10. Kozlyanchenko O.M. (2011), "Analysis of information support of company financial condition in case of bankruptcy", Current problems of the economy, vol. 10 (112), pp. 182–187.

11. Kovalev V.V. (2009), Finansovyy analiz: metody i protsedury [Financial analysis: methods and procedures]. Moskva. Finansy i Statistika [in Russian].

Didur S.V.
Doctor of Economic Sciences, Professor
Professor at Accounting and Finance Department
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Krot L.M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Accounting and Finance Department
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
Nikolaenko A.S.
Graduate Student
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

THE MAIN ASPECTS OF ENTERPRISES FINANCIAL STATE EVALUATION

The adoption of strategic management decisions is based on the ability to evaluate the financial position of the enterprise, using reliable information on time and in an objective way, in order to prevent negative consequences and to better plan own activities.

In our opinion, the financial condition should be considered as an integrated complex, the characteristics of the enterprise in a certain period, which reflects the level of its financial competitiveness, the degree of the company's own and attracted financial resources security, degree of their relationship to each other, and the rationality of accommodation, self-sufficiency working capital settlement of monetary obligations on time and effective economic activity in the future.

The diagnosis of the financial condition of the company should be carried out using a variety of methods, techniques, and directions of analysis, both absolute terms, as well as relative terms. The main indicators (coefficients) characterizing the financial state of the enterprise can be grouped into the following groups: indicators of business activity (turnover); indicators of solvency (financial stability); liquidity indicators (current solvency).

On the basis of the Separate Financial Statement for 2014–2016, a horizontal and vertical analysis of Hydrosend LLC assets and its sources of education, as well as an assessment of the enterprise financial condition, was performed. The result of research allows marking it as unstable. In order to improve the financial

stability of the company and financial position of Hydrosend LLC in general, we suggest applying the following measures in the general financial management system:

– to form a unified system of methodological approaches for the analysis and evaluation of the enterprise financial condition, which adapted to the peculiarities of its functioning on the market;
– to mobilize internal reserves by restructuring the assets of the enterprise;
– to search for the optimal ratio of own and borrowed capital;
– to optimize the amount of receivables and to refinance it;
– to optimize the flow of financial resources and regulate financial relations between business entities;
– to develop a stable financial strategy;
– to carry out systematic and continuous monitoring and forecasting of the financial condition of the enterprise.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БЮДЖЕТУ ЄС
PROBLEM ASPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE EU BUDGET

УДК 339.7

Колупаєв Ю.Б.
к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національна академія статистики, обліку та аудиту
Мельничук І.О.
аспірант, викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національна академія статистики, обліку та аудиту

У статті визначено особливості бюджетної політики ЄС в умовах глобалізації соціально-економічних відносин. Розглянуто головні теоретичні аспекти формування та розвитку бюджету ЄС. Досліджено динаміку бюджетних доходів та видатків ЄС, обґрунтовано джерела формування бюджету ЄС, а саме: традиційні власні ресурси; ресурси, засновані на ПДВ; ресурси, засновані на валовому національному доході, тощо. Визначено роль бюджету ЄС у контексті глобалізації економічних відносин.
Ключові слова: *бюджет ЄС, власні надходження бюджету, бюджетна система, бюджетна політика, доходи та видатки бюджету, принципи бюджетної системи.*

В статье определены особенности бюджетной политики ЕС в условиях глобализации социально-экономических отношений. Рассмотрены основные теоретические аспекты формирования и развития бюджета ЕС. Исследована динамика бюджетных доходов и расходов ЕС, обоснованы источники формирования бюджета ЕС, а именно: традиционные собственные ресурсы; ресурсы, основанные на НДС; ресурсы, основанные на валовом национальном доходе. Определена роль бюджета ЕС в контексте глобализации экономических отношений.
Ключевые слова: *бюджет ЕС, собственные поступления бюджета, бюджетная система, бюджетная политика, доходы и расходы бюджета, принципы бюджетной системы.*

In the article, features of the EU budget policy under conditions of globalization of socio-economic relations are determined. It deals with the main theoretical aspects of formation and development of the EU budget. Dynamics of budgetary revenue and expenses of the EU are explored. The main sources of formation for the EU budget are identified. Defined the role of the EU budget in the context of the globalization of economic relations.
Key words: *EU budget, own revenues of budget, budget system, budget policy, budget revenues and expenditures, principles of budget system.*

Постановка проблеми. В умовах формування ефективної наднаціональної фінансової системи в контексті створення та використання власного бюджету Європейського Союзу (далі – ЄС) постає питання щодо визначення можливостей гармонізувати бюджетні відносини України та ЄС. Глобалізація соціально-економічної політики України та євроінтеграція вимагають активних дій щодо дослідження та вдосконалення бюджетної політики ЄС. Ураховуючи те, що бюджет є ключовим фінансовим планом держави та відіграє ключову роль у соціально-економічному житті країни, проблеми дослідження практичних і теоретичних аспектів формування та використання бюджету ЄС є особливо актуальними в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження формування та використання бюджету ЄС зробили такі вчені, як І.М. Боярко, О.В. Дейнеко, Н.А. Дехтяр, А. Кулай, Ю.І. Маркуц, та ін. Праці вказаних науковців забезпечили підґрунтя дослідження проблемних аспектів формування та використання бюджету ЄС, що уможливило здійснення їх поглибленого оцінювання.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення теоретичних аспектів формування та використання бюджету ЄС та проведення аналізу зарубіжної практики бюджетування високорозвинених країн із метою забезпечення наукового підґрунтя для подальшого поглибленого вивчення проблем та чинників впливу на економічні відносини ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування та використання бюджету держав ЄС та України забезпечується фінансово-економічним та соціально-політичним потенціалом, зумовлюється актуальними потребами держави в реалізації стратегічних завдань та функцій, що покладені на неї. Ефективність та дієвість бюджетної системи корелюють із продуманою податковою політикою як інструмента державного регулювання соціально-економічного розвитку суспільства. Саме податкова політика здатна сприяти та стимулювати ділову та підприємницьку активність, що забезпечить у результаті надходження фінансових ресурсів до бюджетів всіх рівнів, а це, своєю чергою, стимулюватиме державні органи влади до ефективної та продуктивної реалізації функцій та завдань.

Бюджет країни планується відповідно до наявних можливостей залучення фінансових ресурсів та необхідних напрямів фінансування видатків. Він є специфічним показником економічних, соціальних і політичних особливостей розвитку держави. Формування бюджету здійснюється з огляду на економічний потенціал країни, нагальність та масштабність завдань, що постають перед нею, роль держави в економіці та інші фактори. При цьому джерела формування дохідної частини бюджету ідентифікують економічне становище країни, а напрями здійснення видатків – пріоритети на сучасному етапі її розвитку [1, с. 222].

Потреба в гармонізації бюджетних систем європейських країн і розробленні єдиних механізмів реалізації бюджетної політики була зумовлена підписанням у 1992 р. Маастрихтського договору, яким передбачалися певні кількісні обмеження щодо показників державних бюджетів країн і виступали критеріями можливості входження до ЄС. Так, рівень дефіциту державного бюджету не повинен перевищувати 3% ВВП, а загальний

державний борг – 60%. Починаючи з 2003 р. весь бюджетний процес на рівні країн ЄС здійснюється за єдиною методологією розроблення, ухвалення й виконання бюджетів, яка передбачає використання середньострокового бюджетного планування. Такий підхід надає можливість бюджетного фінансування цільових програм, реалізація яких виходить за межі фінансового року, а також дає змогу планувати витрати в розрізі окремих інституцій ЄС та стратегічних і тактичних цілей розвитку [2, с. 46].

Європейський Союз як інтеграційне об'єднання налічує 28 незалежних держав-членів та діє через систему незалежних наднаціональних інституцій та спільно узгоджених рішень держав-членів. Найважливішими інституціями ЄС є: Європейська комісія, Рада Європейського Союзу, Європейська рада, Суд Європейського Союзу, Європейський центральний банк та Європейський парламент.

Сукупність бюджету ЄС і національних бюджетів країн-членів утворює бюджетну систему блоку. Вона має трикомпонентну організаційну структуру: бюджет ЄС, національні бюджети та регуляторні інститути [3, с. 9].

В умовах глобалізації економічних відносин сформувалася особлива система фінансування діяльності, яка ґрунтується на використанні власних коштів Співтовариства. Нині наявність так званої «системи власних ресурсів» у формі єдиного бюджету ЄС, управління яким здійснюється наднаціональними інститутами, є істотною відмінністю Європейського Союзу від інших міжнародних організацій. Єдиний бюджет – це основний фінансовий документ Євросоюзу, що фіксує всі статті доходів і видатків ЄС, який затверджується спільно Радою і Парламентом. Бюджетна система ЄС виконує функції, подібні завданням національних бюджетів, – вирівнювання доходів і економічне регулювання. Спільний бюджет являє собою фінансовий інструмент організованого регулювання інтеграційних процесів, а отже, передбачає тільки колективні методи управління. Розподіл коштів визначається не внеском конкретної країни до єдиного бюджету, а значенням відповідних рішень для соціального й економічного зміцнення об'єднання [4].

У бюджетному процесі принципи є основою для всіх конкретних правових актів, юридично значущих дій органів і посадових осіб, яким державою надані повноваження з бюджетної діяльності [5, с. 296].

До основних принципів бюджетної політики ЄС належать принципи: єдності і бюджетної точності, щорічності, рівноваги, розрахункової одиниці, універсальності, специфікації, розумного фінансового менеджменту та прозорості. Вони прописані в Регламенті Ради № 1605/2002 від 25 червня 2002 р. щодо фінансового регламенту, що застосовується до загального бюджету європейських спільнот [6].

Бюджет ЄС – основний інститут бюджетної політики Союзу, як економічна категорія являє собою план формування та використання централізованого фонду фінансових ресурсів, а як суспільна категорія – сукупність економічних відносин ЄС і країн-членів із забезпечення завдань і функцій наднаціональних інституцій ЄС [3, с. 9]. Важливо відзначити, що бюджет ЄС – основна фінансова база інтеграційних заходів у межах Союзу [7]. Принципи побудови бюджетної системи ЄС порівняно з принципами національних бюджетних систем підтверджують бажання максимально зберегти бюджетну самостійність держав-членів, основою якої є внутрідержавна бюджетна децентралізація. Водночас застосування наднаціональних механізмів сприяє стиранню кордонів, розмиванню основ класичного суверенітету [3, с. 10].

Особливостями фінансів ЄС є те, що вони утворюються повністю за рахунок власних фінансових ресурсів, без обмеження інших видів джерел, а їх збором і передачею до бюджету ЄС займаються безпосередньо країни-учасниці. Для підтримки бюджетної дисципліни ЄС не приймає будь-які рішення, які можуть мати істотні наслідки для бюджету, без надання гарантій щодо можливості фінансування в межах власних коштів Союзу [8].

За даними ЄС, доходи бюджету поділяються на чотири категорії [8]:

1. Традиційні власні ресурси – це переважно імпортне мито за ввезення товарів до країн ЄС. Митами обкладається більшість продукції, що імпортується на митну територію Спільноти. Європейська комісія має у своєму складі інспекторів для забезпечення дотримання правил збору цих податків у країнах Союзу. Останні, своєю чергою, несуть повну відповідальність за порушення договірних умов передавання доходів у бюджет ЄС і повинні здійснювати відшкодування збитків за рахунок своїх власних коштів.

2. Ресурси, засновані на ПДВ. Податок на додану вартість – це податок, який сплачується від продажу товарів (робіт, послуг) на території Європейського Союзу і розраховується країнами – членами ЄС за єдиною системою, що визначена директивами Ради ЄС, прийнятими в різні роки.

3. Ресурси, засновані на валовому національному доході (ВНД або ВНП) усіх держав – членів ЄС, запроваджений із 1988 р. Сьогодні вони утворюють найбільше джерело доходів.

Це балансуюча стаття, яка визначається виходячи з розмірів ВНП за узгодженими правилами відповідно до потреб бюджету. Країни – члени ЄС можуть користуватися деяким коректуванням під час розрахунку своїх внесків. Спірні питання вирішуються за допомогою контрольних перевірок, переговорів, звернень до Європейського суду.

Надходження у загальний бюджет ЄС від ВНП та ПДВ здійснюються щомісячно на основі затвердженого кошторису, що може переглядатися та уточнюватися.

4. Інші доходи становлять приблизно 1–5% загального бюджету ЄС і включають: відсотки за вкладами або за простроченими платежами, штрафи з підприємств за порушення конкуренції або інших законів, податки із заробітної плати співробітників ЄС, внески країн – членів ЄС для фінансування громадських програм, платежі, що не входять до організацій ЄС, будь-які інші кошти, що залишилися від попереднього бюджету.

Аналіз сучасного стану та структури бюджету ЄС свідчить про значне превалювання власних фінансових ресурсів [9, с. 174]. Проаналізуємо динаміку доходів бюджету ЄС (табл. 1).

За даними табл. 1 видно, що власні ресурси є основним джерелом надходжень до бюджету ЄС. У 2017 р. вищезазначений показник становив 131 718,0 млн. євро, що на 1 958,7 млн. менше порівняно з 2016 р. Решту доходів ЄС становлять доходи, які отримані від органів та інститутів ЄС. Спостерігається стійка тенденція до зменшення надлишків та переоцінок із минулих років на 1 349 млн. євро порівняно з 2016 р.

Розглянемо питому вагу надходження до бюджету ЄС за 2015–2017 рр. (рис. 1).

З рис. 1 видно, що основну частину надходжень ЄС формують власні ресурси (Own Resources), що є ключовою особливістю бюджетної політики ЄС, оскільки символізує нетрафаретність розвитку європейської інтеграції. Протягом 2016–2017 рр. спостерігається стійка тенденція надходжень за рахунок власних ресурсів – 97,83% та 97,94 % відповідно в 2016 та 2017 рр.

«Власними» ці ресурси називаються тому, що вони належать ЄС відповідно до його законодавчої бази і сплачуються державами-членами без прийняття ними будь-яких додаткових рішень. Зобов'язання здійснити платежі до бюджету ЄС у держав-членів з'являється автоматично з моменту прийняття бюджету на фінансовий рік [9].

Витратна частина бюджету ЄС спрямована на виконання положень засновницьких договорів європейських спільнот і Договору про Європейський Союз. Вона включає витрати на реалізацію всіх секторальних політик ЄС, витрати на спільну зовнішню політику безпеки, поліційну та судову співпрацю та ін. При цьому в бюджеті ЄС витрати групуються за інституціями, які в бюджетному процесі прийнято називати секціями з поділом на глави, розділи, статті та пункти. Глави і розділи виділяються відповідно до стратегічних і тактичних цілей соціально-економічного розвитку ЄС, а статті та пункти виділяються залежно від можливих форм і видів бюджетних видатків [2].

Бюджет ЄС забезпечує різноаспектну фінансову діяльність починаючи від розвитку сільської місцевості та охорони навколишнього середовища. Комісія, Рада та Парламент беруть участь у визначенні розміру бюджету та його розподілі, проте саме Комісія відповідає за витрати.

Розглянемо структуру видаткової частини бюджету ЄС за 2017 р. (рис. 2).

За даними рис. 2 видно, що витрати на ефективний та всеохоплюючий розвиток займають найбільшу питому вагу в загальних витратах бюджету ЄС у 2017 р. (14% та 34%) і поділяються на два основні напрями: конкурентоспроможність для зростання та створення робочих місць; економічна, соціальна та територіальна єдність.

Видатки бюджету ЄС зумовлюють багатовекторний вплив на стан розвитку держав у цілому, а отже, є ключовим складником державного регулювання економіки.

Таблиця 1

Доходи бюджету ЄС у 2015–2017 рр., млн. євро

№ п/п	Показник	Роки			Відхилення (+;-)	
		2015	2016	2017	2017 проти 2016	2017 проти 2015
1.	Власні ресурси	130738,0	133676,7	131718,0	-1958,7	980
2.	Надлишки, баланси, переоцінки	8031,2	1349	0,0	-1349	-8031,2
3.	Доходи, нараховані з доходів органів та інститутів ЄС	1328,6	1348,0	1490,3	142,3	161,7
4.	Доходи від адміністративних операцій інститутів ЄС	563,2	55,5	70,2	14,7	-493
5.	Внески та повернення відповідно до програм та угод ЄС	4197,8	60,0	60,0	0	-4137,8
6.	Відсотки з простроченої заборгованості перед ЄС та штрафи	1703,1	123,0	1120,0	997	-583,1
7.	Доходи від виданих позик	42,4	5,2	6,9	1,7	-35,5
8.	Інші доходи	19,4	25,0	25,0	0	5,6
9.	УСЬОГО	146624	136642	134490	-2152	-12133

Джерело: складено за [10, с. 22]

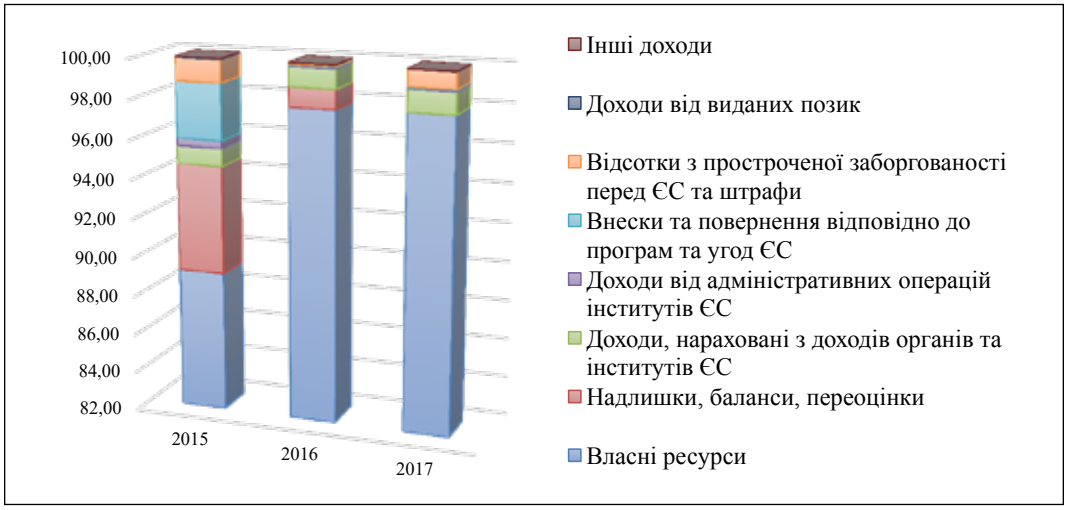


Рис. 1. Питома вага доходів бюджету ЄС, 2015–2017 рр., %

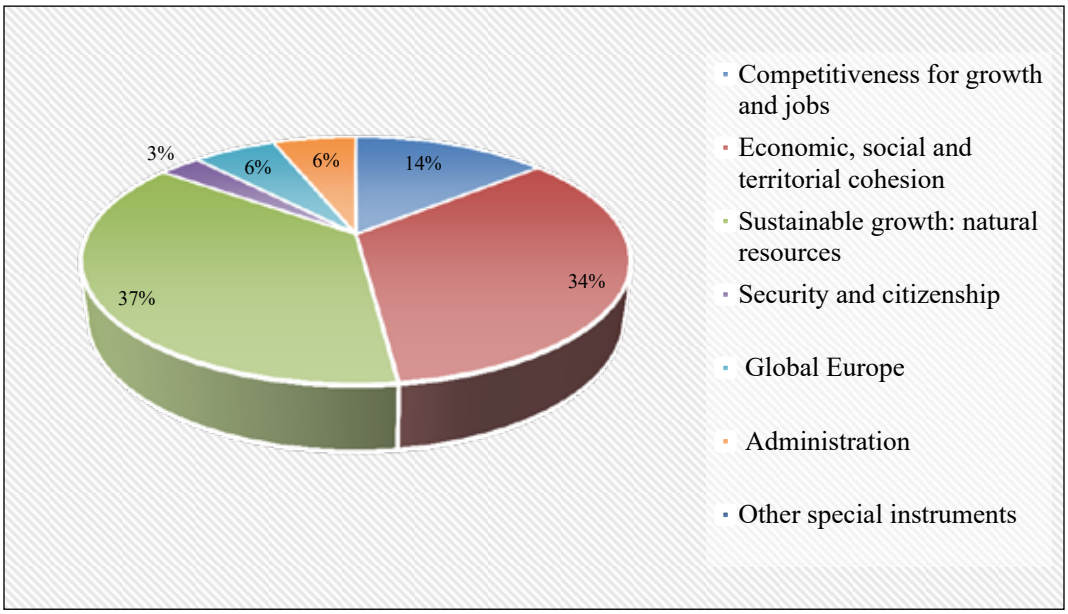


Рис. 2. Структура видаткової частини бюджету ЄС за 2017 р., % [11]

Висновки з проведеного дослідження. Основним завданням соціальної політики ЄС є забезпечення «інклюзивного (всеохоплюючого) зростання» з високим рівнем зайнятості й скороченням кількості людей, що живуть в умовах бідності або ризику соціальної ізоляції. Саме тому на забезпечення ефективного та всеохоплюючого розвитку в бюджеті ЄС заплановано найбільші видатки, а саме 49,1% від усієї видаткової частини бюджету. Такий обсяг фінансування соціальної сфери зумовлений необхідністю подолання наслідків значної диференціації соціального та економічного розвитку країн ЄС. Причому найбільший обсяг фінансування соціальної сфери припадає на країни з найнижчим розвитком серед країн ЄС. Саме тому для реалізації цілей соціальної політики ЄС фактично більш розвинуті країни повинні фінансувати менш розвинуті. За умови збереження проведення політики інтеграції з подальшим перерозподілом у бік «найслабших» ЄС досягне запланованих показників та посилить свої позиції на міжнародному ринку [12].

У контексті вищезазначеного, можна зробити висновок, що бюджетна система ЄС у контексті формування та використання бюджету сформувалася під впливом еволюційних, національних особливостей та соціально-економічних факторів, що зумовило створення та функціонування ефективної, унікальної та уніфікованої системи фінансування бюджету країн-членів, додержання принципів збалансованості бюджетних доходів і видатків. Саме тому бюджет ЄС – важливий інструмент впливу на соціально-економічні сфери країн-членів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маркуц Ю.І. Формування державного бюджету в розвинутих країнах світу та в Україні. Бізнес Інформ. 2016. № 11. С. 222–227.
2. Порівняльна характеристика принципів реалізації бюджетної політики країн ЄС та України в частині формування державних видатків / Н.А. Дехтяр, І.М. Боярко, О.В. Дейнека. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 45–50.
3. Поручник А.М., Кулай А.В. Процеси бюджетної консолідації в Європейському Союзі. Міжнародна економічна політика. 2015. № 1(22). С. 5–10. URL: http://iepjournal.com/journals/22/2015_1_Poruchnik_Kudlai.pdf.
4. Березовська І.А. Правові засади сучасного бюджетного права Євросоюзу. Порівняльно-правові дослідження. 2009. № 2. С. 62–67.
5. Мазур Т.В. Принципи бюджетного процесу у контексті інтеграції України до Європейського Союзу. Ефективність державного управління. 2014. Вип. 40. С. 295–303. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2014_40_39.
6. Бояр А.О. Принципи функціонування бюджетної системи Європейського Союзу (The European Union Budgetary Principles). Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Економічні науки. 2009. № 7. С. 199–203.
7. Бица Р. Бюджет ЄС – фінансова основа успіху союзу. IV Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». 2011. С. 18. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10156/2/Conf_2011v2_Bitsa_R-Biudzhet_YeS-finansova_osnova_18.pdf.
8. Черемісова Т.А. Фінанси європейського союзу та особливості їх організації. Економічний форум. 2014. № 2. С. 29–35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2014_2_7.
9. Рожко О.Д. Практика формування власних фінансових ресурсів бюджету ЄС в умовах інтеграції національних систем державних фінансів. Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Економіка. 2013. Вип. 4. С. 172–178. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu_2013_4_26.
10. General budget of the European Union for the financial year 2017. Official Journal of the European Union. URL: http://eur-lex.europa.eu/budget/www/index-en.htm.
11. How is the EU budget spent?. Official website of the European Union. URL: https://europa.eu/european-union/about-eu/money/expenditure_en.
12. Ралко О.С. Особливості реалізації соціальної політики ЄС. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Економіка і менеджмент. 2016. С. 37–40. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/21-2016/9.pdf.

REFERENCES:

1. Markuts Yu. I. (2016) Formuvannia derzhavnoho biudzhetu v rozvynutykh krainakh cvitu ta v Ukraini [The Formation of the State Budget in the Developed countries and in Ukraine]. Biznes inform – Business inform, 11, 222-227 [in Ukrainian].
2. Dekhtyar N. A., Boyarko I. M., Deyneka O. V. (2013) Porivnialna kharakterystyka pryntsypiv realizatsii biudzhetnoi polityky krain YeS ta Ukrainy v chastyni formyvannia derzhavnykh vydatkiv [Comparative Characteristics of the Principles of Realisation of the Budget Policy of the EU Countries and Ukraine in the part of Formation of State Expenditures]. Biznes inform – Business inform, 8, 45-50 [in Ukrainian].
3. Poruchnyk A. M., Kulai A. V. (2015) Protsesy biudzhetnoi konsolidatsii v Yevropeiskomu Soiuzi [Fiscal consolidation processes in the European Union]. Mizhnarodna ekonomichna polityka – International economic policy, 1(22), 5-10. Retrieved from http://iepjournal.com/journals/22/2015_1_Poruchnik_Kudlai.pdf [in Ukrainian].
4. Berezovska I. A. (2009) Pravovi zasadu suchasnogo biudzhetnoho prava Yevrosoiuzu [The Legal Basis of a Modern Budget Law of the European Union]. Porivnialno-pravovi doslidzhennia – Comparative legal studies, 2, 62-67 [in Ukrainian].
5. Mazur T. V. (2014) Pryntsypy biudzhetnoho protsesu u konteksti intehratsii Ukrainy do Yevropeiskoho Soiuzu [Principles of the budget process in the context of integration of Ukraine into the European Union]. Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia – Efficacy public administration, 40, 295-303 [in Ukrainian].
6. Boiar A. O. (2009) Pryntsypy funktsionuvannia biudzhetnoi systemy Yevropeiskoho Soiuzu [The European Union Budgetary Principles]. Ekonomichni nauky – Economic sciences, 7, 199-203 [in Ukrainian].
7. Bytsa R. (2011) Biudzhet YeS – finansova osnova uspikhu soiuzu [The EU budget is the financial foundation for the success of success of union]. Pryrodnychi ta humanitarni nauky – Natural and Human Sciences, 18. Retrieved from http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/10156/2/Conf_2011v2_Bitsa_R-Biudzhet_YeS-finansova_osnova_18.pdf [in Ukrainian].
8. Cheremisova T.A (2014) Finansy Yevropeiskoho soiuzu ta osoblyvosti yikh orhanizatsii [EU finance and features of their formation]. Ekonomichnyi forum – Economic forum, 2, 29-35. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2014_2_7 [in Ukrainian].
9. Rozhko O. D. (2013) Praktyka formuvannia vlasnykh afinansovykh resursiv biudzhetu YeS v umovakh intehratsii natsionalnykh system derzhavnykh finansiv [Practice of formation the own financial resources of the EU budget under condition of integration of the national system of state finance]. Naukovyi visnyk ChDIEU–ScientificjournalofChSIEM,4,172-178.Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/NvChdieu_2013_4_26 [in Ukrainian].
10. General budget of the European Union for the financial year 2017. Official Journal of the European Union. Retrieved from http://eur-lex.europa.eu/budget/www/index-en.htm [in English].
11. How is the EU budget spent?. Official website of the European Union. Retrieved from https://europa.eu/european-union/about-eu/money/expenditure_en [in English].
12. Ralko O. S. Osoblyvosti realizatsii sotsialnoi polityky YeS [Features of realization of social policy of the EU]. Ekonomika I menedzhment – Economics and Management, 37-40. Retrieved from http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/21-2016/9.pdf [in Ukrainian].

Kolupayev Yu. B.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Finance, Banking and Insurance
Melnychuk I. O.
Postgraduate Student,
Lecturer at Department of Finance, Banking and Insurance
National Academy of Statistics, Accounting and Audit

PROBLEM ASPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE EU BUDGET

One of the priorities of the reform of the EU budget system at the present stage is the possibility of stabilizing and developing international relations. In the article, features of the EU budget policy under conditions of globalization of socio-economic relations are determined. It deals with the main theoretical aspects of formation and development of the EU budget. Principles of effective financial management of the EU budget are revealed. It considers specific features of the organization of the budget process of the EU.

This paper analyses the current budgetary system of the EU, its features from the standpoint of budgetary revenue and expenditure.

Most economists would concur that the budget policy is the most powerful tool of development in the country. The size of expenditures and revenue of the EU budget and its impact on human development has emerged as a major public choice issue. The budget of the EU is the only centralized instrument for the implementation of the common fiscal policy at the EU level. Therefore, the basic functions of the budget are the implementation of the budgetary policy among the regions or among individuals.

Income and expenditure structure of the EU budget is investigated. This paper assesses the impact of budget expenditures and revenue on the UE budget system in the past 3 years. Determined that, in the EU, for 2015–2017, the own resources account for approximately 98% of the budget. The total amount of own resources to cover annual payment appropriations are not allowed to exceed 1.20% of the EU's gross national income. The remaining approximately 2% of budget revenue comes from other sources of income.

By analysing formation and development of the EU budget, we can conclude that the EU is a complex political and economic formation that consists of a system of own resources.

МІСЦЕ ПОДАТКОВИХ ПЕРЕВІРОК У СФЕРІ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ
PLACE OF TAX AUDITS IN THE FIELD OF TAX CONTROL

УДК 336.225.673

Литвинчук І.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту
Житомирський державний технологічний університет
Прохорчук Н.О.
аспірант, асистент кафедри фінансів і кредиту
Житомирський державний технологічний університет

Досліджено теоретичні аспекти здійснення податкового контролю та визначено місце податкових перевірок у ньому. З урахуванням змін податкового законодавства місце податкових перевірок проаналізовано з виділенням таких елементів, як сутність, об'єкт і суб'єкт податкових перевірок, склад податкових правопорушень, способи їх здійснення та форми, визначені Податковим кодексом України. Обґрунтовано, що за допомогою податкових перевірок контролюючі органи перевіряють дотримання платниками податків податкової дисципліни, що, своєю чергою, впливає на рівень податкової безпеки держави і визначає у підсумку її економічну залежність.

Ключові слова: *податкові перевірки, податковий контроль, камеральна перевірка, фактична перевірка, документальна перевірка, зустрічна звірка, податкова безпека держави.*

Исследованы теоретические аспекты осуществления налогового контроля и определено место налоговых проверок в нем. С учетом изменений налогового законодательства место налоговых проверок проанализировано с выделением таких элементов, как сущность, объект и субъект налоговых проверок, состав налоговых правонарушений, способы их осуществления и формы, определенные Налоговым кодексом Украины. Обосновано, что с помощью налоговых проверок контролирующие органы проверяют соблюдение налогоплательщиками налоговой дисциплины, что, в свою очередь, влияет на уровень налоговой безопасности государства и определяет в итоге ее экономическую зависимость.

Ключевые слова: *налоговые проверки, налоговый контроль, камеральная проверка, фактическая проверка, документальная проверка, встречная сверка, налоговая безопасность государства.*

Theoretical aspects of the implementation of tax control are investigated, as well as the place of tax audits in it is determined. Taking into account changes in tax legislation, the place of tax audits is analysed with the highlighting such elements as the essence, object, and subject of tax audits, the composition of tax offenses, their implementation and forms specified by the Tax Code of Ukraine. It is substantiated that with the help of tax audits, controlling bodies check compliance with taxpayers' tax discipline, which, in turn, affects the level of tax security of the state, as well as finally determines its economic dependence.

Key words: *tax inspections, tax control, desk audit, field audit, documentary audit, cross inspections, tax security of state.*

Постановка проблеми. Важливим складником контролю у сфері фінансів є податковий контроль як система забезпечення податкової дисципліни, досягнення своєчасності й повноти виконання платниками податків своїх податкових обов'язків щодо нарахування та сплати податків, дотримання строків внесення обов'язкових платежів до бюджетів. Оскільки стан національної безпеки держави значною мірою залежить від розвитку та ефективності податкової політики держави, лояльності та гнучкості податкової системи, то чим якісніше контролюючі органи здійснюватимуть податкові перевірки, тим вищий рівень її податкової безпеки буде забезпечено. Водночас контроль як основна функція державного управління передбачає відповідальність перед суспільством, що, своєю чергою, є важливим чинником соціально-економічної стабільності держави та її фінансової безпеки.

Отже, актуальними є подальше вдосконалення методів, форм, напрямів здійснення податкового контролю, підвищення його якісного рівня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стану та особливостей здійснення в Україні податкового контролю відображено в наукових працях таких учених, як П. Буряк, В. Єгарміна, Г. Нестеров, О. Ногіна, К. Хмільовська, П. Чистяков та ін. [1; 2; 4; 5; 7; 8]. Однак щодо питань удосконалення та розвитку механізму податкових перевірок у системі забезпечення податкової безпеки країни погляди дослідників протилежні. Зокрема, залишаються невирішеними питання визначення місця податкових перевірок у сфері податкового контролю та їх впливу на податкову безпеку держави.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування теоретичних положень організації податкового контролю як важливого складника державного фінансового контролю та визначення місця податкових перевірок у контрольному процесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження науковців свідчать, що податковий контроль є важливим складником державного фінансового контролю, інші вбачають у ньому самостійний вид контролю. Крім того, деякі автори ототожнюють податкову перевірку і податковий контроль, а інші – відзначають підпорядкований характер цих понять. Дискусійним залишаються й питання щодо сутності, функціонального призначення, мети і завдань, а також принципів організації податкового контролю.

Найпоширенішим визначенням податкового контролю у фінансовій літературі є таке: «Податковий контроль – це окремий складник системи управління податковою системою, що забезпечує дотримання діючого податкового законодавства для забезпечення грошовими ресурсами бюджету і державних цільових фондів» [1, с. 34].

Згідно з ПКУ, податковий контроль – система заходів, що вживаються контролюючими орга-

нами та координуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику, для контролю правильності нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, а також дотримання законодавства з питань регулювання обігу готівки, проведення розрахункових та касових операцій, патентування, ліцензування та іншого законодавства, контроль над дотриманням якого покладено на контролюючі органи [6, ст. 61].

На нашу думку, податковий контроль є складним багатовимірним процесом, а уточнення його теоретико-методологічних засад і розроблення конкретних рекомендацій щодо вдосконалення проведення різнопланових контрольно-ревізійних та експертних заходів сприятиме підвищенню його дієвості та ефективності, впливаючи на рівень податкової безпеки держави.

Форма податкового контролю як зовнішнє вираження його змісту проявляється насамперед у застосуванні тих чи інших прийомів, способів для встановлення фактів об'єктивної дійсності та їх фіксації в документах податкового контролю. Це регламентований нормами податкового законодавства спосіб організації і проведення заходів податкового контролю, що являє собою сукупність методів, використовуваних для досягнення конкретного завдання податкового контролю; організаційна єдність контрольних заходів та процедур, об'єднаних єдиною метою [7, с. 55].

Однією з форм податкового контролю є податкові перевірки, суть яких полягає у проведенні податковим органом комплексу заходів, що регламентовані нормативно-правовими актами про податки і збори та мають за мету перевірку правильності й повноти сплати податків, зборів і обов'язкових платежів у відповідні бюджети, а також дотримання інших норм податкового законодавства. Водночас визначення форм податкового контролю як законодавчо регламентованих способів організації контрольних заходів не охоплює всю складність і повноту цього питання.

У світовій практиці використовується багато форм практичної організації контрольних перевірок. Аналіз правових актів податкового законодавства різних країн свідчить про наявність різноманітних форм податкового контролю і податкових перевірок. При цьому можна помітити, що за однакового змісту існує різне номінальне позначення цих форм і, навпаки, за майже ідентичності формального визначення – різний зміст [3].

Згідно з типовою програмою податкового аудиту Управління з бюджетних питань МВФ, податково-перевірочна робота містить такі блоки:

– перевірка показників, наведених у звітах (внутрішньо документальний і перехресний контроль даних різних звітів платника податків);

– реєстраційний (позаплановий), що передбачає відвідування платників податків, переважно новостворених малих і середніх організацій;

– спеціальні та комплексні перевірки (документальний виїзний контроль);

– розслідування випадків податкового шахрайства. У найбільш серйозних випадках шахрайства може знадобитися проведення кримінального розслідування, що передбачає обшуки (в офісах чи вдома), вилучення доказів, показання свідків тощо.

Отже, загальновизнаними формами контрольної діяльності податкових органів є камеральна (перевірка податкових декларацій) і виїзна (податковий аудит) перевірки [10, с. 73–76].

Особливість податкового контролю у вигляді податкових перевірок полягає у тому, що її суб'єктами є не лише безпосередньо платники податків і зборів, а й податкові агенти, які представляють зобов'язану сторону в податкових правовідносинах, а також свідки та експерти.

Об'єктом податкової перевірки є дії (бездіяльність) особи, що перевіряється, з належного обліку і здійснення операцій з об'єктами оподаткування, дотримання порядку сплати податків та зборів (обов'язкових платежів), правомірного використання податкових пільг, а предметом – грошові документи, бухгалтерські книги, звіти, кошториси, декларації, інші носії інформації, пов'язані з обчисленням і сплатою податків та зборів (обов'язкових платежів) [5].

Згідно з податковим законодавством, формами податкових перевірок є:

– камеральна перевірка, яка проводиться у приміщенні контролюючого органу виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків та даних системи електронного адміністрування податку на додану вартість (даних центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів, в якому відкриваються рахунки платників у системі електронного адміністрування податку на додану вартість, даних Єдиного реєстру податкових накладних та даних митних декларацій), а також даних Єдиного реєстру акцизних накладних та даних системи електронного адміністрування реалізації пального;

– документальна перевірка, предметом якої є своєчасність, достовірність, повнота нарахування та сплати всіх передбачених податковим кодексом податків та зборів, а також дотримання валютного та іншого законодавства, контроль над дотриманням якого покладено на контролюючі органи, дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин із працівниками (найманими особами) та яка проводиться на підставі податко-

вих декларацій (розрахунків), фінансової, статистичної та іншої звітності, регістрів податкового та бухгалтерського обліку, ведення яких передбачено законом, первинних документів, які використовуються в бухгалтерському та податковому обліку і пов'язані з нарахуванням і сплатою податків та зборів, виконанням вимог іншого законодавства, контроль над дотриманням якого покладено на контролюючі органи, а також отриманих в установленому законодавством порядку контролюючим органом документів та податкової інформації, у тому числі за результатами перевірок інших платників податків;

– фактична перевірка, що здійснюється за місцем фактичного провадження платником податків діяльності, розташування господарських або інших об'єктів права власності такого платника. Така перевірка здійснюється контролюючим органом щодо дотримання норм законодавства з питань регулювання обігу готівки, порядку здійснення платниками податків розрахункових операцій, ведення касових операцій, наявності ліцензій, свідоцтв, у тому числі про виробництво та обіг підакцизних товарів, дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин із працівниками (найманими особами) [6].

Своєю чергою, Н.А. Маринів класифікувала податкові перевірки: 1) залежно від обсягу контрольованих дій на: вибіркові (перевірки, що здійснюються для аналізу конкретних питань у діяльності контрольованого суб'єкта), комплексні (перевірки, що здійснюються для аналізу всієї діяльності контрольованого суб'єкта), цільові чи тематичні (перевірки окремого напряму діяльності чи виду операцій суб'єкта, що контролюється); 2) залежно від повноти охоплення предметів контролю на: часткові (перевірка частини документів, що виділяються за певним принципом) та суцільні (перевірка усіх документів контрольованого суб'єкта, що стосуються виконання ним податкового обов'язку); 3) залежно від місця проведення на: камеральні, які, своєю чергою, вона поділяє на формальні (перевірка наявності необхідних документів та форм звітності, порядку та форми їх заповнення, усіх передбачених законодавством підписів тощо), арифметичні (перевірка правильності арифметичного підрахунку підсумкових сум у документах), безпосередньо камеральні (перевірка цифрових даних, відповідно з якими визначається сума податку, його ставки, пільги та відшкодування) та виїзні; 4) залежно від періодичності їх проведення на: планові, позапланові (до яких вона зараховує і повторну перевірку). Окремо науковець виділяє зустрічну податкову перевірку та перевірку стану збереження активів платника податків, які перебувають у податковій заставі [3, с. 116–123].

Значна увага приділялася і зустрічним перевіркам. На думку П.М. Чистякова, зустрічна перевірка – лише різновид позапланової перевірки [8].

Для отримання податкової інформації, необхідної у зв'язку з проведенням перевірок, контролюючі органи мають право здійснювати зустрічні звірки даних суб'єктів господарювання щодо платника податків.

Під час зустрічної звірки здійснюється співставлення даних, отриманих від платників податків та інших суб'єктів інформаційних відносин, для документального підтвердження господарських відносин із платником податків та зборів, а також підтвердження відносин, виду, обсягу й якості операцій та розрахунків, що здійснювалися між ними, для з'ясування повноти їх відображення в обліку платника податків.

Під час проведення зустрічної звірки з'ясовуються лише питання, зазначені у письмовому запиті контролюючого органу на проведення зустрічної звірки.

Форма запиту контролюючого органу на проведення зустрічної звірки встановлюється центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику.

Зустрічні звірки не є перевірками і проводяться в порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України. За результатами зустрічних звірок складається довідка, що надається суб'єкту господарювання у 10-денний строк. Повторне здійснення зустрічних звірок контролюючими органами з одного й того самого питання заборонено [6].

В умовах постійних змін податкового законодавства важливим є визначення місця податкових перевірок у системі податкового контролю. Пропонуємо в системі податкового контролю виділити такі елементи: сутність, об'єкт і суб'єкт податкових перевірок, склад податкових правопорушень, способи їх здійснення та форми, визначені Податковим кодексом України.

Місце податкових перевірок у системі податкового контролю представлено на рис. 1.

Враховуючи, що одними з ключових індикаторів податкової безпеки держави є кваліфіковані кадри у сфері оподаткування, ефективність адміністрування податків та дієвість податкового контролю [9, с. 7], велике значення має ефективність діяльності органів державної фіскальної служби та інших уповноважених контролюючих органів через здійснення ними податкових перевірок.

Оскільки на рівень податкової безпеки впливає гарантоване надходження податкових платежів до бюджету, що залежить від ефективно діючої системи адміністрування податків і зборів, то податкові перевірки дають змогу податковій системі реалізувати фіскальну функцію для максимального узгодження інтересів держави, платників податків та суспільства у цілому.

Рис. 1. Місце податкових перевірок у системі податкового контролю [6]

Висновки з проведеного дослідження. Економічна та політична ситуація в Україні залишається нестабільною, постійні зміни в податковому законодавстві вимагають подальших досліджень цієї проблеми для вироблення нових методик та інструментарію здійснення податкових перевірок контролюючими органами, що впливатиме на забезпечення рівня податкової безпеки держави. Сучасний стан податкового контролю в Україні має свої недоліки та потребує вдосконалення, тому перспективним напрямом подальших досліджень має стати забезпечення ефективності проведення податкових перевірок, повноти використання бази оподаткування суб'єктами господарювання через сплату податків, зборів і обов'язкових платежів та своєчасність їх внесення до відповідних бюджетів, що впливатиме на реалізацію ефективного соціально-економічного розвитку держави.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий контроль / П.Ю. Буряк, Б.А. Карпінський, Н.С. Залуцька. К.: Хай-Тек Прес, 2007. С. 34.
2. Єгарміна В.Д. Податковий контроль: теоретичні засади та практика застосування. Зб. наук. пр. Нац. ун-ту держ. податк. служби України. 2011. № 1. С. 166–176.
3. Маринів Н. Податковий облік як спосіб здійснення податкового контролю. Вісник Національної академії правових наук України. 2014. № 3 (78). С. 116–123.
4. Нестеров Г.Г. Развитие механизмов налогового контроля в системе обеспечения экономической безопасности России: автореф. дис. … канд. экон. наук: спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит». М., 2009. 26 с.
5. Ногина О.А. Налоговый контроль: вопросы теории. СПб.: Питер, 2002. 160 с.
6. Податковий кодекс України від 13.07.2017 № 2143-VIII. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.
7. Хмільовська К.В. Організаційні засади податкового контролю. Фінанси України. 2003. № 2. С. 50–58.
8. Чистяков П.М. Контроль органів державної податкової служби України за підприємницькою діяльністю, яка підлягає ліцензуванню: теорія та практика реалізації: дис. … канд. юрид. наук: 12.00.07. Запоріжжя, 2004. 256 с.
9. Цимбалюк І.О. Податкова безпека в системі фінансової безпеки держави. Стратегічне управління національним економічним розвитком: монографія: у 2-х т.; за заг. ред. О.В. Кендюхова. Донецьк: ДонНТ, 2013. Т. 2. С. 13–23.
10. Шевчук О.А. Формы и методы налогового контроля. Економічний часопис XXI. 2013. № 1. С. 73–76.

REFERENCES:

1. Buriak P.Yu, Karpins'kyj B.A, Zaluts'ka N.S. (2007) Podatkovyj kontrol' [Tax control] K.: Khaj-Tek Pres,. pp 34. (in Ukrainian)
2. Yeharmina V. D. (2011) Podatkovyj kontrol': teoretychni zasady ta praktyka zastosuvannia [Tax Control: Theoretical Basis and Practice of Application] Zb. nauk. pr. Nats. un-tu derzh. podatk. sluzhby Ukrainy, no 1, pp 166–176. (in Ukrainian)
3. Maryniv N. (2014) Podatkovyj oblik iak sposib zdijsnennia podatkovoho kontroliu [Tax accounting as a method of tax control] Visnyk Natsional'noi akademii pravovykh nauk Ukrainy no 3 (78), pp 116-123 (in Ukrainian)
4. Nesterov H. H. (2009) Razvytye mekhanyzmov nalohovoho kontrolia v systeme obespechenyia ekonomycheskoj bezopasnosty Rossyy [Development of mechanisms of tax control in the system of economic security of Russia] (PhD Thesis), Moscow
5. Nohyna O. A.(2002) Nalohovyj kontrol': voprosy teoryy [Tax control: theory issues] SPb.: Pyter, pp 160 (in Russian)
6. Podatkovyj kodeks Ukrainy (2017) [Tax Code of Ukraine] Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17. (in Ukrainian)
7. Khmil'ovs'ka K. V. (2003) Orhanizatsijni zasady podatkovoho kontroliu [Organizational fundamentals of tax control] Finansy Ukrainy no2, pp 50–58. (in Ukrainian)
8. Chystiakov P.M. (2004) Kontrol' orhaniv derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy za pidpryiemnyts'koiu diial'nistiu, iaka pidliahaie litsenzuvanniu: teoriia ta praktyka realizatsii [Control of the bodies of the State Tax Service of Ukraine for the business activity subject to licensing: the theory and practice of realization] (PhD Thesis), Zaporizhzhia
9. Tsymbaliuk I.O., Kendiukhov O.V. (2013) Podatkova bezpeka v systemi finansovoi bezpeky derzhavy [Tax Security in the System of Financial Security of the State] Stratehichne upravlinnia natsional'nym ekonomichnym rozvytkom: monohrafiia: v 2 t., Donets'k: DVNZ "DonNT", vol T.2, pp 392. (in Ukrainian)
10. Shevchuk O.A. (2013) Formy y metody nalohovoho kontrolia. [Forms and methods of tax control] Ekonomichnyj chasopys KhKhI, vol 1, pp 73-76. (in Russian)

Lytvynchuk I.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Finance and Crediting
Zhytomyr State Technological University
Prochorchuk N.O.
Postgraduate Student
Assistant Lecturer at Department of Finance and Crediting
Zhytomyr State Technological University

PLACE OF TAX AUDITS IN THE FIELD OF TAX CONTROL

The article defines the place of tax audits in the field of tax control and their impact on tax security of the state. The main attention is paid to the study of the theoretical aspects of the implementation of tax control and to determining the place of tax audits in it. Taking into account changes in tax legislation, the place of tax audits is analysed with the highlighting such elements as the essence, object, and subject of tax audits, the composition of tax offenses, the methods of their implementation, and the forms specified by the Tax Code of Ukraine. It is substantiated that with the help of tax audits, controlling bodies check tax discipline compliance of taxpayers, which, in turn, affects the level of tax security of the state and finally determines its economic dependence.

Taking into account the foreign experience of tax audits, the use of different forms of their conduct is defined. Analysis of tax legislation legal acts of different countries indicates the presence of various forms of tax control and tax audits. In this case, one can notice that for the same content, there is a different denomination of these forms, and vice versa, for almost identical formal definition – different content. However, it is proved that the use of many forms of practical organization of control measures positively affects the quality of their implementation by the supervisory authorities.

The influence of tax inspections on tax security of the country is determined. It is proved that some of the key indicators of tax security of the state are as follows: qualified personnel in the field of taxation, the efficiency of tax administration, as well as the effectiveness of tax control. Therefore, the effectiveness of the activity of the bodies of the state fiscal service and other authorized control bodies is important due to their tax audits.

The economic and political situation in Ukraine remains unstable, constant changes in tax legislation require further research of this issue in order to develop new methods and tools for carrying out tax audits by controlling bodies that will affect the level of tax security of the state. Thus, the current state of tax control in Ukraine has its disadvantages and needs to be improved. Therefore, future research directions should be to ensure the effectiveness of tax audits, the completeness of the use of the tax base by business entities through the payment of taxes, fees, and compulsory payments and the timeliness of their inclusion in the relevant budgets, which will affect the implementation of effective socio-economic development of the state.

СОЦІАЛЬНІ ГАРАНТІЇ ЯК ФІНАНСОВИЙ ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

SOCIAL GUARANTEES AS A FINANCIAL FACTOR PROVIDING POPULATION'S STANDARD OF LIVING

УДК 336:364.05

Шостак Л.В.
к.е.н., доцент кафедри економіки безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Михальчук М.О.
студентка
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті розглянуто сутність та правове регулювання соціальних гарантій як джерела формування доходів населення України у 2018 р. Особливу увагу зосереджено на вивченні зарубіжного досвіду країн, що входять до складу Європейського Союзу, та методів розрахунку прожиткового мінімуму в інших країнах світу. Відображено специфіку формування споживчого кошика, який визначає прожитковий мінімум, порівняно зі споживчим набором, що найчастіше використовується для підрахунку рівня інфляції. Запропоновано напрями вдосконалення системи соціального захисту населення через підвищення розмірів мінімальних соціальних стандартів.

Ключові слова: *фінансові чинники, соціальні стандарти, державні соціальні гарантії, прожитковий мінімум, споживчий кошик, споживчий набір, мінімальна заробітна плата, доходи населення.*

В статье рассмотрены сущность и правовое регулирование социальных гарантий как источника формирования доходов населения Украины в 2018 г. Особое внимание сосредоточено на изучении зарубежного опыта стран, входящих в состав Европейского Союза, и методов расчета прожиточного минимума в других странах мира. Отображена специфика формирования потребительской корзины, которая определяет прожиточный минимум, по сравнению с потребительским набором, что наиболее часто используется для подсчета уровня инфляции. Предложены направления усовершенствования системы социальной защиты населения через повышение размеров минимальных социальных стандартов.

Ключевые слова: *финансовые факторы, социальные стандарты, государственные социальные гарантии, прожиточный минимум, потребительская корзина, потребительский набор, минимальная заработная плата, доходы населения.*

The article discussed essence and legal regulation of social guarantees as a source of generation of Ukrainian population's income in 2018. A particular attention focused on studying foreign experience of the European Union countries and methods to calculate subsistence level in other countries in the world. The main difference in the regulation of population incomes in Ukraine and abroad is that countries with high level of economic development are focused on providing a high living standard and our state sets minimums that function as a simple reproduction of labour power of an individual. Peculiarities of the formation of a consumer basket and consumer set are reflected too. Consumer basket determines the subsistence level, but consumer set is often used as an indicator which expresses inflation rate. Directions for improving social protection system are proposed due to increasing minimum social standards.

Key words: *financial factors, social standards, state social guarantees, subsistence minimum, consumer basket, consumer set, minimum wage, population income.*

Постановка проблеми. Прожитковий мінімум як базовий показник в економічній системі соціального забезпечення та формування рівня доходів громадян лягає в основу загальної оцінки рівня життя в Україні, визначення критеріїв бідності, установлення розмірів мінімальної заробітної плати та мінімальної пенсії за віком, визначення розмірів соціальної допомоги, допомоги сім'ям із дітьми, допомоги по безробіттю, а також стипендій та інших соціальних виплат. За останні роки конкретною проблемою встановлення та реалізації соціальних стандартів передусім є те, що відповідну законодавчу базу в Україні створено наприкінці минулого століття і сьогодні існує значна невідповідність реального стану забезпечення основних ставок прожиткового мінімуму задекларованим нормам порівняно з європейськими стандартами, а це значною мірою має негативний вплив на розвиток держави загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем у сфері доходів населення, зокрема встановленню та реалізації соціальних стандартів, присвячено праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як В. Антропов, Л. Богуш, Н. Борецька, С. Брю, Дж. Вейт-Вілсон, О. Величко, Е. Долан, В. Кравченко, Е. Лібанова, Д. Ліндсей, К. Макконнелл, С. Мельник, Ф. Нойман, О. Пищуліна, О. Тищенко, Л. Черенько. Значну увагу дослідженню проблеми прожиткового мінімуму в Україні приділили А. Баланда [6 с. 38–44; 7 с. 166–172] та О. Пищуліна [9].

Незважаючи на те що багатьом дослідникам удалося розкрити теоретичні аспекти функціонування соціальних гарантій як складника впливу на доходи населення, практичне їх застосування потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у розробленні пропозиції щодо поліпшення соціальної політики держави шляхом установлення адекватних розмірів прожиткового мінімуму та збільшення кількості товарів споживчого кошика на основі вивчення зарубіжного досвіду та наукових підходів з урахуванням особливостей соціально-економічного розвитку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожна країна, що є членом Європейського Союзу, розробляє стратегічний план, ефективну соціальну політику для забезпечення добробуту та

підвищення рівня життя населення. Беручи до уваги прагнення України до євроінтеграції, можна пересвідчитися, що ефективною соціальна політика буде лише в тому разі, якщо вона проводитиметься з урахуванням не тільки досвіду розвинених країн, а й особливостей умов економічного розвитку нашої держави, оскільки без урахування специфіки спроби простого повторення досвіду ніколи не дадуть очікуваних результатів. Такими особливостями є відсутність у більшості населення будь-якої приватної власності й брак навичок її використання, відсутність досвіду виживання в умовах жорстокої конкуренції та масового безробіття. Результатом якісної державної політики є не лише реалізація соціальних стандартів, нормативів і гарантій, які є визначальними для забезпечення потреб людини в матеріальних благах, послугах, а й регулювання національної економіки в ринкових умовах і спроможність на належному рівні вирішити певні соціальні та економічні проблеми.

Основною законодавчою базою, яка регулює низку пропозицій щодо мінімальних норм соціального забезпечення, є: Загальна декларація прав людини, проголошена Генеральною Асамблеєю ООН 10.12.1948 [11]; Конвенція про мінімальні норми соціального забезпечення № 102 (ратифіковано із заявою Законом ВРУ № 1024-VIII від 16.03.2016) [5]; Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» від 05.10.2000 № 2017-III [1]; Наказ МОЗ «Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії» від 03.09.2017 № 1073 [4]; Постанова КМУ «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» від 14.04.2000 № 656 (зі змінами від 11.10.2016) [3]. Відповідно до цих нормативних актів, кожна людина має право на соціальне забезпечення і на здійснення необхідних для підтримання її гідності та для вільного розвитку її особи прав і економічній, соціальній і культурній сферах за допомогою національних зусиль і міжнародного співробітництва та відповідно до структури і ресурсів кожної держави.

Базовим державним соціальним стандартом, на підставі якого визначаються державні соціальні гарантії та стандарти у сферах доходів населення, житлово-комунального, побутового, соціально-культурного обслуговування, охорони здоров`я та освіти, є прожитковий мінімум – вартісна величина достатнього для забезпечення нормального функціонування організму людини, збереження його здоров`я набору продуктів харчування, а також мінімального набору непродовольчих товарів та мінімального набору послуг, необхідних для задоволення основних соціальних та культурних потреб особи [2]. Прожитковий мінімум визначається нормативним методом у розрахунку на місяць на одну людину, а також окремо для тих, хто належить до основних соціальних та демографічних груп населення, а саме для:

– дітей віком до 6 років (на 2018 р.: з 1 січня – 1 492 грн., з 1 липня – 1 559 грн., з 1 грудня – 1 626 грн.);

– дітей віком від 6 до 18 років (на 2018 р.: з 1 січня – 1 860 грн., з 1 липня – 1 944 грн., з 1 грудня – 2 027 грн.);

– працездатних осіб (на 2018 р.: з 1 січня – 1 762 грн., з 1 липня – 1 841 грн., з 1 грудня – 1 921 грн.);

– осіб, які втратили працездатність (на 2018 р.: з 1 січня – 1 373 грн., з 1 липня – 1 435 грн., з 1 грудня – 1 497 грн.) [4].

Прожитковий мінімум на одну людину (у 2018 р.: з 1 січня – 1 700 грн., з 1 липня – 1 777 грн. з 1 грудня – 1 853 грн.), а також окремо за основними соціальними і демографічними групами населення щорічно затверджується Верховною Радою України та періодично переглядається згідно зі зростанням індексу споживчих цін разом з уточненням показників державного бюджету України.

В інших країнах світу для розрахунку прожиткового мінімуму можуть використовуватися такі методи, як [12]:

- статистичний – установлюється на рівні доходів, які мають 10–20% найменш заможних громадян певної держави. Цей метод може застосовуватися у державах із досить високим рівнем доходів громадян;
- суб'єктивний (соціологічний) – базується на проведені соціологічних опитувань населення про необхідний мінімальний дохід. Результати цього методу можуть бути не підкріплені реальними економічними можливостями держави, проте він виражає справжні потреби людей;
- ресурсний – виходить із можливості економіки забезпечувати прожитковий мінімум. Він застосовується у високорозвинених країнах;
- комбінований – поєднує у собі декілька методів, зокрема вартість харчування визначається за нормами, житлово-комунальні послуги – за фактичною вартістю, а непродовольчі товари – за їх відсотковою часткою в загальних витратах;
- нормативний – полягає у встановленні вартісної величини прожиткового мінімуму через мінімальний споживчий кошик. Такий метод є найпоширенішим, оскільки враховує певні особливості формування мінімального споживчого кошика конкретної держави. Для прикладу можна навести Болгарію, де було запропоновано шість таких кошиків, які давали низку комбінацій щодо складу сімей за їхніми ознаками. Харчова частина кошика містила градації для працюючих, пенсіонерів та дітей, включаючи 149 позицій продовольчих товарів.

На практиці розрахунок та прийняття прожиткового мінімуму відбувається лише під час кризових

явищ в економіці для забезпечення фізіологічно зумовлених потреб населення, саме тому прожитковий мінімум у країнах ЄС нормативно не визначається. Найчастіше під час спаду виробництва в певних країнах використовується або соціальний, як у Литві, Білорусі та Естонії, або фізіологічний прожитковий мінімум, як, наприклад, у Росії чи Казахстані.

Для розвинутих європейських країн норми споживання замінені мінімальною або середньою заробітною платою, від якої прожитковий мінімум становить майже 50–60%. На основі нього вираховується межа бідності й кількість тих, хто має право на соціальну допомогу від держави. Для прикладу наведемо такі країни, як США, Велика Британія, Німеччина, де частка прожиткового мінімуму становить 40% від медіанного доходу (відповідає середньодушовому доходу населення), у Фінляндії, Італії, Греції, Іспанії – 50%, у Португалії та Ірландії – 60%. Можна дійти висновку, що країни ЄС не підраховують бідність, а розраховують нормальний рівень життя [10, с. 38].

Станом на 1 січня 2018 р. щомісячна мінімальна заробітна плата різко коливалася в усіх 28 державах – членах ЄС – від 261 євро в Болгарії до 1 999 євро в Люксембурзі (рис. 1) [15].

Аналізуючи статистичні дані, країни ЄС за рівнем мінімальної заробітної плати можна звести в такі групи:

– група I, де мінімальна заробітна плата в січні 2018 р. була меншою ніж 500 євро на місяць (Болгарія, Литва, Румунія, Латвія, Угорщина, Хорватія, Чехія та Словаччина), їхня мінімальна заробітна плата коливається від 261 євро в Болгарії до 480 євро у Словаччині;

– група II, де національна мінімальна заробітна плата становила щонайменше 500 євро, але менша ніж 1000 євро на місяць у січні 2018 р. (Естонія, Польща, Португалія, Греція, Мальта, Словенія та Іспанія)– від 500 євро в Естонії та до 859 євро в Іспанії;

– група III, де мінімальна заробітна плата в січні 2018 р. становила щонайменше 1000 євро на місяць (Великобританія, Німеччина, Франція,

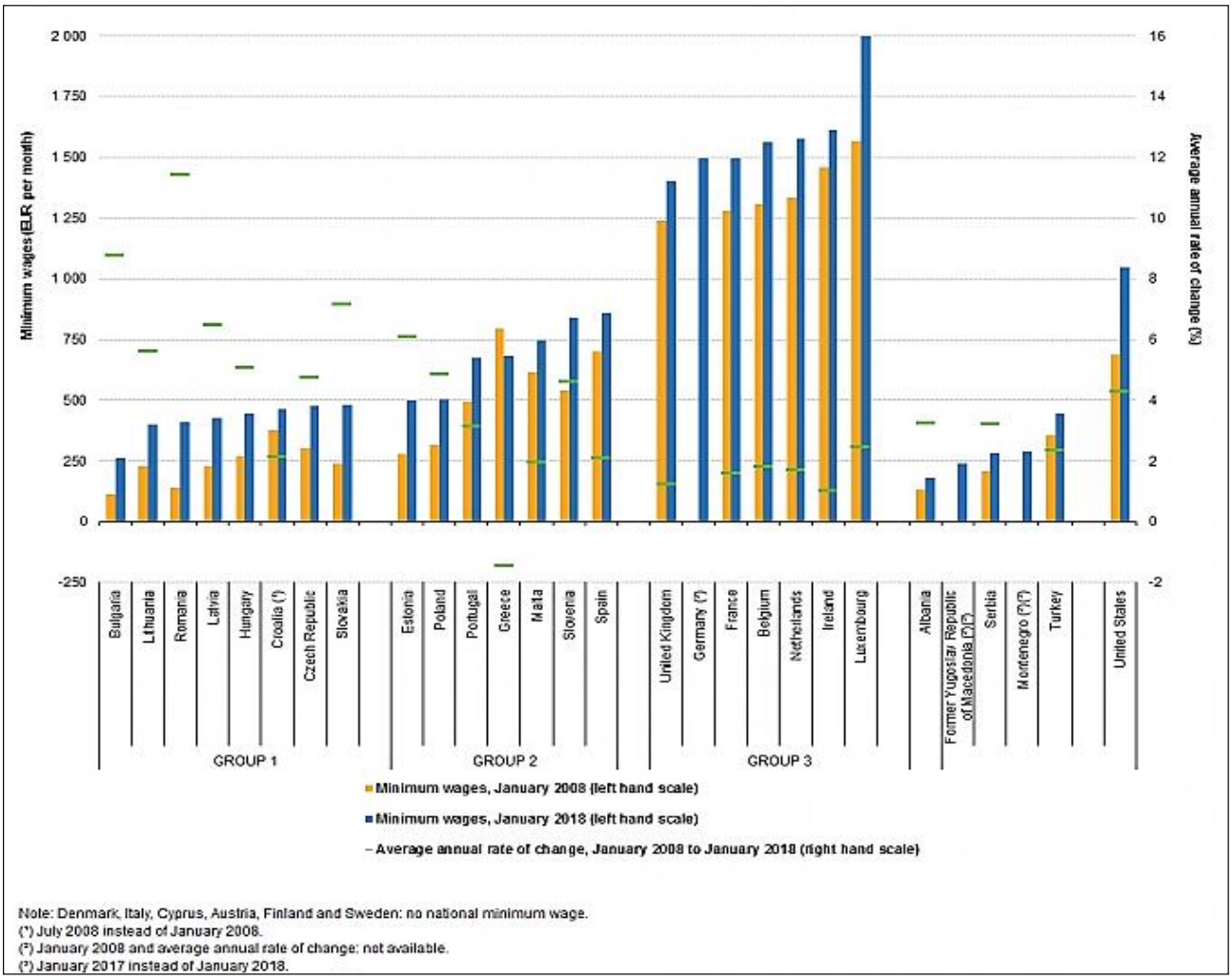


Рис. 1. Рівень мінімальних та середніх заробітних плат в європейських країнах станом на січень 2018 р.

Джерело: Eurostat (online data code: earn_mw_cur)

Бельгія, Нідерланди, Ірландія та Люксембург) – від 1 401 євро у Великобританії до 1 999 євро в Люксембурзі.

У таких країнах, як Данія, Італія, Кіпр, Австрія, Фінляндія та Швеція, мінімальна заробітна плата законодавчо не встановлюється, а регламентується договірними умовами, які погоджуються між працівником та роботодавцем. У всіх країнах – кандидатах на вступ до ЄС були мінімальні розміри заробітної плати, подібні до тих, що належать до групи І, починаючи від 181 євро в Албанії та 446 євро у Туреччині. Рівень у Сполучених Штатах (з національною мінімальною заробітною платою в 1 048 євро на місяць) упав у межах, зазначених у групі ІІІ.

Мінімальна заробітна плата в Україні з 1 січня 2018 р. становила 3 723 грн. (у погодинному розмірі – 22,41 грн.) [4], або 111,94 євро за курсом НБУ на січень 2018 р.

У країнах ЄС мінімальна (середня) заробітна плата і мінімальна пенсія розраховується на основі споживчого кошика та споживчого бюджету (прожиткового мінімуму). Споживчим кошиком уважається мінімальний набір продуктів харчування, непродовольчих товарів та послуг, необхідних для збереження здоров'я людини і забезпечення його життєдіяльності. Він слугує базою порівняння розрахункових і реальних рівнів та структури місячного (річного) споживання однієї людини або сім'ї, що складається з чотирьох осіб (двоє батьків і двоє дітей). Для розрахунку вартості споживчого кошика, який визначається не рідше одного разу на п'ять років, використовується вибіркова ціна для цілої низки представницьких товарів та послуг у широкому діапазоні торгових точок у певній країні, а також до уваги береться індекс споживчих цін. Наприклад, інформація про базові ціни споживчого кошика збирається приблизно у 140 місцях у всій Великобританії, а також через Інтернет та по смартфону через ONS (Національне статистичне управління Великобританії) [13].

Формування переліку товарів і послуг, що входять до споживчого кошика, має певні національні особливості: споживчий кошик американця нараховує 300 продуктів і послуг (залежно від штату може змінюватися перелік товарів, але не груп), француза – 250, англійця – 350, німця – 475, українця – нещодавно був розширений до 297 найменувань продуктів [8]. Споживчий кошик, який визначає прожитковий мінімум, відрізняється від споживчого набору, який найчастіше використовується для підрахунку рівня інфляції (до нього вносять прогресивні речі) тим, що влада зацікавлена у його незмінності, щоб не переглядати соціальні витрати. Так, споживчий набір Британії складається близько із 700 найуживаніших товарів та послуг, до яких у 2018 р. внесли молоко рослинного походження (у тому числі соєве, рисове і вівсяне), джин, сидр, велосипедні шоломи, дитячі самокати, але було виключено зі списку слабоалкогольні коктейлі та контактні лінзи [13].

В Україні визначений такий склад споживчого кошика: набір продуктів харчування (хлібопродукти, картопля, овочі, фрукти і ягоди, м'ясопродукти молокопродукти та ін.), набір непродовольчих товарів (предмети гардеробу, білизна, ліки), набір послуг (житлово-комунальні, побутові, транспортні послуги, послуги культури). На перший погляд, прожити на вітчизняний продуктовий набір можливо, але, проаналізувавши його, можна дійти висновку, що на нього можна лише вижити. Зокрема, передбачено, що за добу українець має споживати 280 г хліба, 19 г крупи, 264 г картоплі, 25 г ковбаси, половину яйця, півтори склянки молока [3]. Потрібно носити одні джинси та кросівки три роки та пальто, сукню і костюм – одні на сім років. Що ж до побутової техніки, то результати подано в табл. 1 порівняно з Німеччиною та Польщею.

Вважається, що найраціональнішою є така структура споживання, коли на харчі витрачається до третини доходів, непродовольчі товари (одяг, меблі) – 47%, решта – на послуги. В українському ж споживчому кошику левова частка доходів (понад 65%) витрачається на харчі, а деякі непродовольчі товари та послуги не згадуються взагалі. Наприклад, уважається, що пенсіонерам не потрібні ні плавки, ні купальники, школярі можуть обійтися двома підручниками на рік (причому підручники в школі безкоштовно практично не видаються), а студенти взагалі мають обходитися без підручників. Отже, головними проблемами формування українського споживчого кошика, по-перше, є те, що він містить занадто багато вуглеводів (хліба, картоплі, цукру) і вдвічі менше норми білого м'яса (яловичини), риби і круп; по-друге, він не враховує

Таблиця 1

Побутова техніка (на сім'ю, що складається з трьох осіб)

Товар	Україна	Польща	Німеччина
Холодильник (однокамерний)	1 на 15 років	1 на 8 років	1 на 4 роки
Пральна машина	1 на 14 років	1 на 8 років	1 на 3 роки
Праска електрична	1 на 9 років	1 на рік	1 на 2 місяці
Телевізор	1 (20 дюймів) на 10 років	1 (32 дюйми) на 7 років	1 (32 дюйми) на 3 роки

Джерело: сформовано авторам на основі [3]

зміни і структуру споживання населення; по-третє, він дискримінує населення за гендерною, віковою та соціальною приналежністю [8].

Наприклад, споживчий кошик британця передбачає витрати на підключення до Інтернету, покупку MP-3-плеєра, гітари, послуги садівника тощо. Навіть найменш забезпечені німці мають право на цифровий фотоапарат, відеокамеру, сканер, принтер, тонометр, велосипед та автомобіль середнього класу (крім технічного обслуговування та ремонту особистого транспортного устаткування, запасних частин та палива) [14]. Французи закладають у споживчий кошик послуги перукаря, косметичні засоби, ігристі вина та харчі для котів та собак, американці – тютюнові та горілчані напої, а також витрати на мобільний, комп'ютерний зв'язок та відеоігри. Послуги Інтернету, відвідування кіно, театрів, спротзалів, витрат на книги чи періодичну пресу на відміну від стандартних споживчих кошиків розвинених країн в українському кошику не передбачено.

Загальноєвропейські стандарти вимагають включати до споживчого кошика не тільки транспортні послуги (пасажирські перевезення залізничними, автомобільними, повітряними, морськими та внутрішніми водними шляхами та інші транспортні послуги, наприклад послуги з перевезення багажу, послуги з вивезення пасажирів), а й соціальної сфери: щомісячну вартість оплати навчання та проживання в кампусах для студентів, дитячих ясел, амбулаторний догляд, забезпечення хворих необхідними медикаментами та утримання хоспісів.

Нині фінансування соціального сектору економіки України відбувається значною мірою за рахунок бюджетних коштів, але через хронічний їх дефіцит, спричинений корумпованістю та некомпетентністю влади, недосконалістю законодавчої бази, виникає глобальна проблема недофінансування населення. Платна медицина та платна вища освіта взагалі не згадуються, бо, відповідно до Конституції, вони в Україні мають надаватися безкоштовно.

Висновки з проведеного дослідження. Однією з основних проблем із погляду соціального захисту в України постає необхідність подолання бідності населення. За підвищення прожиткового мінімуму необхідно розробити комплексну програму щодо забезпечення гідного рівня життя населення, яка буде включати в себе не лише підтримку найменш захищених верств, а й створення умов для підвищення доходів працездатного населення України. Незважаючи на те що споживчий кошик востаннє переглядався у 2016 р., він не призвів до автоматичного підвищення розмірів мінімальних соціальних стандартів, тому що радикальних змін не відбулося внаслідок кількох підвищених нормативів на споживання. Особливістю формування споживчого кошика в Україні є те, що спочатку встановлюють практично необґрунтований прожитковий мінімум, на базі нього – мінімальну заробітну плату, а потім «підганяють» під ці показники кількість товарів та послуг, які не відповідають адекватним фізіологічним потребам середньостатистичної людини. Саме тому й потрібно використовувати досвід країн ЄС та інших розвинених країнах світу, де під час формування споживчого кошика оцінюють, на що витрачав гроші середньостатистичний споживач, і відповідно формувати мінімальні (середні) доходи населення, а також слід змінити саму структуру переліку товарів і послуг, на основі якого визначається розмір прожиткового мінімуму, через збільшення частки витрат на непродовольчі товари і послуги, включаючи до його складу послуги медицини та освіти.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії» від 05.10.2000 № 2017-III. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2017-14 (дата звернення – 30 березня 2018 р.).

2. Закон України «Про прожитковий мінімум» від 15.07.1999 № 966-XIV. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/966-14 (дата звернення – 30 березня 2018 р.).

3. Постанова «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» від 11 жовтня 2016 р. № 780. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016 (дата звернення – 30 березня 2018р.).

4. Закон України «Про державний бюджет України на 2018 рік» від 07.12.2017 № 2246-VIII. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2246-19 (дата звернення – 30 березня 2018 р.).

5. Генеральна конвенція Міжнародної організації праці «Про мінімальні норми соціального забезпечення» № 102 (ратифікована Законом ВРУ № 1024-VIII від 16.03.2016). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1024-19 (дата звернення – 30 березня 2018 р.).

6. Баланда А., Варецька О. Інститут мінімальної заробітної плати: світовий досвід встановлення та проблеми України. Україна: аспекти праці. 2005. № 4. С. 38–44.

7. Баланда А.Л. Соціальна складова національної безпеки України. Демографія та соціальна економіка. 2006. № 1. С. 166–172.

8. Зануда А. Дієта «споживчий кошик українця». BBC Україна. 2011. URL: http://www.bbc.com/ukrainian/business/2011/12/111229_ukraine_consumers_busket_az.

9. Пищуліна О. Щодо удосконалення методик визначення величини прожиткового мінімуму, індексу споживчих цін та інших соціальних показників в Україні. URL: http://www.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/30.htm.

10. Соціальна безпека: теорія та українська практика: монографія / І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колот,

О.Ф. Новикова та ін.; за ред. І.Ф. Гнибіденка, А.М. Колота, В.В. Рогового. К.: КНЕУ, 2006. 292 с.

11. Кармазіна М. Загальна декларація прав людини. Політична енциклопедія; редкол.: Ю. Левенець (гол.), Ю. Шаповал (заст. гол.) та ін. К.: Парламентське видавництво, 2011. С. 263. ISBN 978-966-611-818-2.

12. Прожитковий мінімум. Словник фінансово-правових термінів; за заг. ред. д. ю. н., проф. Л.К. Воронової; 2-е вид., перероб. і доп. К.: Алерта, 2011. 558 с.

13. URL: https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices.

14. URL: https://www.economy.com/germany/consumer-price-index-cp.

15. URL: ec.europa.eu/eurostat.

REFERENCES:

1.Verkhovna Rada Ukrayiny (2000), Zakon Ukrayiny Pro derzhavni sotsialni standarty ta derzhavni sotsialni harantiyi [On State Social Standards and State Social Guarantees] no. 2017-III. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2017-14 (accessed 30 March 2018).

2. Verkhovna Rada Ukrayiny (1999), Zakon Ukrayiny Pro prozhytkovyy minimum [On the subsistence minimum] no. 966-XIV Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/966-14 (accessed 30 March 2018).

3. Verkhovna Rada Ukrayiny (2016), Postanova Pro zatverdzhennya naboriv produktiv kharchuvannya, naboriv neprodovolchykh tovariv ta naboriv posluh dlya osnovnykh sotsialnykh i demohrafichnykh hrup naselennya [On approval of sets of food products, sets of non-food products and sets of services for the main social and demographic groups of the population] no. 780 Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016 (accessed 30 March 2018).

4. Verkhovna Rada Ukrayiny (2017), Zakon Ukrayiny Pro derzhavnyy byudzhet Ukrayiny na 2018 rik [On the State Budget of Ukraine for 2018] no. 2246-VIII Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2246-19 (accessed 30 March 2018).

5.Heneralna konventsiya Mizhnarodnoyi orhanizatsiyi pratsi (2016) Pro minimalni normy sotsialnoho zabezpechennya no. 102 [On Minimum Social Security] (ratyfikovana zakonom VRU no. 1024-VIII vid 16.03.2016) Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1024-19 (accessed 30 March 2018).

6. Balanda A.L., Varetska O. (2005) Instytut minimalnoyi zarobitnoyi platy: svitovyy dosvid vstanovlennya ta problemy Ukrayiny [Institute of Minimum Wages: World Experience of Setting and Problems of Ukraine] Ukrayina:aspekty pratsi (electronic journal), no. 4, pp. 38-44. Available at: http://irbis.library.te.ua/cgi-bin/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe (accessed 30 March 2018).

7. Balanda A.L. (2006) Sotsialna skladova natsionalnoyi bezpeky Ukrayiny [Social component of national security of Ukraine] Demohrafiya ta sotsialna ekonomika (electronic journal) no. 1, pp. 166-172. Available at: http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/11660 (accessed 30 March 2018).

8. Zanuda A. (2011) Diyeta “spozhyvchyy koshyk ukrayintsya” [Diet “Consumer Basket of Ukrainians”] BBC Ukrayina. Available at: http://www.bbc.com/ukrainian/business/2011/12/111229_ukraine_consumers_busket_az (accessed 30 March 2018).

9. Pyshchulina O. (2009) Shchodo udoskonalennya metodyk vyznachennya velychyny prozhytkovoho minimumu, indeksu spozhyvchykh tsin ta inshykh sotsialnykh pokaznykiv v Ukrayini [On improvement of methods for determining the subsistence minimum, consumer price index and other social indicators in Ukraine] Natsionalnyy instytut stratehichnykh doslidzhen. Available at: http://www.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/30.htm. (accessed 30 March 2018).

10. Hnybidenka I.F., Kolota A.M., Rohovoho V.V., (2006) Sotsialna bezpeka: teoriya ta ukrayinska praktyka [Social Security: Theory and Ukrainian Practice] monohrafiyaKNEU,pp.292.

11. Karmazina M., Levenets Y.U., Shapoval Y.U., ta in. (2011) Zahalna deklaratsiya prav lyudyny [Universal Declaration of Human Rights] Politychna entsyklopediya [Political Encyclopedia]. Kyiv: Parlamentske vydavnytstvo,pp. 263.

12. Voronovoyi L.K. (2011) Prozhytkovyy minimum [The living wage], Slovnyk finansovo-pravovykh terminiv [Dictionary of financial and legal terms] Kyiv:Alerta,pp.558.

13. https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices.

14.https://www.economy.com/germany/consumer-price-index-cp.

15.ec.europa.eu/Eurostat.

Shostak L.V.
Candidate of Economics Sciences,
Associate Professor of the Department of Economics
Security and innovative activity of the enterprise
Eastern European National University named after Lesia Ukrainka
Mykhalchuk M.O.
Student
Lesya Ukrainka Eastern European National University

SOCIAL GUARANTEES AS A FINANCIAL FACTOR PROVIDING POPULATION'S STANDARD OF LIVING

The subsistence minimum is a basic indicator in the economic system of social security. That forms the population income level, overall assessment of Ukrainian living standards. The subsistence minimum defines poverty criteria, minimum wages, pensions, social assistance for families with children, unemployment benefits, scholarships, and other social security payments. In recent years, Ukraine has been faced with specific problems on the establishment and implementation of social standards. First of all, this is a significant discrepancy in the provision of basic subsistence minimum rates with European standards. Countries with a high level of economic development are focused on providing a high living standard but our state sets minimums that function as a simple reproduction of labour power of an individual. Secondly, the social sector of Ukraine's economy significantly depends on budget funds. High corruption's level, the incompetence of power, legislative imperfection cause a global problem of chronic budget deficit and the population's underfunding. Medicine and higher education are chargeable but according to the Constitution, they should be free in Ukraine.

In that connection, it appears necessary to overcome the poverty of the population. The subsistence minimum needs to develop a general program for improving living standards, which includes not only supporting the most vulnerable groups of population and also the creation of conditions for increasing incomes of the employable workforce. At last, consumer basket was revised in 2016. Despite this fact, automatically increasing size of the minimum social standards not happened, because our authorities raised only several standards on consumption. Features of the formation of consumer basket in Ukraine is that firstly there are established practically unreasonable subsistence minimum and minimum wage, which sets the number of goods and services that do not meet normal physiological needs of the average person.

That why it is necessary to use the experience of the EU and other developed countries in the world, where consumer basket is formed like estimate consumption of money by average consumer and set the minimum (average) income of the population. They also change structure list of goods and services, which are determined by the size of subsistence minimum. EU countries increase expenditures on non-food products and services, including medical and education services. For Ukraine, which aspires to European integration, the issue is particularly relevant because the legislation on social policy must comply with European social values.

СТРАТЕГІЯ ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

CURRENCY CROSS-RATE RISKS HEDGING STRATEGY IN RESPECT TO FOREIGN TRADE ACTIVITY OF ENTERPRISES

УДК 336.6:339.7

Момот Ю.Г.
старший викладач кафедри менеджменту
Національна металургійна академія України
Дунайчук С.М.
к.т.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Національна металургійна академія України

У статті проаналізовано вплив чинників на коливання курсу національної валюти. Розглянуто особливості валютних ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Досліджено теоретичні аспекти виникнення валютних ризиків та їх характерні особливості в сучасних умовах. Розроблено алгоритм управління валютними ризиками. Здійснено визначення хеджування як одного з важливих методів запобігання і мінімізації валютних ризиків. Проведено класифікацію інструментів хеджування валютних ризиків. Досліджено найбільш відомі інструменти хеджування від зміни валютного курсу, а саме опціон, форвард, ф'ючерс, своп. Виявлено їх переваги та недоліки.

Ключові слова: *валютні ризики, мінімізація ризиків, стратегія, страхування валютних ризиків, валютний курс, хеджування, валютні деривативи, опціон, форвард, ф'ючерс, своп, зовнішньоекономічна діяльність.*

В статье проанализировано влияние факторов на колебания курса национальной валюты. Рассмотрены особенности валютных рисков внешнеэкономической деятельности предприятий. Исследованы теоретические аспекты возникновения валютных рисков и их характерные особенности в современных условиях. Разработан алгоритм управления валютными рисками. Дано определение хеджирования как одного из важных методов предотвращения и минимизации валютных рисков. Проведена классификация инструментов хеджирования валютных рисков. Исследованы наиболее известные инструменты хеджирования от изменения валютного курса, а именно опцион, форвард, фьючерс, своп. Выявлены их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: *валютные риски, минимизация рисков, стратегия, страхование валютных рисков, валютный курс, хеджирование, валютные деривативы, опцион, форвард, фьючерс, своп, внешнеэкономическая деятельность.*

This article reviews the factors that influence national currency cross-rate fluctuations. It describes the aspects of cross-rate risks related to foreign trade activity of the enterprises. Also, the article reviews the theoretical aspects of the triggers for such risks and their special features at present. The algorithm for currency risks management is developed. The hedging is defined as one of the important methods of currency-related risks' prevention and minimization. The hedging tools were classified. The most common currency cross-rate hedging tools are investigated, including the option, forwarding, futures and swap operations. Their advantages and downsides are described.

Key words: *currency cross-rate risks, risks minimization, strategy, insuring of currency cross-rate risks, cross-rate, hedging, currency derivatives, option, forward, futures, swap, foreign trade activity.*

Постановка проблеми. Здійснення зовнішньоторговельних операцій на міжнародних ринках вітчизняними підприємствами характеризується і зумовлюється високим ступенем відкритості щодо впливу коливань валютних курсів, тобто до валютних ризиків. Саме валютний ризик є одним з основних чинників, що перешкоджає розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Обґрунтування стратегії та дослідження методів мінімізації валютних ризиків, що відповідають сучасним умовам зовнішньоекономічної діяльності і враховують багатофакторні елементи зміни курсів валют, дає змогу своєчасно запобігти фінансовим утратам і підвищити ефективність зовнішньоекономічних операцій підприємств.

Ефективне управління валютними ризиками передбачає вирішення таких завдань, як оцінка валютного ризику, вибір стратегії запобігання або нівелювання загроз, що базується на використанні фінансових інструментів та їх похідних.

Дослідження проблеми хеджування валютних ризиків стає дедалі більш актуальним. Це спричинено тим, що хеджування валютних ризиків уже використовується на практиці вищим керівництвом підприємств, проте його методологія ще не повністю розроблена.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем управління валютними ризиками у зовнішньоекономічній діяльності за допомогою хеджування займаються такі науковці, як В.А. Галанов, М.П. Денисенко, В.Н. Дорман, С.М. Еш, М.В. Кісельов, І.М. Колосов, Л.П. Петрашко, О.С. Соколова, А.В. Шегда, Ю.-Д. Люу, К. Редхед, К.Т. Свєшнікова, В.А. Сичов, С. Хьюс, А.С. Шапкін, В.В. Вітлінський, П.І. Верченко, В.М. Гриньова, О.М. Десятнюк, Л.І. Донець, І.Ю. Івченко, С.М. Ілляшенко, Т.С. Клебанова, Д.А. Штефанич, О.М. Ястремська та ін.

Спираючись на наукові джерела, невід'ємною частиною діяльності найбільших світових компаній на відміну від вітчизняних є застосування різних фінансових інструментів хеджування. Сьогодні у науковців є різні підходи до розуміння сутності хеджування та місця цього методу в системі управління ризиками. Так, у Вікіпедії хеджування тлумачиться як «засіб обмеження ризику шляхом укладання протилежної угоди. Форма страхування вартості товару або прибутку, валютного ризику під час здійснення ф'ючерсних угод у банківській,

страховій, біржовій та комерційній практиці». Дослідник І.М. Колосов розуміє під хеджуванням «використання єдиного інструменту для зниження ризику, пов'язаного з несприятливим впливом ринкових факторів на ціну іншого, пов'язаного з першим інструментом, або генеровані ним грошові потоки» [11, с. 71]. В.А. Галанов визначає хеджування як «страхування ризику зміни ціни активу, відсоткової ставки чи валютного курсу за допомогою похідних інструментів» [4, с. 53].

В.Н. Дорман і О.С. Соколова виділяють поруч із хеджуванням інші методи захисту від валютних ризиків: валютні контрактні застереження, моніторинг грошового обігу, прогноз обмінного курсу основних валют, диверсифікацію портфеля валют, установлення лімітів на операції [7, с. 57].

Проте в наведених наукових публікаціях недостатньо уваги приділено питанням управління та ідентифікації валютних ризиків, а найголовніше – його мінімізації через механізм хеджування. Така ситуація пояснюється тим, що механізм хеджування не адаптований до специфіки функціонування сучасних вітчизняних підприємств. Зважаючи на те, що курс гривні до інших іноземних валют останнім часом дуже коливається, питання підвищення ефективності управління валютними ризиками підприємств за допомогою хеджування постає дуже гостро.

Постановка завдання. У сучасних умовах валютні відносини мають велике значення для будь-якої господарської одиниці, адже діяльність на фінансовому ринку має глобальний характер. Навіть для підприємств, які функціонують на внутрішньому ринку. Саме тому тема мінімізації валютних ризиків вітчизняних підприємств за допомогою хеджування дуже актуальна.

Метою статті є теоретичне узагальнення сутності валютного ризику, визначення стратегії хеджування коливань валютних курсів, а також розроблення практичних рекомендацій щодо мінімізації валютних ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. За час становлення вітчизняної економіки Україна декілька разів зіткнулася з найсильнішими фінансово-економічними потрясіннями. У 1998, 2008, 2014 та 2015 рр. у результаті впливу як внутрішніх, так і зовнішніх факторів українська національна валюта була схильна до істотної девальвації по відношенню до такої провідної світової валюти, як долар США (рис. 1), а загалом і до інших валют: євро, англійського фунта стерлінгів тощо.

Однак, незважаючи на значні цінові коливання курсу іноземних валют до гривні на внутрішньому валютному ринку протягом усього періоду економічних реформ, проблема хеджування валютних ризиків набула актуальності лише після глобальної фінансово-економічної кризи 2008 р.

Зниження курсу гривні до долара США в 1998 р. не змінило відношення економічних агентів (представників реального сектору і фінансової галузі) до валютних ризиків. Ефективні системи управління валютними ризиками з'явилися лише на окремих підприємствах, що спеціалізувалися на експортно-імпортних поставках (переважно з ініціативи керівництва або фінансового відділу цих підприємств). При цьому більшість господарюючих суб'єктів не мала наміру мінімізувати валютні ризики, котрі виникали під час здійснення ними експортно-імпортної діяльності, що вказує на відсутність розуміння проблеми на всіх рівнях. Проте протягом 2009–2012 рр. спостерігався перехід до більш детальних моделей моніторингу та сценарного аналізу, які дають змогу враховувати мінливість макроекономічної обстановки і вплинути на стратегічне управління фінансовими результатами діяльності підприємства за допомогою інструментів фінансового ринку.

Російська збройна агресія 2014 р., девальвація гривні (від 8 грн./дол. США на початку 2014 р. до 25 грн./дол. США у червні 2016 р.) та відмова від російського ринку збуту ще більше зумовили замислитися вище керівництво підприємств звернутися до застосування методів управління валютними ризиками.

У фінансово-економічній літературі зустрічаються різні визначення валютного ризику: валютний ризик – ризик потенційних збитків від зміни валютних курсів [16]; валютний ризик – це небезпека втрат під час проведення зовнішньоторговельних валютних та інших операцій у зв'язку зі зміною курсу іноземної валюти: ризик може покриватися завчасно купівлею валюти або залученням кредиту, а також страхуватися укладенням строкових угод [12]; валютний ризик, або ризик курсових утрат, пов'язаний з інтернаціоналізацією ринку банківських операцій, створенням транснаціональних (спільних) підприємств і банківських установ та диверсифікацією їх діяльності і являє собою можливість грошових утрат у результаті коливань валютних курсів [19]. І.О. Бланк під валютним ризиком розуміє один із видів фінансових ризиків, який характеризується коливаннями валютного курсу, що породжують фінансові втрати підприємства під час експортно-імпортних операцій [1].

Валютний ризик – це ймовірність утрат у результаті зміни курсів іноземних валют по відношенню до національної валюти, а також зміна вартості доходів, отриманих за кордоном, під час їх конвертації в основну валюту [7].

Валютний ризик розглядається як імовірність грошових втрат або недоодержання прибутку суб'єктами валютного ринку порівняно із запланованими значеннями в результаті несприятливої зміни значення валютного курсу. Із суто економіч-

Рис. 1. Динаміка курсу гривні щодо долара США [21]

ного погляду такий ризик є наслідком незбалансованості активів і пасивів щодо кожної з валют за термінами і сумами. Головним чинником виникнення валютних ризиків є короткострокові та довгострокові коливання обмінних курсів, які залежать від попиту і пропозиції валюти на національних і міжнародних валютних ринках.

Валютний ризик також може бути предметом управління для окремих видів операцій, основна або додаткова мета яких – отримання прибутку за рахунок сприятливої зміни валютних курсів. Передусім до таких операцій належать спекулятивні конверсійні операції з валютою. Отже, всі дослідники є одностайними у визначенні основного складника валютного ризику – коливання курсу валюти.

За характером і місцем виникнення валютні ризики поділяють на ризики щодо країни та валютно-курсові ризики, що включають до свого складу операційні (трансакційні), трансляційні (бухгалтерські), валютно-економічні та приховані ризики.

Операційний валютний ризик – це ризик, що пов'язаний із торговими операціями, а також з інвестиційними потоками підприємств. Цей ризик пов'язаний із фінансовими втратами, що виникають під час виконання в майбутньому вже укладеного контракту, деномінованого в іноземній валюті, в результаті несприятливої зміни обмінного курсу відповідної іноземної валюти.

Експортер, який одержує іноземну валюту за проданий товар, програє від зниження курсу іноземної валюти по відношенню до національної, тоді як імпортер, що здійснює оплату в іноземній валюті, програє від підвищення курсу іноземної валюти по відношенню до національної [16].

Операційний валютний ризик переважно пов'язаний із торговими операціями, а також із грошовими угодами фінансового інвестування та дивідендними платежами.

Слід зазначити, що практично кожне підприємство в тій чи іншій формі схильне до операційних валютних ризиків, що визначаються видом діяльності підприємства, типом конкуренції в галузі, альтернативними джерелами факторів виробництва та еластичністю попиту на вироблену продукцію.

Трансляційний (бухгалтерський) валютний ризик – це ймовірність невідповідності між активами і пасивами, вираженими у валютах різних країн. Він вимірює вплив зміни валютних курсів на бухгалтерську вартість підприємства. Цей ризик лежить в основі бухгалтерських прибутків (збитків) від зміни валютних курсів. Вони утворюються в результаті конверсії показників фінансової звітності з валютних операцій у «домашню» валюту підприємства. Втрати (прибутки) виникають унаслідок зміни номінального обмінного курсу валюти протягом звітного періоду. Вони є так званими нереалізованим втратами (прибутками) і не призводять до змін у реальному грошовому потоці підприємства. За винятком деяких випадків управління трансляційними ризиками не застосовується. Вони залежать від способу і правил реє-

страції та конверсії валютних угод у «домашню» валюту підприємства [13].

Валютно-економічний ризик є ймовірністю несприятливого впливу змін обмінного курсу на економічне становище підприємства, пов'язаного насамперед зі зміною загального економічного стану як країн-партнерів, так і країни, де розміщена компанія. Безумовно, даний ризик стосується насамперед підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Проте підприємства, які несуть витрати тільки в національній валюті, що реалізують свою продукцію всередині країни і не мають факторів виробництва, на котрі могли б вплинути зміни валютного курсу, схильні до цього ризику. Прикладом може бути зниження ціни на імпортні товари у разі підвищення вартості національної валюти. Цей вид валютного ризику може призвести до зниження конкурентоспроможності, рівня рентабельності продукції і прибутковості підприємств [5].

Приховані ризики. До них належать операційні, трансляційні й економічні ризики, які на перший погляд не очевидні. Наприклад, постачальник на внутрішньому ринку може використовувати імпортні ресурси, і компанія, що користується послугами такого постачальника, побічно схильна операційному ризику, так що підвищення вартості витрат постачальника в результаті знецінення національної валюти змусило б цього постачальника підвищити ціни. Ще одним прикладом може бути ситуація з імпортером, якому виписується рахунок-фактура в національній валюті і який виявляє, що ціни змінюються його закордонним постачальником відповідно до змін обмінного курсу для забезпечення сталості цін у валюті країни постачальника.

Приховані операційні і (або) трансляційні ризики можуть виникнути і в тому разі, якщо закордонна дочірня компанія схильна до своїх власних ризиків. Припустимо, що американська філія британської компанії експортує продукцію в Австралію. Для американської дочірньої компанії існує ризик утрат від зміни курсу австралійського долара, і вона може зазнати збитків унаслідок несприятливих змін курсу австралійського долара по відношенню до долара США. Подібні збитки підірвуть прибутковість філії. Виникає непрямий операційний ризик, оскільки надходження прибутку від дочірньої компанії скоротяться. Материнська компанія також зіткнеться з трансляційним ризиком, якщо зменшення прибутку від філії буде відображено в оцінці вартості активів філії в балансовому звіті материнської компанії [2].

Отже, основним видом валютного ризику, притаманним вітчизняним підприємствам, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, є валютний операційний ризик, котрий безпосередньо впливає на загальний рівень фінансової стійкості підприємства.

Управління валютним ризиком передбачає проведення його детального аналізу, оцінку можливих наслідків та вибір відповідних методів страхування. Оцінка ризику передбачає визначення тривалості періоду ризику, суми коштів, що знаходяться під ризиком, та обсягу збитків за відповідними зобов'язаннями, що можуть виникнути в майбутньому. Таким чином, передбачення валютних ризиків посідає чільне місце у стратегії планування діяльності підприємства чи фінансово-кредитної установи і є запорукою підвищення ефективності їхньої основної діяльності.

У світовій практиці управління валютними ризиками за допомогою використання фінансових інструментів називають хеджуванням (hedging).

Хеджування (з англ. Hedge – огороджувати, ухиляти) – здійснення фінансових операцій, що дають змогу частково або повністю уникнути збитків унаслідок очікуваної зміни валютних курсів [20, с. 204].

М.В. Кисельов зауважує, що хеджування – це перенесення частково або повністю ризику від одного учасника ринку тими чи іншими способами на іншого, вступає з першим в договірні відносини [9, с. 47].

Головна мета використання відповідних методів хеджування полягає у тому, щоб здійснити валютно-обмінні операції своєчасно, ще до того, як відбудеться небажана зміна курсів, або ж компенсувати збитки від такої зміни за рахунок паралельних операцій із валютою, курс якої змінюється в протилежному напрямі.

Хеджування зменшує валютний ризик. Однак зменшення ризику не означає збільшення вартості чи зростання рентабельності компанії, тТому приймати рішення про хеджування валютних ризиків потрібно тільки в рамках загальної стратегії управління ризиками виходячи зі ступеня участі підприємства в міжнародній торгівлі.

Валютний ризик повинен бути ідентифікований та оцінений, необхідно визначити ступінь його впливу на фінансові результати діяльності компанії. Пропонується такий алгоритм управління валютними ризиками підприємства (рис. 2). Лише після цього можна з'ясовувати питання про те, чи необхідно страхувати компанію від негативних впливів коливань курсів і як це зробити.

У світовій теорії та практиці існує досить велика кількість різних методів хеджування валютних ризиків, основними серед яких можна назвати:

– структурне збалансування активів, пасивів, кредиторської та дебіторської заборгованості;

– стратегію випереджень та запізнювань (leads&lags);

– угоду про поділ ризиків;

– кредитування та інвестування в іноземній валюті;

– структурування зустрічних валютних потоків;

– паралельні позички;

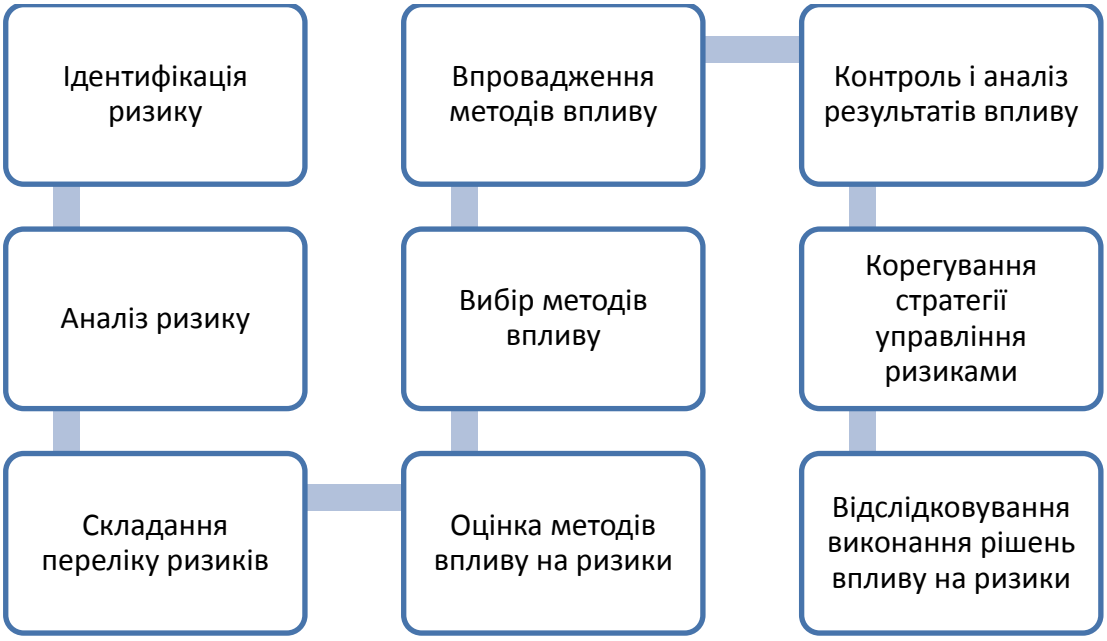


Рис. 2. Алгоритм управління валютними ризиками

Джерело: розроблено автором

– валютні застереження (прямі, непрямі і мультивалютні);

– валютні «подушки» (додавання маржі до ціни);

– створення реінвойсингових центрів;

– операції з валютними деривативами (форвардні контракти, своп-контракти, опціонні угоди, валютні ф'ючерсні контракти);

– дисконтування вимог в іноземній валюті (форфейтинг);

– самострахування та ін.

Серед найбільш відомих інструментів мінімізації (страхування) від зміни валютного курсу можна назвати:

– валютні застереження (прямі, непрямі і мультивалютні);

– хеджування;

– валютний арбітраж.

Валютні застереження є дешевим і зручним інструментом, який перекладає збитки на контрагента. Однак застереження неможливо застосувати за небажання партнера прийняти на себе збитки.

Хеджування пов'язане із застосуванням операцій із валютними деривативами.

Біржовими деривативами є:

– ф'ючерсний контракт;

– опціон.

Позабіржовими деривативами є:

– форвардний контракт;

– своп.

Валютний форвард є найбільш розповсюдженим способом покриття валютного ризику. За форвардної угоди підприємство укладає договір купівлі-продажу, за яким зобов'язується купити (або продати) іноземну валюту за обмінним курсом, зазначеним у договорі, у визначений термін у майбутньому чи протягом деякого майбутнього періоду. Цей метод хеджування дає змогу повністю усунути невизначеність щодо обмінного курсу придбаної (проданої) валюти в майбутньому [3]. Хеджування ризику зміни ціни активу протягом форвардного періоду є основною метою форвардних угод.

Одним із широко застосовуваних на практиці способів зовнішнього покриття валютних ризиків сьогодні є використання валютних опціонів. Опціон дає змогу зафіксувати право купити або продати в майбутньому вибраний актив за заздалегідь установленою ціною.

Валютні опціони вигідні тоді, коли необхідно забезпечити покриття валютних надходжень або платежів, час і суми яких не чітко визначено. Валютні опціони забезпечують такий самий захист, як і термінове покриття на форвардному валютному ринку, але на відміну від форвардних контрактів дають також можливість власникам опціонів отримати додатковий прибуток за сприятливої зміни валютних курсів.

Залежно від того, яке право бажає придбати покупець опціону – купити або продати валюту, – вони поділяються відповідно на опціони «колл» або «пут». Опціон «кол» дає право його покупцеві придбати валюту за певною ціною, а опціон «пут» – продати. В обох випадках покупець опціону набуває лише право, але не обов'язок виконання опціону, тоді як у продавця під час здійснення опціонної угоди виникає обов'язок її виконання, що дає

перевагу покупцеві опціону. Цю перевагу покупець зобов'язаний сплатити у вигляді опціонної премії. Опціонну премію можна порівняти зі страховою премією, яка сплачується під час страхування майна, проте у цьому разі страховим випадком є не заподіяння шкоди майну, а отримання можливих збитків через коливання валютного курсу [4].

Крім того, залежно від терміну виконання опціони поділяються на дві групи: американські та європейські. Європейські опціони відрізняються тим, що можуть бути використані тільки в день закінчення опціонного контракту, тоді як американські опціони – у будь-який день до дати закінчення опціонного контракту. Американські опціони є більш гнучкими порівняно з опціонами європейського типу, оскільки можуть бути використані в будь-який момент дії опціону, тому премія за них є вищою за європейські. Опціони американського типу найбільш часто зустрічаються на біржі, тоді як європейські переважно є позабіржовими інструментами і надаються банками і фінансовими компаніями. Залежно від місця здійснення угоди також опціони поділяються на біржові та позабіржові. Позабіржові опціони дають змогу учасникам угоди узгодити індивідуальні умови (термін виконання, суму операції, ціну виконання), тому їхня вартість порівняно з опціонами, придбаними на біржі, як правило, є вищою. Під час купівлі біржового опціону обумовлюється тільки премія, тоді як інші параметри є стандартизованими [4].

Із 70-х років із переходом до плаваючих валютних курсів одержали розвиток валютні ф'ючерси. Це угода, що означає зобов'язання (а не право вибору на відміну від опціону) на продаж або покупку стандартної кількості певної валюти на певну дату (в майбутньому) за курсом, наперед встановленим під час укладання угоди. У стандартних контрактах регламентуються всі умови: сума, строк, гарантійний депозит, метод розрахунку [10 с. 41].

Таким чином, покупець валютного ф'ючерсу бере зобов'язання купити, а продавець – продати партію валюти в певний строк за курсом, обумовленим під час укладання угоди. Тип контракту визначається обсягом партії валюти і місяцем виконання операції. Для ф'ючерсних операцій характерні гарантійні депозити на випадок невиконання продавцями і покупцями своїх зобов'язань.

Отже, учасники відкривають валютні позиції. Депозит повертається після виконання зобов'язань або під час укладання протилежної угоди (контроперації), що означає закриття позиції. Кількість відкритих позицій кожного учасника валютного ф'ючерсу рівна абсолютній величині різниці між числом проданих і куплених їм контрактів.

Свопом, або своповим контрактом, називається угода про обмін потоку платежів від одних активів на потік майбутніх платежів від інших активів із певними інтервалами та в рамках установленого періоду часу. В їх основі лежить одна загальна риса – всі вони являють собою обмін вигодами, які отримуються певною стороною на певному ринку, в обмін на вигоди, отримані іншою стороною на іншому ринку. Головною перевагою існування своп-контракту є те, що він дає можливість займачу вийти на найбільш вигідний для нього ринок, а потім використати своп-контракт для оптимального управління процентними платежами та валютними курсами.

Валютний своп полягає у купівлі валюти з одночасним її продажем, але з різними термінами поставки за наперед установленим валютним курсом. Процентний своп – це договір між двома сторонами, який стосується обміну грошових потоків, подібних до тих, які виникли б, якщо вказані сторони замість цього обмінялися еквівалентними грошовими вартостями активів різних типів.

Валютний арбітраж – валютна операція, що поєднує покупку (продаж) валюти з подальшим здійсненням контроперації для отримання прибутку за рахунок різниці в курсах валют на різних валютних ринках (просторовий арбітраж) або за рахунок курсових коливань протягом певного періоду (часовий арбітраж) [10. с. 43].

Хеджування за допомогою вищезазначених інструментів має низку переваг [3, 4; 6; 9; 11]:

– доступність організованого ринку – вихід на біржовий ринок реальний для невеликого підприємства або приватного інвестора, тоді як позабіржові угоди укладаються з професійними учасниками фінансового ринку, й ефективність даних угод залежить від розміру і ділової репутації організації;

– можливість проводити хеджування без прийняття значних кредитних ризиків – основним кредитним ризиком за хеджування є ризик біржі, який, як правило, є відчутно нижчим, аніж кредитний ризик контрагента на позабіржовому ринку; також кредитний ризик знижується за рахунок ефективних механізмів взаємозаліку вимог, як правило, пропонованих біржою;

– простота регулювання величини хеджування позиції, або її закриття;

– наявність моніторингу за цінами й обсягами торгів на доступні інструменти, що дає змогу вибрати оптимальну стратегію хеджування.

Недоліками такого роду хеджування є [3, 4; 6; 9; 19]:

– відсутність можливості використовувати строкові контракти довільного розміру та терміну виконання – стандартні контракти передбачають фіксований розмір лота і термін, їх кількість обмежена, у силу цього базисний ризик хеджування заздалегідь неможливо зробити менше певної заданої величини;

– необхідність здійснення комісійних витрат під час укладання угод;

– необхідність відволікання коштів та прийняття ризику ліквідності під час хеджування – продаж і купівля стандартних контрактів вимагає внесення депозитної маржі та її подальшого збільшення у разі несприятливої зміни цін: для волатильних інструментів і великих термінів хеджування обсяг додаткового забезпечення (маржі) може виявитися значним.

Авжеж, підприємство, яке впроваджує стратегію хеджування валютних ризиків у зовнішньоекономічній діяльності, стикається з численними труднощами, але, виконуючи функцію страхування, впровадження механізму хеджування забезпечує стабільний розвиток підприємства. Хеджування вивільняє ресурси підприємства і допомагає управлінському персоналу зосередитися на головних аспектах бізнесу, мінімізуючи ризики, а також збільшуючи капітал, зменшуючи вартість використання коштів і стабілізуючи доходи; істотно знижує ціновий ризик, що пов'язаний із закупівлею сировини та постачанням готової продукції; полегшує залучення кредитних ресурсів. Також хеджування здійснюється опосередковано щодо звичайних господарських операцій (наприклад, управління запасами).

Вивчення процесу хеджування валютних ризиків вимагає всебічного розгляду даної процедури, аналізу недоліків та переваг хеджування перед іншими методами управління ризиками, а також оцінки можливих негативних наслідків. Якщо підприємство має відкриту валютну позицію та її передбачувана оцінка залежить від змін валютного курсу, то підприємство, яке хеджує валютний ризик, скорочує, таким чином, очікувані коливання майбутньої вартості фінансових потоків. Із цього випливає, що валютний ризик може бути визначений як відхилення величини очікуваного руху грошових коштів, викликаний коливаннями валютного курсу. Таким чином, хеджування зменшує валютний ризик, але безпосередньо не збільшує вартості підприємства і не викликає зростання його рентабельності, у зв'язку з чим може виникнути сумнів у необхідності хеджування валютних ризиків для зменшення флуктуації грошових потоків підприємства.

Прийняття рішення про доцільність хеджування валютних ризиків на кожному конкретному підприємстві повинне починатися з аналізу тих переваг і вигод, які хеджування забезпечить даному підприємству.

Висновки з проведеного дослідження. Для вітчизняних підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, велике значення має мінімізація валютних ризиків, особливо коли вартість валюти може істотно змінюватися в короткі терміни. Саме тому контроль валютного ризику є актуальним, оскільки курси валют піддаються впливу значних коливань. Мінімізація валютних ризиків може бути досягнута такими способами: прогнозуванням валютного ризику; доцільним вибором валюти ціни; регулюванням валютної позиції по контрактах (тобто валютна позиція повинна бути закритою, що досягається за рахунок збалансування платежів і надходжень в конкретній іноземній валюті); прискоренням або затримкою платежу за поставлені товари; застосуванням валютних та інших захисних застережень; хеджуванням за допомогою строкових валютних угод; під час укладання довгострокових контрактів вибирати стабільну розрахункову валюту.

Розглянуті вище фінансові методи хеджування валютного ризику дають змогу зберігати і підвищувати конкурентоспроможність підприємства, оперативно реагувати на зміну валютного курсу. Механізм управління валютними ризиками на підприємствах повинен бути злагодженим та багатоаспектним.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. К.: Ника-Центр, 2005. 600 с.

2. Валютні ризики. URL: http://stud.com.ua/34797/finansi/operatsiyni_riziki (Дата обращения – 25.03.2018).

3. Вербіцька І.І. Хеджування валютних ризиків. Сталий розвиток економіки. 2013. № 4. С. 374–380.

4. Галанов В.А. Производные инструменты срочного рынка: фьючерсы, опционы, свопы. М.: Финансы и статистика, 2002. 464 с.

5. Горбунов Н.В. Оценка эффективности системы внутреннего контроля валютных рисков. Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2011. № 2. С. 188–191.

6. Кредитування та ризики: навч. посіб. / М.П. Денисенко та ін. К.: «Професіонал», 2008. 480 с.

7. Дорман В.Н., Соколова О.С. Хеджирование – как перспективный метод управления рыночными рисками. Финансы и кредит. 2007. № 41. С. 56–60.

8. Еш С.М. Фінансовий ринок: навч. посіб.; 2-е вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 528 с.

9. Киселёв М.В. Классификация технологий сделок с деривативами. Экономические стратегии. 2009. № 4. С. 46–51.

10. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції: навч. посіб. / К.Ф. Ковальчук, Д.Є. Козенков, Ю.Г. Момот. К.: Центр учбової літератури, 2013. 150 с.

11. Колосов И.М. Инновации в сфере валютного хеджирования на промышленных предприятиях. Финансы и кредит. 2009. № 13. С. 69–75.

12. Кузнецов Ю.В., Капустина Н.В. Методологические аспекты исследования системы управления рисками. Проблемы современной экономики. 2008. № 3. С. 324–327.

13. Лукашев А.В. Международные корпоративные финансы и управление валютными рисками

в нефинансовых корпорациях. Управление корпоративными финансами. 2005. № 1 (7). С. 36-52.

14. Люу Ю.-Д. Методы и алгоритмы финансовой математики. М.: БИНОМ; Лаборатория знаний, 2007. 751 с.

15. Петрашко Л.П. Валютні операції: навч. посіб.; 2-е вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2012. 271 с.

16. Редхед К., Хьюс С. Управление финансовыми рисками; пер. с англ. М.: Инфра-М, 1996. 288 с.

17. Свєшнікова К.Т. Категорії та види валютних ризиків комерційних банків. Світ фінансів. 2012. № 2. С. 147–154.

18. Сычев В.А. Качественные методы фундаментального анализа макроэкономических процессов на международном валютном рынке "FOREX". Ростов н/Д: СКНЦ ВШ, 2005. 240 с.

19. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций: монография. М.: Дашков и Ко, 2003. 544 с.

20. Шегда А.В., Голованенко М.В. Ризики в підприємництві: оцінювання та управління; за ред. А.В. Шегди. К.: Знання, 2008. 271 с.

21. Экономика: курс валют. URL: https://24tv.ua (Дата обращения – 20.03.2018).

REFERENCES:

1. Blank, I.A. (2005), Upravleniye finansovymi riskami [Financial Risk Management], textbook, Nika-Tsentr, Kyiv, Ukraine, 600 p.

2. Valyutni riziki (2015), available at: http://stud.com.ua/34797/finansi/operatsiyni_riziki (access date March 25, 2018).

3. Verbitska, I.I. (2013), "Currency risk hedging", Staliy rozvitok ekonomiki, no. 4, pp. 374-380.

4. Galanov, V.A. (2002), Proizvodnyye instrumenty srochnogo rynka: fyuchersy. optsiony. Svopy [Derivative instruments of the futures market: futures, options, swaps], Finansy i statistika, Moscow, Russia, 464 p.

5. Gorbunov, N.V. (2011), "Assessment of the effectiveness of the system of internal control of currency risks", Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsialno-ekonomicheskogo universiteta, no. 2, pp. 188-191.

6. Denisenko, M.P., Domrachev, V.M., Kabanov, V.G., Ignatenko, I.V. and Chigirik, K.O. (2008), Kredituvannya ta riziki [Lending and risks], tutorial, Vidavnichiy dim "Profesional", Kyiv, Ukraine, 480 p.

7. Dorman, V.N. and Sokolova, O.S. (2007), "Hedging – as a promising method for managing market risks", Finansy i kredit, no. 41, pp. 56-60.

8. Esh, S.M. (2011), Finansoviy rinok [Financial market], tutorial, Tsentr uchbovoї literaturi, Kyiv, Ukraine, 528 p.

9. Kiselev, M.V. (2009), "Classification of derivatives trading technologies", Ekonomicheskiye strategii, no. 4, pp. 46-51.

10. Kovalchuk, K.F., Kozenkov, D.Є. and Momot, Yu.G. (2013), Mizhnarodni kreditno-rozrakhunkovi ta valyutni operatsiї [International credit-settlement and currency transactions], tutorial, Tsentr uchbovoї literaturi, Kyiv, Ukraine, 150 p.

11. Kolosov, I.M. (2009), "Innovations in the field of currency hedging at industrial enterprises", Finansy i kredit, no. 13, pp. 69-75.

12. Kuznetsov, Yu.V. and Kapustina, N.V. (2008), "Methodological aspects of the study of the risk management system", Problemy sovremennoy ekonomiki, no. 3, pp. 324–327.

13. Lukashev, A.V. (2005), "International corporate finance and currency risk management in non-financial corporations", Upravleniye korporativnymi finansami, no. 1(7), pp. 36-52.

14. Lyuu, Yu. -D. (2007), Metody i algoritmy finansovoy matematiki [Methods and algorithms of financial mathematics], BINOM, Laboratoriya znaniy, Moscow, Russia, 751 p.

15. Petrashko, L.P. (2012), Valyutni operatsiї [Foreign exchange operations], tutorial, Znannya, Kyiv, Ukraine, 271 p.

16. Redkhed, K. and Khyus, S. (1996), Upravleniye finansovymi riskami [Financial risk management], Translated by angl., Infra-M, Moscow, Russia, 288 p.

17. Svєshnikova, K.T. (2012), "Categories and types of currency risks of commercial banks", Svit finansiv, no. 2, pp. 147-154.

18. Sychev, V.A. (2005), Kachestvennyye metody fundamentalnogo analiza makroekonomicheskikh protsessov na mezhdunarodnom valyutnom rynke "FOREX" [Qualitative methods of fundamental analysis of macroeconomic processes in the international currency market "FOREX"], SKNTs VSh, Rostov-on-Don, Russia, 240 p.

19. Shapkin, A.S. (2003) Ekonomicheskiye i finansovyye riski. Otsenka. upravleniye. portfel investitsiy [Economic and financial risks. Evaluation, management, investment portfolio], monografiya, Izdatelsko-torgovaya korporatsiya "Dashkov i Ko", Moscow, Russia, 544 p.

20. Shegda, A.V. and Golovanenko, M.V. (2008), Riziki v pidpriємnitstvi: otsinyuvannya ta upravlinnya [Business risks: evaluation and management], Znannya, Kyiv, Ukraine, 271 p.

21. Ekonomika: kurs valyut (2005), available at: https://24tv.ua/ru/kak_menjalsja_kurs_grivny_za_poslednie_20_let_neuteshitelnaja_statistika_n721617, (access date March 20, 2018).

Momot Yu.G.
Senior Instructor at Department of Management
National Metallurgical Academy of Ukraine
Dunaichuk S.M.
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Management
National Metallurgical Academy of Ukraine

CURRENCY CROSS-RATE RISKS HEDGING STRATEGY IN RESPECT TO FOREIGN TRADE ACTIVITY OF ENTERPRISES

The flow of foreign trade operations performed by local enterprises in international markets is defined by the high level of sensitivity to currency cross-rate fluctuations, i.e. to cross-rate risks. The cross-rate risks represent one of the main factors that hinder the foreign trade activity of local enterprises.

That's why the proof of risk minimization strategy and the investigation of methods that help to minify currency cross-rate risks in a current foreign trade that involves multiple factors of cross-rate changes – enable to prevent financial losses and improve the efficiency of foreign trade operations handled by the enterprises.

The efficient cross-rate risks management includes such tasks as: evaluation of currency cross-rate risks, choosing of strategy for the prevention or elimination of threats and their derivatives.

The article analyses the influence of various factors on the national currency cross-rate. Specifically, during the establishment period of the national economy, Ukraine has faced several powerful financial shocks. In 1998, 2008, 2014, and 2015 as a result of local and external factors in action (world financial crisis, conflict with Russia, world prices descent at food and metallurgical markets, exhaustion of gold and currency reserves of the National Bank of Ukraine, etc.), the Ukrainian national currency has depreciated largely with respect to leading world currencies, e.g. US dollar, Euro, British pound.

Nevertheless, while facing significant fluctuations of national currency cross-rate to foreign currencies in local market during a long-lasting period of economic reforms, the problematique of cross-currency rate hedging was actualized after the global financial crisis of 2008 only.

Special features of cross-rate risks are also studied in this article. The theoretical grounds of the triggers of such risks at present time and related issues are reviewed. The algorithm for currency risks management is developed.

The hedging is defined as one of the important methods of currency-related risks prevention and minimization. The hedging tools were classified. The most common currency cross-rate hedging tools are investigated, including the option, forward, futures and swap operations. Their advantages and downsides are described.

The financial methods of cross-currency rates hedging proposed in this article, allow preserving and increasing the competitiveness of the enterprise in the short term, reacting to cross-rate changes timely. Having said that, it is important to realize that to guarantee stable growth of industrial enterprise in the middle and long-term perspective, it is necessary to utilize non-financial hedging methods as well.

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE AND THE WORLD: CURRENT TRENDS AND FEATURES OF DEVELOPMENT

УДК 330.322

Мордань Є.Ю.
к.е.н, старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський державний університет
Відменко Ю.В.
студент
Сумський державний університет
Кобець Ж.О.
студент
Сумський державний університет

У статті досліджено особливості венчурного інвестування в Україні на сучасному етапі з урахуванням світового досвіду, а саме: розглянуто сутність та специфіку венчурного капіталу; наведено основні чинники, що впливають на розвиток венчурної індустрії; проаналізовано основні тенденції зростання масштабів та напрямки венчурного фінансування. На основі нормативно-правової бази виокремлено основні причини, що перешкоджають активізації венчурного інвестування в Україні. Запропоновано шляхи підвищення ефективності венчурних інвестицій, ґрунтуючись на вдосконаленні механізму їх залучення в інноваційні проекти.

Ключові слова: *венчурний капітал, венчурне фінансування, інвестиції, інноваційна діяльність, державна інвестиційна політика.*

В статье исследованы особенности венчурного инвестирования в Украине на современном этапе с учетом мирового опыта, а именно: рассмотрены сущность и специфика венчурного капитала; приведены основные факторы, влияющие на развитие венчурной индустрии; проанализированы основные тенденции роста масштабов и направления венчурного финансирования. На основе нормативно-правовой базы выделены основные причины, препятствующие активизации венчурного инвестирования в Украине. Предложены пути повышения эффективности венчурных инвестиций, основываясь на совершенствовании механизма их привлечения в инновационные проекты.

Ключевые слова: *венчурный капитал, венчурное финансирование, инвестиции, инновационная деятельность, государственная инвестиционная политика.*

The article explores features of venture investment in Ukraine at the present stage, taking into account world experience, namely: the essence and specificity of venture capital are considered; the main factors influencing the development of the venture industry are presented; the main tendencies of scale growth and direction of venture financing are analysed. Based on the regulatory framework, the main reasons that hinder the activation of venture capital investment in Ukraine are outlined. The ways of increasing the efficiency of venture investments are proposed based on the improvement of the mechanism of their involvement in innovative projects.

Key words: *venture capital, venture financing, investment, innovation activity, state investment policy.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах активізації конкурентної боротьби на міжнародному ринку головним джерелом економічного зростання та запорукою успіху стали здатність упровадження ризикових та інноваційних ідей, відкрита підтримка новітніх проектів. Досвід економічно розвинутих країн свідчить, що використання та вдосконалення нетрадиційних джерел інвестування стає дієвим механізмом для створення нових і модернізації наявних виробництв на основі використання досягнень науково-технічного прогресу. Одним із таких напрямів виступає венчурне інвестування, що сприяє розв'язанню проблеми недоліку фінансових коштів у високотехнологічному секторі та розширенню перспективних напрямів діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних та практичних аспектів венчурного інвестування присвячено велику кількість праць як зарубіжних, так і вітчизняних учених. Зокрема, цю проблематику досліджують такі вчені, як: Л. Малюта, А. Бабій, А. Колесніков, О. Рожко, І. Кузнєцова, В. Замлинський, В. Нежиборець, І. Кочешкова, Н. Трушкіна, Л. Антонюк, Н. Краус, Я. Копиця, Ю. Макогон та ін. Але, незважаючи на наукову і практичну цінність опублікованих праць, через мінливість розвитку світових економік, у тому числі економіки України, питання венчурного інвестування залишаються ще недостатньо дослідженими.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного стану венчурного інвестування в Україні та дослідження особливостей його розвитку на основі світових тенденцій, а також обґрунтування проблемних аспектів та перспектив української венчурної індустрії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовим досвідом доведено, що інститут венчурних інвестицій відіграє вагому роль в активізації інноваційних процесів і прискоренні структурних трансформацій економіки, створюючи сприятливі умови для реалізації перспективних високотехнологічних проектів [6, с. 1].

Венчурний капітал, за визначенням Європейської асоціації прямих приватних інвестицій та венчурного капіталу, – це кошти професійних учасників ринку, що інвестуються спільно з підприємницькими коштами для фінансування початкових стадій діяльності підприємства або на етапі його розвитку.

Особливості венчурного інвестування порівняно з традиційними видами інвестування представлено в табл. 1.

Отже, венчурне підприємництво – ризикова діяльність, у процесі якої створюються й упроваджуються у виробництво нові товари, технології, послуги, результати наукових досягнень, технічні новинки тощо [5, с. 114].

Сьогодні венчурний бізнес займає провідне місце у світовій інвестиційній індустрії. Він є засо-

бом високоприбуткового розміщення капіталу й ефективним механізмом упровадження інновацій. Світова спільнота вже давно і дуже активно використовує можливості венчурних інструментів для розвитку реального сектора економіки і підвищення прибутковості активів.

В умовах постійного розвитку венчурної індустрії по всьому світу варто зазначити, що загальний обсяг венчурного капіталу, який інвестується, залишається досить високим (рис. 1).

Аналіз даних свідчить, що порівняно з 2012 р. обсяг світових венчурних інвестицій збільшився більше ніж удвічі, але в 2016 р. спостерігається зменшення венчурних інвестицій на 10,09% до попереднього року, тобто відбулося абсолютне скорочення з 218 млрд. дол. США до 196 млрд. дол. США. Незважаючи на це, оцінка розмірів світових тенденцій венчурного інвестування залишається високою, що підтверджує значний вплив таких інвестицій на розвиток світового господарства.

Америка після двох років сильної венчурної активності зазнала суттєвого зниження загального обсягу угод – на 22,9% [2]. Вартість угод також знизилася з рекордно високого показника 2015 р. у 82 млрд. дол. США до 72 млрд. дол. США. Серед загального обсягу венчурних інвестицій на континенті більше половини припадає на США, де венчурний капітал за 2016 р. становив 69,1 млрд. дол. Порівняно з піком в 79,3 млрд. дол., що спостерігався в 2015 рю, а загальна активність знизилася більш ніж на 20%.

У деяких випадках економічний спад був майже неминучим, оскільки циклічний бум в інвестиційній діяльності призвів до переоцінених сподівань, результатом чого стало зростання суми фінансування, та разом із тим деякі інвестори починали відступати. Але навіть коли активність знизилася, інвестори, як і раніше, готові вкладати до перспективних компаній значні інвестиції, якщо вони зможуть задовольнити більш суворі критерії якості.

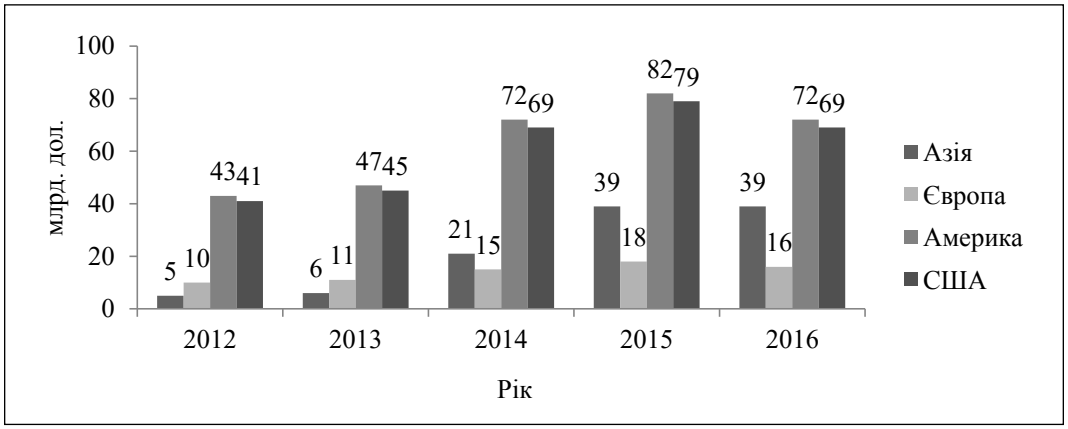


Рис. 1. Географічний розподіл інвестицій венчурного капіталу протягом 2012–2016 рр., млрд. дол. США [2]

Таблиця 1

Порівняльна характеристика венчурного та традиційного інвестування [15, с. 212]

Порівняльні ознаки	Венчурні інвестиції	Традиційні інвестиції
Розподіл ринку	Венчурний інвестор поділяє ризики разом із власниками фірми	Традиційний інвестор має пріоритет в отриманні прибутку та поверненні коштів у разі банкрутства перед власниками
Підприємства – одержувачі інвестицій	Малі, високотехнологічні компанії, що розпочинають бізнес	Компанії, що вже мають достатній розмір капіталу для покриття можливих збитків та успішний досвід роботи на ринку
Критерій вибору підприємства	Потенційна можливість зростання	Висока прибутковість
Функції інвестора	Надання капіталу, консультативної допомоги в управлінні, використання зв'язків інвестора на ринках постачання, фінансів, маркетингу, збуту	Надання капіталу
Надання забезпечення	Без забезпечення	Забезпечення надається
Отримання прибутку	Продаж акцій підприємства після зростання їхньої вартості	Фіксований відсоток на вкладені кошти або від реалізації інвестиційного проекту

Європа зазнала зниження венчурного капіталу на 11%, а кількість угод зменшилася на 28% [2]. Такий стан венчурного інвестування у 2016 р. пов'язаний із британською стратегією Brexit (вихід Великобританії зі складу ЄС) і ступенем геополітичної невизначеності в інших європейських країнах, що робить інвесторів обережними. Разом із тим обмінні курси між євро, британським фунтом і доларом США допомогли зберегти певну стійкість європейського ринку венчурного капіталу.

Обсяг венчурного інвестування в Азії за 2016 р. відзначився стабільністю показника у сумі 39 млрд. дол. США. Така ситуація склалася за рахунок того, що на початку 2016 р. багато регіонів підтримували загальне фінансування в Азії на суму 38,5 млрд. дол. США, а в другій половині року обсяги інвестування становили лише 500 млн. дол. США. Причому Азіатський регіон зумовлений передусім угодами в Індії та Китаї.

Венчурний капітал розподіляє фінансування відповідно до стадій життєвого циклу, які наведено в табл. 2.

На рис. 2 представлено середній розмір угоди венчурного інвестування за стадіями.

Отже, тенденції венчурного інвестування яскраво показують позитивну динаміку фінансування. Очевидно, що найбільший обсяг венчурного інвестування здійснюється на стадії D (розширення), оскільки саме ця серія фінансування є найменш ризиковою. Значні обсяги інвестування на етапі розширення говорять про бажання інвесторів повернути вкладені кошти в результаті процедури первинного публічного розміщення акцій на біржі.

Світові реалії венчурного інвестування відзначаються вкладанням понад 40% венчурного капіталу в IT-сферу. Добре відомі гіганти комп'ютерного й інформаційного бізнесу Microsoft, Intel, Apple Computers, Sun Microsystems, Yahoo, Google теж свого часу виросли з ідеї, профінансованої венчурним капіталом [8, с. 113]. Не випадково країни з розвиненим ринком венчурного інвестування виступають сьогодні провідними експортерами продукції високих технологій. Окрім

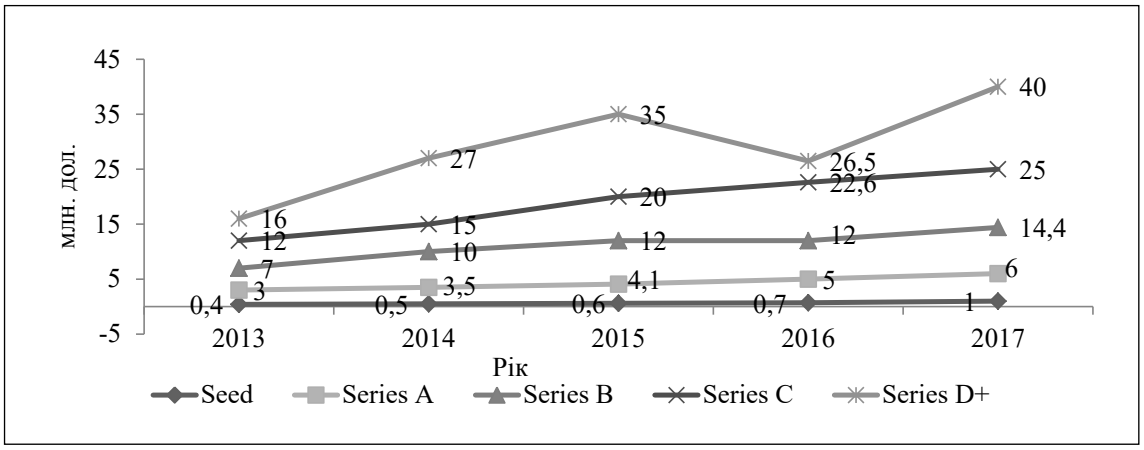


Рис. 2. Світовий середній розмір угоди венчурного інвестування за стадіями протягом 2013–2017 рр., млн. дол. США [2]

Таблиця 2

Стадії венчурного інвестування [3; 4, с. 175]

Назва етапу	Характеристика етапу
Seed («Посів»)	Перший етап венчурного фінансування, на якому, як правило, реалізуються порівняно скромні обсяги капіталу, надані винахідникам або підприємцям для фінансування раннього розвитку нового продукту або послуги. Кошти цього рівня можуть бути спрямовані на оплату попередніх операцій, розроблення продукту, дослідження ринку, формування команди управлінців, розроблення бізнес-плану тощо.
A – Start-up	Компанія фактично розпочинає свою діяльність і прагне залучити капітал для розвитку продукту або послуги. Потенційна сума фінансування становить 1–5 млн дол. США.
B – Early stage (рання стадія розвитку)	Передбачає інвестиції, що витрачаються на розвиток і зростання бізнесу. Найчастіше під цим розуміється перенесення бізнес-моделі компанії на нові ринки.
C – Grow stage (стадія росту)	Активно випускається готова продукція і поступово нарощується обсяг продаж.
D – Expansion (розширення)	Підприємство досягло значних обсягів продаж, унаслідок чого відбувається IPO (первинне публічне розміщення акцій). Венчурні фонди прагнуть вивести вкладені кошти з дивідендами за допомогою власного досвіду і бізнес-мереж.

того, у 2017 р. значне зростання зафіксували фармацевтичні галузі та інвестиції в біотехнології в розмірі понад 16 млрд. дол. США порівняно з 12,2 млрд. дол. США в 2016 р. [2].

Головними чинниками, що сприяють розвитку венчурного бізнесу, є: наявність науково-освітньої бази та потужного дослідницького сектора, наукових шкіл; розвиненість фінансових інститутів і ринків страхового й пенсійного секторів; наявність фондового ринку; політична й макроекономічна стабільність, стале економічне зростання; стабільний попит з боку держави та приватного сектора на наукові дослідження й розробки; наявність вільного капіталу [8, с. 115]. В Україні більшість зазначених умов має суперечливий характер, оскільки сьогодні венчурний бізнес перебуває лише на стадії раннього розвитку, маючи певні особливості та специфічні риси, що зумовлено політичною та економічною ситуацією.

Формування інститутів венчурного фінансування в Україні почалося в останнє десятиріччя XX ст. Причому перші кроки щодо використання принципів венчурного бізнесу були здійснені не у сфері фінансування інноваційних проектів, а під час економічних реформ за переходу на нові організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

За визначенням Української асоціації венчурного бізнесу, венчурний капітал – це довгостроковий, ризиковий капітал, що інвестується в акції нових і швидкозростаючих компаній для отримання великого прибутку після реєстрації акцій цих компаній на фондовій біржі [14].

Нестабільність нормативного поля не створює належних стимулів для інноваційної діяльності і не сприяє спрямуванню інвестицій в інноваційний процес і високотехнологічні виробництва. Характерною особливістю для вітчизняної практики є наявність чисельних законів, підзаконних актів та інших документів, що регламентують методи і важелі здійснення економічної діяльності, які не пов’язані між собою в єдину систему і не спрямовані на реалізацію єдиної економічної політики, соціально-економічної програми [7].

Слабка законодавча база та недостатня ефективність захисту прав інтелектуальної власності є першочерговими проблемами розвитку венчурної індустрії України (табл. 3).

Таким чином, існує розмитість і невизначеність багатьох понять та суперечливий характер деяких нормативно-правових документів, що перешкоджають формуванню єдиної бази венчурного інвестування в Україні як цілісного механізму, спрямованого на забезпечення економічного зростання України. Однак позитивним зрушенням у секторі вітчизняного інноваційного бізнесу може стати прийняття законопроекту «Про венчурні фонди інноваційного розвитку» або «Про венчурну діяльність в інноваційній сфері».

На сучасному етапі діє Концепція розвитку національної інноваційної системи (2009–2025 рр.), одним із напрямів якої є створення умов для інвестування венчурного капіталу у високотехнологічні інноваційні проекти.

Аналізуючи інвестиційний ринок України, варто зауважити, що сьогодні найбільш динамічно розви-

Таблиця 3

Характеристика основних нормативно-правових актів, що пов’язані з розвитком та регулюванням сфери інноваційних інвестицій [9–12]

Назва нормативно-правового акту	Зміст нормативно-правового акту
Закон України «Про інвестиційну діяльність», 1991 р.	Визначає загальні правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності на території України; спрямований на забезпечення рівного захисту прав, інтересів і майна суб'єктів інвестиційної діяльності незалежно від форм власності, а також на ефективне інвестування економіки України, розвитку міжнародного економічного співробітництва та інтеграції.
Закон України «Про інноваційну діяльність», 2002 р.	Визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом.
Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», 2011 р.	Визначає правові, економічні та організаційні засади формування цілісної системи пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та їх реалізації в Україні для забезпечення інноваційної моделі розвитку економіки шляхом концентрації ресурсів держави на пріоритетних напрямах науково-технічного оновлення виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.
Закон України «Про інститути спільного інвестування», 2012 р.	Спрямований на забезпечення залучення та ефективного розміщення фінансових ресурсів інвесторів і визначає правові та організаційні основи створення, діяльності, припинення суб’єктів спільного інвестування, особливості управління активами, встановлює вимоги до складу, структури та зберігання таких активів, особливості емісії, обігу, обліку та викупу цінних паперів інститутів спільного інвестування, а також порядок розкриття інформації про їх діяльність.

вається сегмент інститутів спільного інвестування, представлений венчурними ІСІ. Кількість компаній з управління активами (КУА) за 2012–2016 рр. скоротилася на 16,4%, а кількість визнаних ІСІ – на 7,4%. Як наслідок, відбулося посилення концентрації на ринку управління активами: на одну КУА у середньому припадає майже чотири інститути спільного інвестування (рис. 3).

Венчурні фонди порівняно з іншими видами ІСІ є найбільш ризикованими для інвесторів, що пояснюється відсутністю жорстких законодавчих вимог щодо складу і структури активів цих фондів та операцій із ними. Однак це компенсується широкими інвестиційними можливостями таких фондів, ефективне використання яких може принести інвесторам більші прибутки та переваги. Саме тому венчурні фонди як гнучкий інструмент для здійснення інвестиційних програм користуються популярністю в Україні. У загальних активах українських ІСІ їхня частка перевищує 90%.

Визначення місця венчурних інститутів спільного інвестування у структурі фінансового ринку можливе шляхом співвідношення активів венчурних ІСІ та показника ВВП України (рис. 4).

Як видно з графіка, вартість активів венчурних ІСІ займає незначну частку в обсязі ВВП України, зберігаючи стійку тенденцію до зниження. Порівняно з міжнародним досвідом представлені значення в діапазоні від 9% до 12,5% є досить невеликими, оскільки активи ІСІ в розвинених країнах перевищують 50% ВВП, а в США – величину ВВП. Тим не менше представлені значення цілком прийнятні для українського ринку інвестування, що знаходиться на етапі свого становлення.

Окрім того, доцільно розглянути та проаналізувати структуру венчурних інститутів спільного інвестування в Україні за 2012–2016 рр. (табл. 4).

Отже, найбільш активно фонди цього типу нарощували вкладання в інші активи (дебіторська заборгованість, корпоративні права, а також позики компаніям, у яких ІСІ володіють часткою в капіталі) – 74,26%. Акції в 2016 р. утримували першу позицію серед видів цінних паперів за обсягом вкладень у всіх секторах ІСІ за типами фондів. Але разом із тим венчурні фонди не поспішають інвестувати кошти в акції на організованих ринках, оскільки інвестиції у фондовий ринок в Україні мають відносно низьку прибутковість за високого

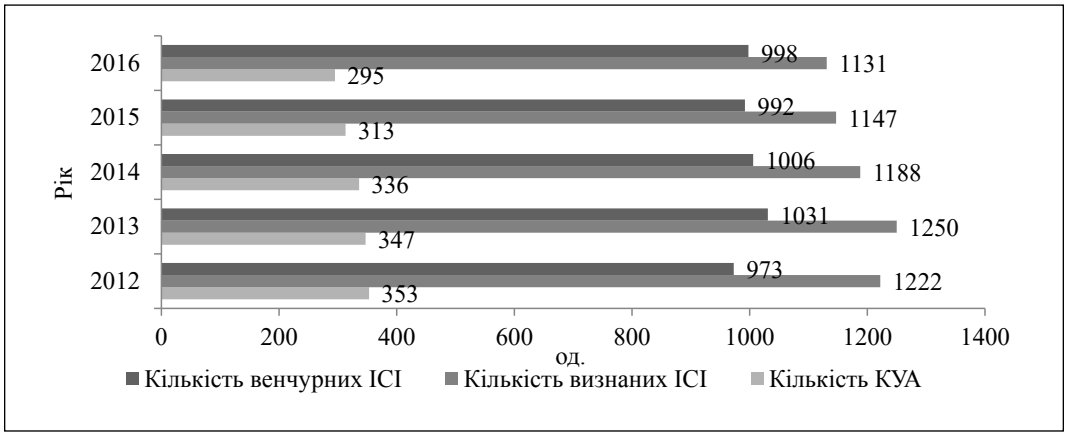


Рис. 3. Динаміка кількості КУА та ІСІ в Україні протягом 2012–2016 рр. [14]

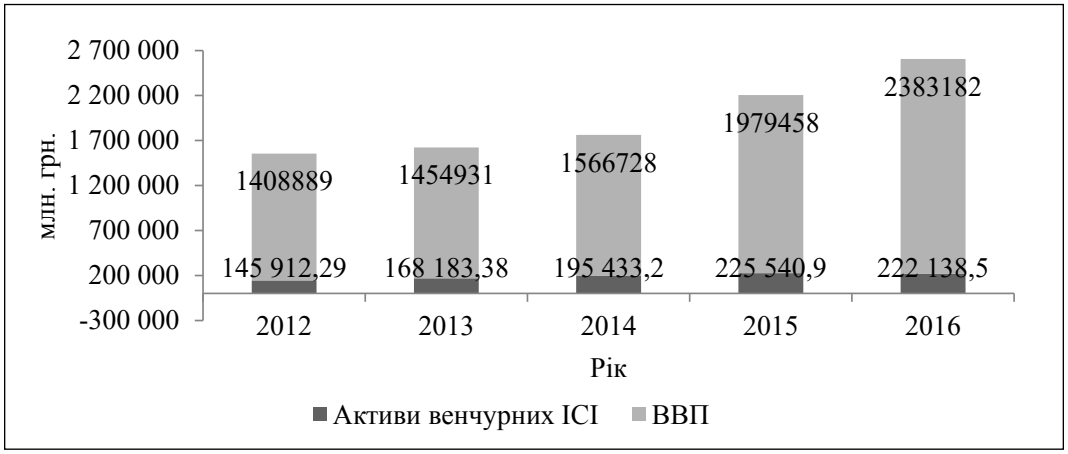


Рис. 4. Динаміка активів венчурних ІСІ та ВВП України протягом 2012–2016 рр., млн. грн. [14]

рівня неконтрольованих ризиків. Інвестиції ж у невеликі підприємства шляхом придбання контролю над ними дають змогу контролювати фінансові й інші ризики.

У 2016 р. в Україні було укладено 87 інвестиційних угод з українськими інноваційними компаніями, що на 32% більше, ніж у 2015 р. Особливістю інвестиційного ринку в 2016 р. стало те, що інвестори були більш сконцентровані на вкладенні коштів у компанії на початковому, посівному (Seed), етапі. Таких угод було 73, а середній розмір інвестицій в одну компанію становив більше 500 тис. дол. Можна очікувати, що компанії, які отримали «стартовий капітал», будуть у майбутньому залучати значні інвестиції. Важливо відзначити, що з урахуванням усіх інвестицій середній обсяг у 2016 р. становив 1 млн. дол. США.

На рис. 5 представлено середній розмір угоди венчурного інвестування за серіями в Україні.

Найпривабливішими напрямами венчурного інвестування за 2014–2016 рр. стали: онлайн-послуги – 16 угод на загальну суму 55 млн. грн. (9 млн. дол. на посівній стадії), програмне забезпечення – 12 мнл. грн., мобільний зв'язок – 9 млн. грн. [1; 13].

2016 р. також характеризується появою на українському інвестиційному ринку великих міжнародних гравців, у тому числі з Кремнієвої Долини. Близько 60% інвестиційних угод укладено за участю міжнародних інвесторів, при цьому іноземний капітал становив більше 80% загального обсягу інвестицій у 2016 р. (без урахування нерозкритих угод).

Проаналізувавши нормативно-правову базу та основні тенденції венчурного інвестування в Україні порівняно із зарубіжним досвідом, варто виділити основні проблеми, що перешкоджають активізації ризикового інвестування в Україні (рис. 6).

Розв'язання зазначених проблем та підвищення ефективності венчурних інвестицій знаходяться у площині вдосконалення механізму їх залучення для впровадження інноваційних проектів на основі:

– створення сприятливого інвестиційного клімату шляхом забезпечення загального стабільного макроекономічного і політичного становища,

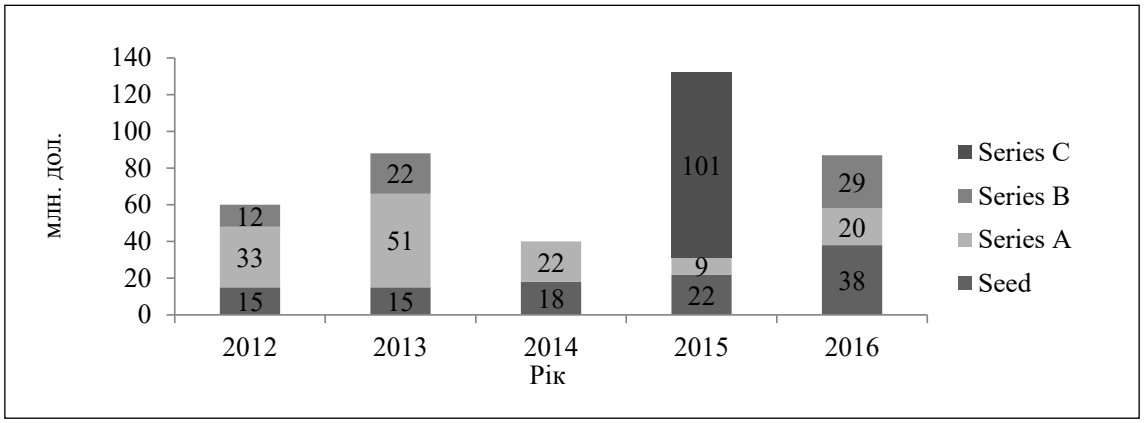


Рис. 5. Обсяг венчурного інвестування за стадіями в Україні протягом 2012–2016 рр., млн. дол. США [1; 13]

Таблиця 4

Структура активів венчурних ІСІ в Україні протягом 2012–2016 рр., % [14]

Структура активів	Роки				
	2012	2013	2014	2015	2016
Інші активи	64,14	66,57	68,96	75,65	74,26
Нерухомість	2,47	2,46	2,22	2,71	2,87
Грошові кошти та банківські депозити	2,20	2,30	1,50	1,44	1,39
Банківські метали	0,01	0,00	0,01	–	–
ОВДП	0,04	0,01	0,05	0,05	0,07
Акції	11,47	11,49	15,17	10,47	11,93
Облігації підприємств	7,08	6,33	4,08	3,81	3,69
Ощадні сертифікати	–	0,22	–	–	–
Векселі	12,47	10,50	7,96	5,83	5,68
Заставні	0,10	0,05	0,01	0,01	0,01
Інші ЦП	0,01	0,07	0,04	0,03	0,11

Рис. 6. Основні причини, що перешкоджають розвитку венчурного інвестування в Україні [5, с. 117]

досконалого правового законодавства, науково обґрунтованого оподаткування;

– підвищення мотивації вкладання коштів венчурних фондів в інноваційні проекти малих і середніх фірм шляхом створення інституту державного страхування і гарантування венчурних інвестицій;

– зростання частки організованого ринку цінних паперів для створення сприятливих умов для ефективного продажу венчурними інвесторами пакета акцій компаній, які є об'єктами інвестування;

– вдосконалення інфраструктури для забезпечення інтенсифікації інноваційно-інвестиційних процесів та управління венчурним капіталом, зокрема формування технологічних інкубаторів, технопарків, технополісів;

– поліпшення організаційно-управлінських умов венчурної індустрії в розрізі ефективного управління та планування;

– розвиток системи сервісних та інформаційних послуг, що забезпечило б підвищення рівня активності фізичних осіб на ринку спільного інвестування.

Безумовно, найважливішим моментом успішного залучення венчурних інвестицій на даному етапі є: державна підтримка, що насамперед полягає у подальшому формуванні та вдосконаленні законодавчої та нормативно-правової бази, спрямованої убезпечити науково-технічну, інноваційну та венчурну діяльність в Україні; вирішення правових проблем захисту інтелектуальної власності; створення і подальша підтримка стимулів розвитку венчурного підприємництва за системою держзамовлення; розроблення ефективних стратегій державної політики у сфері венчурного бізнесу, що має входити до єдиної концепції розвитку інноваційної та інвестиційної діяльності в Україні.

Можна відзначити, що український ринок венчурного капіталу в найближчі кілька років покаже стрімке зростання. Це пов'язано з низкою причин: зростаючою популярністю стартап-індустрії, зокрема в IT-секторі; усвідомленням необхідності зміни парадигми економічного розвитку країни у бік переходу на нові технологічні уклади; економічною нестабільністю, зростанням рівня безробіття і, як наслідок, активізацією приватного підприємництва; розвитком елементів венчурної екосистеми; активізацією участі українських проектів у міжнародних спеціалізованих заходах, а також їх активним проведенням в Україні.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз основних тенденцій венчурного інвестування, а також дослідження сучасного стану венчурних процесів в Україні та в світі дає можливість зробити змістовні висновки.

Венчурне інвестування відіграє особливу роль, забезпечуючи залучення довгострокового, високоризикового капіталу, що має переважну спрямованість на активізацію науково-технічної та інноваційної діяльності, яка є запорукою економічного розвитку країни.

Масштаби світового венчурного інвестування з кожним роком зростають та спрямовуються у нанотехнології, IT-сектор та стартап-індустрію. Безумовним лідером виступає Америка, зокрема США, де, власне, й зародилося венчурне фінансування. Тим не менше останніми роками помітнішу

роль відіграють країни Азії (Китай), які надають перевагу інноваційним компаніям.

Аналіз венчурної індустрії в Україні за 2014–2017 рр. характеризується певними особливостями: зменшенням кількості КУА та нестабільністю ІСІ, низькою часткою активів ІСІ в обсязі ВВП країни, незначною присутністю венчурних фондів на організованих ринках через малу прибутковість та високий рівень ризику. Зазначені фактори перешкоджають розвитку та потребують удосконалення механізму впровадження інноваційних проектів, що мають перспективу виходу на конкуренту ринкову арену. Основним джерелом подолання наявних бар'єрів мають стати державна підтримка та ініціативність, а також заохочення венчурного інвестування як на ранніх стадіях, так і під час подальшого розроблення перспективних ідей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2016. InVenture: инвестиционный портал. URL: https://inventure.com.ua/analytics/investments/ukrainian-venture-capital-and-private-equity-overview-2016.

2. Venture Pulse: Global Analysis of Venture Funding. KPMG International. URL: https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights.html.

3. Венчурные инвестиции в стартапы (США). Что нужно знать? Раунды Seed, A, B и C. URL: https://aurum.expert/seed-round-a-b-s-etapy-venchurnogo-finansirovaniya-startapov.

4. Замлинський В.А. Сучасний стан та перспективи розвитку венчурного інвестування як складової фінансового забезпечення інноваційної діяльності України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. № 5–6. С. 172–179.

5. Краус Н.М., Копиця Я.О. Венчурне інвестування як пріоритетний напрям інноваційного розвитку економіки країни. Економічний простір. 2013. № 74. С. 112–121.

6. Кузнєцова І.С. Венчурні інвестиції: сутність, форми, контрагенти. Науково-технічна інформація. 2007. № 1. С. 40–43.

7. Муляр Т.В. Аналіз та шляхи удосконалення нормативно-правового регулювання венчурного інвестування в Україні. Ефективна економіка. 2012. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=1024.

8. Поляк М.М. Сучасний стан та перспективи розвитку венчурного інвестування в Україні. Держава та регіони. 2013. № 5. С. 113–116.

9. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 № 1590-12. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12.

10. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-15. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15.

11. Про інститути спільного інвестування: Закон України від 05.07.2012 № 5080-17. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5080-17.

12. Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011 № 3715-17. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ 3715-17.

13. Українська асоціація венчурного та приватного капіталу. URL: http://uvca.eu/ua.

14. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. URL: http://www.uaib.com.ua.

15. Шипуліна Ю.С. Сучасні особливості розвитку венчурного інвестування на промислових підприємствах. Економіка: реалії часу. 2015. № 5. С. 210–214.

REFERENCES:

1. Ohlyad ukrayinskoho venchurnoho kapitalu ta pryvatnoho kapitalu 2016 [Overview of Ukrainian Venture Capital and Private Equity 2016]. InVenture: investytsyonnyy portal. URL: https://inventure.com.ua/analytics/investments/ukrainian-venture-capital-and-private-equity-overview-2016. (in Ukrainian)

2. Venture Pulse: Global Analysis of Venture Funding. KPMG International. URL: https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights.html. (In English)

3. Venchurnyye investitsii v startapy (USA). Chto nuzhno znat? Raundy Seed, A, B i C [Venture investments in start-ups (USA). What do you need to know? Rounds are Seed, A, B and C]. URL: https://aurum.expert/seed-round-a-b-s-etapy-venchurnogo-finansirovaniya-startapov. (in Ukrainian)

4. Zamlynskyy V. A. (2014) Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku venchurnoho investuvannya yak skladovoyi finansovoho zabezpechennya innovatsiynoyi diyalnosti Ukrayiny [Current state and prospects of development of venture capital investment as a component of financial support of Ukraine's innovation activity]. Zovnishnya torhivlya: ekonomika, finansy, parvo. No 5-6, pp. 172-179. (in Ukrainian)

5. Kraus N. M., Kopytsya YA.O. (2013) Venchurne investuvannya yak priorytetnyy napryam innovatsiynoho rozvytku ekonomiky krayiny [Venture investment as a priority direction of innovative development of the country's economy]. Ekonomichnyy prostir. No. 74, pp. 112-121. (in Ukrainian)

6. Kuznyetsova I. S. (2007) Venchurni investytsiyi: sutnist, formy, kontrahenty [Venture investments: essence, forms, counteragents]. Naukovo-tekhnichna informatsiya. No. 1, pp. 40-43. (in Ukrainian)

7. Mulyar T. V. (2012) Analiz ta shlyakhy udoskonalennya normatyvno-pravovoho rehulyuvannya venchurnoho investuvannya v Ukrayini [Analysis and ways to improve regulatory and legal regulation of venture capital investment in Ukraine]. Efektyvna ekonomika. URL: http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-economika&s=ua&z=1024.

8. Polyak M. M. (2013) Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku venchurnoho investuvannya v Ukrayini [Current state and prospects of development of venture capital investment in Ukraine]. Derzhava ta rehiony. No. 5, pp. 113-116. (in Ukrainian)

9. Pro investytsiynu diyalnist: Zakon Ukrayiny vid 18.09.1991 № 1590-12 [On investment activity: Law of Ukraine]. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1560-12. (in Ukrainian)

10. Pro innovatsiynu diyalnist: Zakon Ukrayiny vid 04.07.2002 № 40-15 [About innovation activity:

Law of Ukraine]. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15. (in Ukrainian)

11. Pro instytuty spilnoho investuvannya: Zakon Ukrayiny vid 05.07.2012 № 5080-17. [On Joint Investment Institutions: Law of Ukraine]. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5080-17. (in Ukrainian)

12. Pro priorytetni napryamky innovatsiynoyi diyalnosti v Ukrayini: Zakon Ukrayiny vid 08.09.2011 № 3715-17. [On Priority Areas of Innovation Activity in Ukraine: Law of Ukraine]. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3715-17. (in Ukrainian)

13. Ukrayinska asotsiatsiya venchurnoho ta pryvatnoho kapitalu. [Ukrainian Association of Venture Capital and Private Capital]. URL: http://uvca.eu/ua. (in Ukrainian)

14. Ukrayinska asotsiatsiya investytsiynoho biznesu. [Ukrainian investment business association]. URL: http://www.uaib.com.ua. (in Ukrainian)

15. Shypulina YU. S. (2015) Suchasni osoblyvosti rozvytku venchurnoho investuvannya na promyslovykh pidpryyemstvakh [Modern features of the development of venture investment in industrial enterprises]. Ekonomika: realiyi chasu. No. 5. pp. 210-214. (in Ukrainian)

Mordan Ye.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Instructor at Department of Finance, Banking and Insurance
Sumy State University
Vidmenko Y.V.
Student
Sumy State University
Kobets Zh.O.
Student
Sumy State University

VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE AND THE WORLD: CURRENT TRENDS AND FEATURES OF DEVELOPMENT

World experience has proven that the Institute of Venture Investment plays an important role in activating innovation processes and accelerating structural transformations of the economy, creating favourable conditions for the implementation of promising high-tech projects.

Venture Entrepreneurship is a risky activity, in the process of which new products, technologies, services, results of scientific achievements, technical innovations, etc. are created and introduced into production.

Trends in global venture capital investments clearly show the positive dynamics of financing. More than 40% of venture capital is marked by investing in the IT sector. In addition, in 2017, the pharmaceutical industry and biotechnology investments in the amount of more than $16 billion, compared with $12.2 billion in 2016, recorded a significant increase.

The main factors contributing to the development of venture business are: availability of scientific and educational base and a strong research sector, scientific schools; the development of financial institutions and markets of the insurance and pension sectors; availability of the stock market; political and macroeconomic stability, sustainable economic growth; stable demand from the state and the private sector for research and development; availability of free capital. In Ukraine, most of these conditions are controversial, because today venture business is only in the early stages of development, having certain features and specific features due to the political and economic situation.

The analysis of the venture industry in Ukraine for 2014–2017 is characterized by a decrease in the number of AMCs and the instability of CII, a low share of CII assets in the country's GDP, and the insignificant presence of venture funds in organized markets due to low profitability and high risk.

The most attractive areas of venture investments in Ukraine for 2014–2016 were: online services – 16 deals for a total of 55 million UAH, software – 12 million UAH, mobile communication – 9 million UAH.

Of course, the most important moment for successful venture investments at this stage is state support, which primarily consists of the formation and improvement of the legislative and regulatory framework aimed at securing scientific and technological, innovative and venture capital activities in Ukraine; solving legal problems of protection of intellectual property; creation and support for the development of venture business on the system of government procurement; development of effective strategies of state policy in the field of venture business.

БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПОШУК ШЛЯХІВ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ

BANKING SECTOR: CURRENT ISSUES OF ACTIVITY AND FINDING WAYS OF OVERCOMING THE CRISIS

УДК 336

Світлична В.Ю.
к.е.н., доцент кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
Овчелупова О.М.
здобувач
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Досліджено питання важливості діяльності банківського сектору в розвитку економіки. Проаналізовано питання кризових явищ у діяльності банківських установ. Наведено статистичні дані сучасного стану вітчизняних банківських установ. Узагальнено причин виникнення кризових факторів. Увага фокусується на основних напрямах подальшого розвитку банківського сектору.
Ключові слова: *банк, банківський сектор, НБУ, кредитний портфель, рефінансування, облікова ставка, капіталізація, відмивання грошей, ризик, напрями оздоровлення.*

Исследованы вопросы важности деятельности банковского сектора в развитии экономики. Проанализированы вопросы кризисных явлений в деятельности банковских учреждений. Приведены статистические данные современного состояния отечественных банковских учреждений. Обобщены причин возникновения кризисных факторов. Внимание фокусируется на основных направлениях дальнейшего развития банковского сектора.
Ключевые слова: *банк, банковский сектор, НБУ, кредитный портфель, рефинансирование, учетная ставка, капитализация, отмывание денег, риск, направления оздоровления.*

Issues of importance in the development of the economy of banking sector activity are studied. Questions of crisis phenomena of banking institutions' activity are analysed. The statistics of the current state of domestic banking institutions are presented. Reasons for the emergence of crisis factors are generalized. An attention is focused on the main directions of further development of the banking sector.
Key words: *bank, banking sector, NBU, loan portfolio, refinancing, discount rate, capitalization, money laundering, risk, areas of recovery.*

Постановка проблеми. Банківський сектор відіграє ключову роль у розвитку економіки кожної країни. Банки забезпечують нормальне функціонування економіки у цілому, здійснюючи акумуляцію та перерозподіл фінансових ресурсів між усіма ланками економіки. Стабільно функціонуюча банківська система сприяє підтримці процесів економічного відтворення та успішності розвитку всієї економіки. Саме тому дослідження питань діяльності банківського сектору набувають особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем питань функціонування банків присвячено роботи таких науковців та практиків, як: О.О. Авраменко, Г.В. Белінська, Ю.О. Гармашова, Д.М. Гладких, О.В. Дзюблюк, Т.А. Фролова та ін. [2–4; 6; 10]. Разом із тим слід зазначити, що подальшого розвитку потребують питання, пов'язані з розробленням рекомендацій стосовно подальшого розвитку банківських установ України в сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження основних аспектів тенденцій розвитку вітчизняних банківських установ, вивчення ключових шляхів реалізації антикризових дій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Установи банківського сектору виконують функції регуляторів грошового обігу в країні. Від надійності їх функціонування та ефективності співпраці прямо залежить стабільність економічного розвитку. Виступаючи елементом усієї економічної системи країни, банківські установи вкрай чутливо реагують на всі соціально-економічні та політичні зміни як державного, так і глобального рівня. До кола банківських операцій традиційно входять: посередництво в здійсненні платежів та кредитних операцій, акумулювання вільних коштів і трансформація їх на капітал, а також створення кредитних засобів обігу.

Узагальнюючи дослідження [6, с. 4; 10, с. 114] перелічимо основні ключові проблеми функціонування банківських установ у сучасних умовах (табл. 1).

Окрім перелічених, до кризових факторів також можна віднести:

– високий рівень доларизації банківської системи, що підвищує залежність банків від коливань курсів іноземних валют;

– зменшення величини регулятивного капіталу;

– суперечливість механізму рефінансування та нестачу резервування українських банків [3, с. 16; 7, с. 85].

Наслідками розгортання перелічених вище кризових явищ банківського сектору є такі:

1) вимушений процес оздоровлення банківського сектору шляхом ліквідації неплатоспроможних банків, знижує, на жаль, рівень довіри населення до банківської системи. Скорочення установ банків може призвести до погіршення конкурентного середовища та умов надання банківських продуктів, окрім того, зумовило скорочення персоналу, що не може оперативно знайти роботу в інших секторах економіки [7, с. 85; 11, с. 84];

2) кредитний портфель банків у лютому 2018 р. зменшився на 1,4% – до 1 трлн 31,933 млрд. грн. При цьому обсяг кредитів у 2018 р. в національній валюті зріс на 0,8% – до 580,745 млрд. грн., тоді як в іноземній – скоротився на 4,2% – до 451,188 млрд. грн.

Із початку 2018 р. кредитний портфель банків збільшився на 1,6%, у тому числі в національній

Таблиця 1

Перелік ключових проблем діяльності банківського сектору

№ з/п	Зміст
1	недостатній рівень капіталізації та концентрації банківського капіталу, збільшення витрат банків та наростання збитковості банківського бізнесу в цілому
2	нагромадження значних обсягів проблемних кредитів у структурі кредитного портфеля
3	скорочення частки іноземного капіталу в статутному капіталі банків
4	часті зміни в нормативно-правовому полі і, як наслідок, нестабільність та підвищення вразливості банківської системи до кредитного, інвестиційного, валютного, юридичного ризиків
5	зростання обсягів готівки в обігу, що загрожує прискорення темпів інфляції
6	зміна структури банківської системи внаслідок оголошення низки банків неплатоспроможними і виведення їх із ринку
7	низький рівень конкурентоспроможності банківського сектору

Джерело: складено авторами за даними [6, с. 4; 10, с. 114]

валюті – на 1,9%, в іноземній – на 1,2%. За даними НБУ, вартість гривневих кредитів для бізнесу в лютому 2018 р. підвищилася на 0,8 п. п., до 16% річних, валютних – на 0,4 п. п., до 6,5% річних [5].

В умовах зниження платіжної дисципліни позичальників та падіння ділової активності погіршується якість кредитного портфеля банків, а частка простроченої заборгованості за кредитами в загальному обсязі наданих кредитів поступово зростає [4, с. 57];

3) обсяг заборгованості за виділеними НБУ кредитами рефінансування в лютому 2018 р. скоротився на 4%, або на 2,7 млрд. грн., до 64,944 млрд грн. станом на 1 березня 2018 р.

Із початку року обсяг заборгованості банків із рефінансування скоротився на 5,4%, з 74,8 млрд. грн. З 64,9 млрд грн. заборгованість неплатоспроможних банків становила приблизно 54 млрд. грн. [5];

4) збереження високої питомої ваги валютних коштів у структурі активів і пасивів українських банків, що може порушити їхню фінансову стійкість в умовах можливої девальвації національної валюти [9, с. 2];

5) зміна облікової ставки НБУ. Так, максимальне її значення було зафіксовано у березні 2015 р. – 30%. Потім НБУ почав проводити політику зі зниження її значення. І аж до середини вересня 2017 р. вона знижувалася до 12,5%. І хоча у планах НБУ було продекларовано подальше зниження облікової ставки НБУ (для зниження вартості кредитних ресурсів та активізації процесу кредитування), вже з 27 жовтня 2017 р. вона становила 13,5%, із 15 грудня 2017 р. – 14,5%, із 26 січня 2018 р. – 16%, а з 2 березня 2018 р. – 17% [5].

Спробуємо проаналізувати причини кризового стану банківського сектору. Чому відбувається такі негативні явища, як стійка недовіра клієнтів по відношенню до банківських установ, подальше скорочення кількості банків та їх філій та ін.? Наведемо основні причини на рис. 1 [2, с. 35; 6, с. 6; 10, с. 115].

Складні політичні та економічні події, виникнення військового конфлікту на території України, фінансова дестабілізація, зростання рівня недовіри до банків значно підвищують рівень ризиків (через поширення обсягів тіньової економіки) відмивання грошей через установи банків [7, с. 85]. Наприкінці січня 2018 р. Комітет експертів Ради Європи з оцінки заходів протидії відмиванню коштів (MONEYVAL) у звіті, присвяченому Україні (оприлюднений наприкінці січня у Страсбурзі), відзначив: «Україна має проблеми зі збиранням інформації про фінансові оборудки та злочини, і ця інформація є в урядових структурах, зокрема, у фінансової розвідки, але далі Україна нічого не робить із цими фактами. Вони не використовуються як основа для кримінальних проваджень, тому в Україні надзвичайно мало вироків судів за ст. 209 Кримінального кодексу про легалізацію (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом. Експерти FATF (Financial Action Task Force) дійшли кричущих висновків, зокрема в частині неспроможності Державної служби фінансового моніторингу відслідковувати всі підозрілі операції, що здійснюються в Україні (як у державному, так і в приватному секторах економіки), та виокремили декілька основних загроз, які заважають Україні бути успішною. Йдеться, зокрема, про неефективну систему первинного виявлення підозрілих фінансових операцій та низький рівень технологічності Державної служби фінансового моніторингу України» [8].

За прогнозами НБУ, ключовими ризиками розвитку банківського сектору в 2018 р. також виступають суттєва присутність держави та висока частка непрацюючих кредитів на балансах банків. Додатковий ризик на 2018 р. – можливе погіршення очікувань бізнесу та населення в разі відсутності співпраці з міжнародними фінансовими організаціями [9, с. 9].

Отже, нині залишається надзвичайно гострим питання подолання банківських кризових явищ як важливого засобу впливу фінансового сектора на реальний сектор та важеля макроекномічної ста-

білізації всієї вітчизняної економіки. Необхідність пошуку та реалізації заходів оздоровлення банківського сектору несе в собі потенціал підвищення ефективності здійснення грошово-кредитного регулювання і повернення довіри до монетарної політики національного банку.

Узагальнюючи наукові дослідження [4, с. 57; 2, с. 30; 10, с. 117], висвітлимо напрями оздоровлення вітчизняного банківського сектору (табл. 2).

Перелік антикризових оздоровчих заходів щодо банківського сектору можна доповнити й такими, як:

Рис. 1. Причини кризових явищ у банківському секторі

Джерело: складено авторами за даними [2, с. 35; 6, с. 6; 10, с. 115]

Таблиця 2

Ключові напрями оздоровлення банківського сектору

№ з/п	Зміст
1	забезпечення монетарного суверенітету банківської системи шляхом поступового зниження частки банків із капіталом іноземного походження у статутному капіталі банків до безпечного рівня нижче 40%
2	внесення змін до Податкового кодексу України, Закону про банкрутство, інших законів із метою зміцнення нормативно-правової бази для стягнення боргів. Це потрібно для врегулювання значної кількості непрацюючих кредитів, які залишаються на балансах банків, блокуючи нове кредитування. Крім того, варто ініціювати усунення перешкод у податковому законодавстві, які блокують реструктуризацію боргу
3	підвищення довіри до банківської системи з боку вкладників, а також поліпшення репутації банків за рахунок, передусім, стабілізації курсу національної валюти, розроблення налагодженої системи обов'язкового гарантування вкладів, зміцнення банківської системи шляхом її санації тощо
4	збереження державних банків на ринку банківських послуг, завданням яких має стати фінансування пріоритетних державних проектів, збільшення рівня їх капіталізації
5	розроблення та запровадження дієвих механізмів управління банківськими ризиками, пошук інструментів їх мінімізації
6	активізація банківського маркетингу для поліпшення іміджу банківського сектору, розвиток ринку банківських послуг, пошук резервів підвищення доходів банків саме через надання банківських послуг
7	удосконалення роботи, розширення слідчих повноважень Національного антикорупційного бюро України, що дало б змогу ще більше активізувати його діяльність щодо розслідування банкрутств тих банків, де сьогодні існує підозра про зумисне доведення банку до банкрутства

Джерело: складено авторами за даними [4, с. 57; 2, с. 30; 10, с. 117]

– удосконалення нормативно-правової бази, що регулює банківську діяльність, та закріплення на законодавчому рівні механізмів управління банками в умовах кризових явищ;

– зниження рівня облікової ставки як орієнтиру для здешевлення кредитних ресурсів для реального сектору економіки;

– забезпечення додатного рівня процентних ставок НБУ відносно прогнозованої базової інфляції, що сприятиме зниженню девальваційних та інфляційних очікувань, які значною мірою провокують інфляційні процеси [4, с. 59].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, для успішності здійснюваних антикризових явищ банківського сектору важливе розуміння взаємозумовлюючого тісного зв'язку: з одного боку, оздоровлення банківської діяльності є запорукою стабільного розвитку економіки та її конкурентоспроможності, з іншого – умовою ефективного розвитку банків є макроекономічна стабілізація економічної ситуації.

Саме тому, на думку авторів, успішність усіх оздоровчих заходів функціонування банківських установ повинно чітко корелювати із забезпеченням умов для економічного відновлення в країні та належного рівня добробуту населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Авраменко О.О. Грошово-кредитна політика України в системі забезпечення економічної безпеки держави: дис. … канд. економ. наук: 21.04.01 (економічна безпека держави); Нац. ін-т страт. дослід. К., 2016. 282 с.

2. Белінська Г.В. Актуальні проблеми банківської системи України: причини виникнення та шляхи розв'язання. Финансы, учет, банки. 2016. Вып. 1. С. 34–42.

3. Гармашова Ю.О. Сучасний стан розвитку банківського сектору національної економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 5. С. 15–21.

4. Гладких Д.М. Актуальні проблеми реалізації грошово-кредитної політики в Україні та основні напрями їх вирішення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 14. Ч. 1. С. 56–60.

5. Грошова маса в Україні в лютому 2018 р скоротилася на 0,5%. URL: http://www.ua.interfax.com.ua/news/economic/491650.html.

6. Дзюблюк О.В. Актуальні проблеми розвитку банківської системи України. Банківська справа. 2016. № 1. С. 3–32.

7. Золотарьова О.В., Галаганов В.О. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України. Проблеми економіки та політичної економії. 2017. № 1. С. 83–98.

8. Калінін Є. Невиконані рекомендації FATF та чергова «Жовта картка» для України. URL: http://www.unian.ua/politics/2383128-nevikonani-rekomendatsiji-fatf-ta-chergova-jovta-kartka-dlya-ukrajini.html.

9. Огляд банківського сектору. Національний банк України. 2018. № 6 (лютий). С. 1–11.

10. Фролова Т.А., Луцишин З.О. Банківський сектор України: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка і організація управління. 2016. № 4(24). С. 112–124.

11. Швайко М.Л. Особливості грошово-кредитної політики України в сучасних умовах. Социальная экономика. 2016. № 1. С. 82–86.

REFERENCES:

1. Avramenko O.O. (2016) Groshovo-kreditna politika Ukraïni v sistemi zabezpechennya ekonomichnoï bezpeki derzhavi [Monetary and credit policy of Ukraine in the system of ensuring economic security of the state] (PhD Thesis), Kiev: National Institute for Strategic Studies.

2. Belins'ka G.V. (2016) Aktual'ni problemi bankivs'koï sistemi Ukraïni prichini viniknennya ta shlyahi rozv'yazannya [Actual problems of the Ukrainian banking system: causes and solutions]/ Finansy, uchet, banki. Vol.1. pp.34-42.

3. Garmashova YU.O. (2017) Suchasnij stan rozvitku bankivs'kogo sektoru nacional'noï ekonomiki [The current state of development of the banking sector of the national economy]. Investiciï: praktika ta dosvid. no 5. pp.15-21.

4. Gladkih D.M. (2017) Aktual'ni problemi realizaciï groshovo-kreditnoï politiki v Ukraïni ta osnovni napryami ïh virishennya [Actual problems of realization of monetary policy in Ukraine and main directions of their solution]. Naukovij visnik Uzhgorods'kogo nacional'nogo universitetu. Vol 14, no 1. pp.56-60.

5. Groshova masa v Ukraïni v lyutomu 2018 r skorotilasya na 0,5% [Money supply in Ukraine in February 2018 decreased by 0.5%]. Interfax (electronic news agency). Available at: http://ua.interfax.com.ua/news/economic/491650.html (accessed 14 March 2018).

6. Dzyublyuk O.V. (2016) Aktual'ni problemi rozvitku bankivs'koï sistemi Ukraïni [Actual problems of the development of the banking system of Ukraine]. Bankivs'ka sprava. no 1. pp. 3-32.

7. Zolotar'ova O.V., Galaganov V.O. (2017) Suchasnij stan ta perspektivi rozvitku bankivs'koï sistemi Ukraïni [Current state and prospects of development of the banking system of Ukraine]. Problemi ekonomiki ta politichnoï ekonomiï. no 1. pp. 83-98.

8. Kalinin Eug. Nevikonani rekomendaciï FATF ta chergova "Zhovta kartka" dlya Ukraïni [FATF's unfulfilled recommendations and another "Yellow Card" for Ukraine]. Unian (electronic news agency). Available at: http://www.unian.ua/politics/2383128-nevikonani-rekomendatsiji-fatf-ta-chergova-jovta-kartka-dlya-ukrajini.html (accessed 5 February 2018).

9. Oglyad bankivs'kogo sektoru [Overview of the banking sector]. Nacional'nij bank Ukraïni. 2018. no 6. pp. 1-11.

10. Frolova T.A., Lucishin Z.O. (2016) Bankivs'kij sektor Ukraïni: suchasnij stan ta perspektivi rozvitku [Banking sector of Ukraine: the current state and prospects of development]. Ekonomika i organizaciya upravlinnya. no 4 (24). pp. 112-124.

11. Shvajko M.L. (2016) Osoblivosti groshovo-kreditnoï politiki Ukraïni v suchasnih umovah [Features of monetary and credit policy of Ukraine in modern conditions]. Social'naya ehkonomika. no 1. pp. 82-86.

Svitlychna V.Yu.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Financial
and Economic Security, Accounting and Audit,
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv
Ovchelupova O.M.
Degree Seeking Applicant
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

BANKING SECTOR: CURRENT ISSUES OF ACTIVITY AND FINDING WAYS OF OVERCOMING THE CRISIS

The importance of the banking sector development is examined. The influence of a stable banking sector functioning on the economic growth is substantiated.

The aim of the paper is to study the main trends in the development of the domestic banking sector, the rationale for key ways to implement anti-crisis measures.

The main crisis phenomena of activities of domestic banking institutions are the following:

– insufficient level of capitalization and concentration of bank capital;

– an increase in the costs of banks and an increase in the unprofitability of the banking business as a whole;

– accumulation of significant volumes of problem loans in the structure of the loan portfolio of banks;

– reduction of the share of foreign capital in the authorized capital of banks;

– frequent changes in the legal framework;

– acceleration of inflation;

– change in the structure of the banking system due to the announcement of a number of banks insolvent and their withdrawal from the market;

– a low level of competitiveness of the banking sector;

– a high level of dollarization of the banking system, which, in turn, increases the dependence of banks on fluctuations in foreign exchange rates;

– the decrease in regulatory capital;

– the contradictory nature of the refinancing mechanism and the lack of refinancing of Ukrainian banks.

The statistical data on the current trends in the activity of banks are given:

– the loan portfolio of banks in February 2018 decreased by 1.4%. At that, the volume of credits in national currency in 2018 increased by 0.8%, while in foreign currency it decreased by 4.2%;

– the volume of debt for NBU-designated refinancing loans in February 2018 decreased by 4%.

Causes of the emergence of crisis factors are analysed. The main list includes:

– complex political and economic events, the emergence of a military conflict on the territory of Ukraine, financial destabilization, an increase in the level of mistrust towards banks, significantly increase the level of money laundering risks through bank institutions.

– miscalculations in the credit policy of commercial banks

– the crisis of public finances,

– a high level of monopoly in the economy, a change in the regime of monetary policy, the unfounded interest rate policy and refinancing policy.

The article focuses on the main directions of the further development of the banking sector. In the authors' opinion, the success of the banking sector's exit from the crisis can provide:

– improvement of the regulatory and legal framework regulating banking activities and securing at the legislative level mechanisms for managing banks in crisis conditions;

– reduction of the discount rate as a benchmark for reducing the cost of credit resources for the real sector of the economy;

– ensuring a positive level of NBU interest rates relative to the projected core inflation, which will help reduce devaluation and inflationary expectations.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ СУБВЕНЦІЙ В УКРАЇНІ
FEATURES OF INVESTMENT SUBVENTIONS' APPLICATION IN UKRAINE

УДК 336.1:352(477)

Стеценко Т.В.
к.е.н., доцент, доцент кафедри державних фінансів
Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету
Яременко В.Г.
к.е.н., доцент, доцент кафедри державних фінансів
Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету
Баташова А.В.
студент
Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

У статті надано оцінку сучасному стану використання інвестиційних субвенцій в Україні. Визначено, що роль інвестиційних субвенцій у наповненні місцевих бюджетів та фінансуванні їх капітальних видатків незначна. Позитивним фактом є превалювання надання широкопрофільних інвестиційних субвенцій із державного бюджету до місцевих бюджетів над вузькопрофільними. Запропоновано шляхи вдосконалення застосування широкопрофільних інвестиційних субвенцій в Україні.
Ключові слова: *місцевий бюджет, міжбюджетний трансферт, субвенція, інвестиційна субвенція, капітальні інвестиції, капітальні видатки.*

В статье проведена оценка текущего состояния использования инвестиционных субвенций в Украине. Определено, что роль инвестиционных субвенций в наполнении местных бюджетов и финансировании их капитальных расходов незначительна. Положительным фактом является то, что широкопрофильные инвестиционные субвенции из государственного бюджета местным бюджетам превалируют над низкопрофильными. Предложены пути усовершенствования использования широкопрофильных инвестиционных субвенций в Украине.
Ключевые слова: *местный бюджет, межбюджетный трансферт, субвенция, инвестиционная субвенция, капитальные инвестиции, капитальные расходы.*

A current-state assessment of investment subventions in Ukraine is performed in the article. It is determined that the role of investment subvention in filling municipal budgets and financing their capital charges is insignificant. A positive fact is that wide-ranging investment subvention from the state budget to municipal budgets are in lieu of low-ranging. The ways of improving the application of wide-ranging investment subventions in Ukraine are offered.
Key words: *municipal budget, interbudgetary transfer, subvention, investment subvention, capital investments, capital charges.*

Постановка проблеми. Інвестиції є запорукою розвитку економіки. Однак в Україні історично склалося, що не всі сектори економіки можуть продукувати достатньо фінансових ресурсів для розширеного відтворення, а іноді й для підтримання власного функціонування.

Соціальна сфера в Україні перебуває на переважному бюджетному фінансуванні. Близько 80% займають видатки соціального спрямування у структурі видатків місцевих бюджетів та близько 41% – державного бюджету України. Відповідно, і можливості інвестування у відповідну сферу найчастіше обмежені бюджетними можливостями місцевих органів влади.

В умовах достатньо високого рівня централізації бюджетної системи України одним із напрямів підвищення інвестиційної спрямованості видатків місцевих бюджетів є надання субвенцій інвестиційного характеру з державного бюджету. Однак відсутність прозорого механізму розподілу, розпорошення коштів на менш важливі проекти, виявлені зловживання під час їх використання призводять до зменшення соціально-економічного ефекту від їх надання, що й зумовлює актуальність подальших досліджень вітчизняної практики застосування інвестиційних субвенцій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Темі використання міжбюджетних трансфертів у фінансовому вирівнюванні присвячено багато праць вітчизняних науковців та економістів-практиків. Однак останніми роками небагато праць напряму стосувалися особливостей упровадження, надання та освоєння інвестиційних субвенцій. Так, у праці О. Чугунова [1] інвестиційні субвенції розглядаються як захід з удосконалення механізму формування бюджету розвитку. О. Федорчак [2] розкриває особливості фінансування інвестиційних проектів місцевого та регіонального розвитку, у т. ч. за рахунок субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад. К. Ткач [3] пропонує ввести формалізований підхід до розрахунку обсягів надання інвестиційних субвенцій територіям. Автори низки статей [4–6] на підставі результатів перевірок Рахункової палати України окреслюють проблеми надання та використання субвенцій інвестиційного характеру з Державного бюджету України.

Потребують подальшого поглибленого дослідження питання упорядкування інвестиційних субвенцій, розроблення механізму їх розподілу, а також протидії зловживанням у сфері їх розподілу та освоєння.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення комплексу заходів із підвищення ефективності використання інвестиційних субвенцій в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні одним із джерел фінансування інвестиційного процесу виступають кошти місцевих бюджетів. Спираючись на доведену соціальну спрямованість місцевих бюджетів, можна стверджувати, що основними об'єктами вкладення капітальних інвестицій за рахунок місцевих бюджетів є соціальна сфера та житлово-комунальне господарство.

За період 2010–2016 рр. намітилася позитивна тенденція до зростання обсягів капітальних інвес-

тицій за рахунок місцевих бюджетів. Як демонструє рис. 1, умовно можна виділити два відрізки у динаміці змін обсягів інвестицій: із 2010–2014 рр. поступове, доволі повільне зростання обсягів до пікового значення 2012 р. у 8,5 млрд. грн. змінилося падінням відповідного показника майже до рівня 2010 р. внаслідок гострої політичної та економічної ситуації в країні. У 2014–2016 рр. відбулася значна активізація інвестиційної політики місцевих органів влади в контексті продовження бюджетної реформи, наслідком чого стало зростання інвестицій за рахунок місцевих бюджетів у 2,5 рази до рівня 26,8 млрд. грн.

Якщо у 2010–2014 рр. частка капітальних інвестицій, профінансованих за рахунок місцевих бюджетів, у загальному обсязі реалізованих капітальних інвестицій в Україні коливалася в межах 2,7–3,2%, то вже у 2016 р. вона зросла до майже 7,5%.

Попри вибраний курс на децентралізацію в Україні бюджетна система характеризується доволі високим рівнем централізації бюджетних потоків. Фінансове вирівнювання у тому числі здійснюється за рахунок надання міжбюджетних трансфертів, структура яких унаслідок проведеної бюджетної реформи наприкінці 2014 р. суттєво змінилася на користь цільових трансфертів – субвенцій. Досліджуючи Бюджетний кодекс України (глава 16) [8], умовно всі субвенції можна поділити на субвенції поточного споживання та субвенції інвестиційного характеру.

Доцільно уточнити, що під поняттям «субвенція інвестиційного характеру (інвестиційна субвенція)» розуміємо міжбюджетний трансферт, який надається для використання з метою збереження, відтворення або розширення основних фондів державної або комунальної форми власності. Також можна виділити інвестиційні субвенції широкого кола об'єктів інвестування (широкопрофільні), які викликають найбільший науковий інтерес, та вузькопрофільні інвестиційні субвенції.

У Бюджетному кодексі серед інвестиційних субвенцій, що надаються з державного бюджету місцевим бюджетам, окремо виділяють субвенцію на виконання інвестиційних проектів та субвенцію на фінансове забезпечення будівництва, реконструкції, ремонту й утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення, вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах. Разом з іншими субвенціями інвестиційного характеру особливості їх запровадження регламентуються постановами Кабінету Міністрів України.

Аналізуючи практику використання інвестиційних субвенцій із державного бюджету місцевим бюджетам за період 2010–2016 рр., можна відзначити, що на постійній щорічній основі надаються інвестиційні субвенції широкого кола об'єктів інвестування, до яких належить субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій. У 2016 р. була введена в

Рис. 1. Стан фінансування капітальних інвестицій за рахунок місцевих бюджетів у 2010–2016 рр.

Джерело: побудовано за даними [7]

дію нова широкопрофільна субвенція, що сприяє реалізації реформи системи місцевого самоврядування, – субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад. Серед вузькоспецифічних інвестиційних субвенцій на постійній основі до 2014 р. включно надавалася лише субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на будівництво, реконструкцію, ремонт та утримання вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах. Усі інші вузькоспецифічні інвестиційні субвенції найчастіше надавалися протягом років реалізації конкретного інвестиційного проекту (наприклад, із 2013 р. надається субвенція з державного бюджету міському бюджету міста Дніпро на завершення будівництва метрополітену).

Серед пріоритетів вітчизняної економічної, зокрема бюджетної, політики є прискорення економічного зростання, на яке напряму впливає й участь держави в активізації інвестиційних процесів у бюджетному секторі. Викликає зацікавленість визначення рівня інвестиційної підтримки державою місцевих органів влади, який характеризується обсягами надання інвестиційних субвенцій з державного бюджету України місцевим бюджетам.

За даними табл. 1, більшість наданих субвенцій із державного бюджету місцевим бюджетам мала характер фінансування поточного споживання, а на інвестиційні потреби за період 2012–2016 рр. спрямовувалося менше 10% загального обсягу субвенцій. Так, у 2012 р. понад 7% загального обсягу наданих субвенцій спрямовувалося на інвестиційні цілі, а в 2016 р. не більше 2,27% – на оновлення та розширення основних фондів комунальної власності. За означений період часу абсолютні показники надання інвестиційних субвенцій мали спадну тенденцію і лише в 2016 р. майже досягли рівня 2012 р.

Через постійний характер надання, масштаби охоплення об'єктів вкладання, рівень самостійності місцевих органів влади основою інвестиційних субвенцій повинні бути широкопрофільні субвенції. Аналіз статистичних даних табл. 1 свідчить про те, що станом на 31.12.2016 87,2% інвестиційних субвенцій надавалися у вигляді широкопрофільних, що могло стати наслідком упорядкування переліку субвенцій, що надаються з державного бюджету місцевим бюджетам, у межах бюджетної реформи. Однак у попередніх роках їхня частка в жодному досліджуваному році не досягла навіть рівня 50%, а в 2012–2014 рр. навіть скоротилася з 40,7% до 14%.

Зауважимо, що внесок широкопрофільних інвестиційних субвенцій із державного бюджету до наповнення місцевих бюджетів є незначним – не більше 1% загального обсягу доходів місцевих бюджетів України. Частка капітальних видатків, які фінансувалися за рахунок широкопрофільних інвестиційних субвенцій, також доволі помірна: з 2012 до 2014 р. її значення впало з 11,8% до 1,6%,

Таблиця 1

Стан використання широкопрофільних інвестиційних субвенцій в Україні в 2010–2016 рр.

Показник	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Всього широкопрофільних інвестиційних субвенцій, млн. грн.	1914,69	912,49	227,27	722,12	3736,51
Всього інвестиційних субвенцій, млн. грн.	4702,86	2854,54	1622,84	1515,79	4286,13
Субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам, млн. грн.	63833,34	54627,95	66166,56	166703,12	188558,69
Доходи місцевих бюджетів, млн. грн.	225273,45	221019,39	231702,01	294460,23	366143,12
Капітальні видатки місцевих бюджетів, млн. грн.	16218,95	14240,00	13949,55	32176,45	52657,72
Частка інвестиційних субвенцій у загальному обсязі субвенцій, наданих із державного бюджету місцевим бюджетам, %	7,37	5,23	2,45	0,91	2,27
Частка широкопрофільних субвенцій інвестиційного характеру у загальному обсязі субвенцій, наданих із державного бюджету місцевим бюджетам, %	3,00	1,67	0,34	0,43	1,98
Частка широкопрофільних інвестиційних субвенцій у загальному обсязі доходів місцевих бюджетів, %	0,85	0,41	0,10	0,25	1,02
Частка капітальних видатків місцевих бюджетів, що фінансується за рахунок широкопрофільних інвестиційних субвенцій, %	11,81	6,41	1,63	2,24	7,10
Частка широкопрофільних інвестиційних субвенцій у загальному обсязі інвестиційних субвенцій, наданих з державного бюджету місцевим бюджетам, %	40,71	31,97	14,00	47,64	87,18

Джерело: побудовано за даними [9]

і тільки у 2015–2016 рр. стали помітні зрушення у бік зростання впливу таких інвестиційних субвенцій на забезпечення капітальних вкладень, і частка зросла до рівня 7,1%.

Досліджуючи правове поле регулювання інвестиційних субвенцій, було виявлено, що постановами КМУ регламентується можливість надання трьох основних широкопрофільних інвестиційних субвенцій: субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на виконання інвестиційних програм (проектів), субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій (субвенція розвитку), субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад. На практиці тільки останні два види субвенцій надаються з державного бюджету України.

За своїм змістом порядок та умови надання субвенції на виконання інвестиційних програм (проектів) та субвенції на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій [10; 11] дуже схожі: мета, спрямування та умови надання практично не відрізняються. Обидва документи не містять чіткого, прозорого механізму розподілу субвенцій. З огляду на відсутність за досліджуваний період 2012–2016 рр. випадків надання субвенції на виконання інвестиційних програм (проектів), постають питання про необхідність існування у відповідному вигляді цих двох нормативних документів одночасно.

Головною метою надання субвенції на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад є забезпечення максимальної доступності суспільних послуг для всіх мешканців об'єднаної територіальної громади. Серед переваг надання цього виду широкопрофільних інвестиційних субвенцій є затверджена у Порядку [12] формула розрахунку розподілу субвенцій між місцевими бюджетами на підставі врахування кількості сільського населення та площі території об'єднаної територіальної громади.

Результати контрольних та аналітичних заходів демонструють, що в Україні механізм використання широкопрофільних інвестиційних субвенцій недостатньо напрацьований: виявляються помилки як на стадії відбору інвестиційних проектів, так і на стадії освоєння коштів. Узагальнюючи наукові дослідження [2; 13, с. 19, 24–25, 27–32; 14], можна виокремити такі проблеми в практиці застосування широкопрофільних інвестиційних субвенцій в Україні:

1) включення Мінфіном до Переліку об'єктів, запланованих до фінансування за рахунок Субвенції розвитку окремих об'єктів будівництва, реконструкції, капітального ремонту з низьким ступенем будівельної готовності за відсутності затвердженої у встановленому порядку проектної документації, а також об'єктів з обсягом фінансування, не достатнім для їх введення в експлуатацію у поточному році;

2) невикористання та повернення коштів субвенцій через перерахування частини коштів із державного бюджету місцевим бюджетам наприкінці року, неможливість використання коштів через відсутність проектно-кошторисної документації, прийняття несвоєчасних управлінських рішень, у тому числі щодо проведення процедур закупівлі;

3) незабезпечення законного та ефективного використання коштів субвенцій через недоліки в управлінні коштами, недосконалість системи внутрішнього контролю, а саме:

– оплата невиконаних робіт, невстановленого обладнання та невикористаних матеріалів;

– недотримання вимог законодавства щодо здійснення попередньої оплати товарів, робіт і послуг, що закуповувалися за бюджетні кошти;

– неефективне використання коштів державного бюджету;

– недотримання вимог законодавства про здійснення державних закупівель;

– незабезпечення достовірності фінансової та бюджетної звітності;

4) інвестиційні програми (проекти) та заходи, що фінансувалися за рахунок субвенцій, передбачали переважно реконструкцію та капітальний ремонт наявної соціальної, транспортної та житлової інфраструктури. Практично не фінансувалися заходи щодо активізації місцевої економічної ініціативи, зміцнення виробничого потенціалу сільської місцевості, інші заходи, пов'язані з розширеним відтворенням та стимулюванням зайнятості населення [13, с. 37].

Також одним зі спірних питань у запровадженні інвестиційних субвенцій є відсутність оприлюдненого чіткого, обґрунтованого та прозорого механізму їх розподілу.

Погоджуємося з К. Ткач [3, с. 101], що загальний обсяг широкопрофільної інвестиційної субвенції бажано розподілити на дві частини: 25% загального обсягу субвенції надавати за запитами головних розпорядників коштів, а решту – за формулою.

Головною метою надання субвенцій повинно бути наближення всіх регіонів та територій до встановленого рівня надання суспільних послуг. Вбачається доцільним для визначення відносних станів розвитку регіонів, частки кожного регіону у загальному обсязі інвестиційної субвенції і досягнення поставленої мети використати елементи побудови таксономічного показника рівня розвитку, які представлені у роботі В. Плюти [15].

Матрицю спостережень побудовано на підставі визначення для кожного регіону України показників рівня соціально-економічного розвитку регіону, рекомендованих у «Порядку та умовах надання субвенцій із державного бюджету місцевим

бюджетам на виконання інвестиційних програм (проектів)» [10]: обсяг реалізованої промислової продукції, (товарів, послуг) ($К_1$); продукція сільського господарства (у постійних цінах) ($К_2$); капітальні інвестиції ($К_3$); рівень щільності населення ($К_4$); рівень безробіття населення (за методологією МОП) ($К_5$); наявний дохід населення в розрахунку на одну особу ($К_6$); середньомісячна заробітна плата ($К_7$). Вихідні дані пройшли процес стандартизації ознак шляхом нормування на середнє значення за стовпцем, а стандартизована матриця спостережень наведена в табл. 2.

Стимуляторами соціально-економічного розвитку регіону було вибрано: обсяг реалізованої промислової продукції, (товарів, послуг); продукція сільського господарства (у постійних цінах); капітальні інвестиції; рівень щільності населення; наявний дохід населення у розрахунку на одну особу; середньомісячна заробітна плата (K_{01}, K_{02}, K_{03}, K_{04}, K_{06}, K_{07} – максимальні значення у 1–4, 6, 7-му стовпцях табл. 2), а дестимулятором – рівень безробіття населення (за методологією МОП) (K_{05} – мінімальне значення у 5-му стовпці табл. 2). Еталонне значення розвитку регіонів наведено в табл. 2.

Відстань кожного регіону до еталонного значення розраховується за формулою:

$$C_{io} = \left[\frac{1}{6} \sum_{s=1}^{6} \left(K_{is} - K_{os} \right) \right]^{\frac{1}{2}}, \qquad (1)$$

де C_{io} – відстань кожного регіону до еталонного значення розвитку регіонів;

K_{is} – s показник рівня соціально-економічного розвитку для i регіону;

K_{os} – еталонний s показник рівня соціально-економічного розвитку регіонів;

i – кількість регіонів (областей) України;

s – кількість показників рівня соціально-економічного розвитку регіонів (s = 6).

Частка субвенції для кожного регіону (Δ_i) тоді визначається як:

$$\Delta_i = \frac{C_{io}}{\sum_{i=1}^{24} C_{io}}. \qquad (2)$$

Величина широкопрофільної інвестиційної субвенції, що буде надаватися і-ому регіону у відповідному році (Sub_i), буде розраховуватися за формулою:

$$Sub_i = L * \Delta_i, \qquad (3)$$

де L – загальний запланований обсяг широкопрофільної інвестиційної субвенції для всіх регіонів, що підлягає розподілу за формулою.

Таблиця 2

Стандартизована матриця спостережень для розрахунку частки кожного регіону у загальному обсязі широкопрофільної інвестиційної субвенції (дані за 2016 р.)

№ з/п	Регіон	$К_1$	$К_2$	$К_3$	$К_4$	$К_5$	$К_6$	$К_7$	Ci_0	$Δ_k$
1	Вінницька	0,810	2,009	0,814	0,851	1,043	0,951	0,808	1,971	4,23
2	Волинська	0,317	0,618	0,626	0,732	1,237	0,795	0,781	2,270	4,87
3	Дніпропетровська	4,688	1,431	3,224	1,434	0,849	1,220	0,979	0,426	0,91
4	Донецька	2,878	0,708	1,127	2,268	1,516	0,546	1,156	1,330	2,86
5	Житомирська	0,457	0,887	0,542	0,589	1,204	0,883	0,772	2,230	4,79
6	Закарпатська	0,251	0,374	0,389	1,399	1,075	0,703	0,829	2,303	4,95
7	Запорізька	2,075	0,936	1,067	0,907	1,075	1,183	0,980	1,570	3,37
8	Івано-Франківська	0,506	0,546	0,687	1,404	0,946	0,842	0,811	2,132	4,58
9	Київська	1,319	1,465	3,250	0,874	0,731	1,100	1,009	1,507	3,24
10	Кіровоградська	0,342	1,135	0,644	0,557	1,333	0,870	0,767	2,239	4,81
11	Луганська	0,512	0,454	0,305	1,166	1,720	0,335	0,895	2,298	4,94
12	Львівська	0,982	0,872	1,776	1,645	0,828	0,946	0,880	1,721	3,70
13	Миколаївська	0,629	0,916	0,957	0,663	1,043	0,932	0,943	2,072	4,45
14	Одеська	0,800	1,120	1,568	1,015	0,731	1,060	0,928	1,843	3,96
15	Полтавська	1,957	1,622	1,151	0,703	1,355	1,022	0,892	1,582	3,40
16	Рівненська	0,423	0,634	0,428	0,822	1,140	0,836	0,842	2,258	4,85
17	Сумська	0,491	0,961	0,543	0,657	1,000	0,953	0,797	2,196	4,72
18	Тернопільська	0,224	0,803	0,471	1,086	1,237	0,755	0,713	2,281	4,90
19	Харківська	2,085	1,475	1,643	1,219	0,688	1,027	0,858	1,346	2,89
20	Херсонська	0,349	1,059	0,454	0,526	1,204	0,877	0,781	2,277	4,89
21	Хмельницька	0,461	1,183	0,918	0,883	1,011	0,917	0,780	2,092	4,49
22	Черкаська	0,791	1,412	0,641	0,834	1,118	0,860	0,800	2,035	4,37
23	Чернівецька	0,128	0,404	0,256	1,590	0,935	0,754	0,739	2,354	5,06
24	Чернігівська	0,525	0,978	0,521	0,459	1,215	0,890	0,772	2,223	4,78
Еталонне значення		4,688	2,009	3,250	2,268	0,688	1,220	1,156	-	-

У табл. 2 наведено розрахунок частки гіпотетичної широкопрофільної інвестиційної субвенції для кожного регіону (Δ_i) на підставі статистичних даних за 2016 р. Так, найменше надійде коштів субвенції до областей, що знаходяться на найближчій відстані до еталону розвитку регіонів: Дніпропетровської (0,91%), Донецької (2,86%) та Харківської (2,89%). Серед областей із найвищим обсягом отримання субвенції інвестиційного характеру відзначимо Чернівецьку (5,06%), Закарпатську (4,95%), Луганську (4,94%), Тернопільську (4,90%), Херсонську (4,89%), Волинську (4,87%), Рівненську (4,85%) та Кіровоградську (4,81%).

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, узагальнюючи результати дослідження специфіки використання інвестиційних субвенцій в Україні, можна зробити такі висновки:

1) в Україні інвестиційні субвенції або субвенції інвестиційного характеру не виокремлюються у нормативно-правових документах поміж інших субвенцій, хоча для активізації інвестиційних процесів, у т. ч. за рахунок бюджетних коштів, доцільно було б закріпити їхній статус;

2) нині інвестиційні субвенції не відіграють суттєвої ролі у наповненні місцевих бюджетів та фінансуванні їх капітальних видатків;

3) структура наданих інвестиційних субвенцій із державного бюджету до місцевих бюджетів зміщується у бік широкопрофільних субвенцій, які характеризуються постійним, передбачуваним характером надання;

4) для підвищення ефективності застосування широкопрофільних інвестиційних субвенцій доцільно провести такі заходи:

– впорядкувати перелік наявних широкопрофільних інвестиційних субвенцій для усунення дублювання та порушення вимог під час вибору об’єктів інвестування, розпорошення бюджетних коштів. Бажано було б розподілити інвестиції за такими параметрами: за об’єктами інвестування на створення нових або підтримання вже існуючої інфраструктури; за обсягами необхідної реконструкції або за ступенем готовності об’єкта; за обсягами фінансування;

– для підвищення фінансової дисципліни використання інвестиційних субвенцій до заходів впливу за неналежного їх використання можливо додати призупинення надання субвенції до повного або часткового усунення порушень або навіть ненадання субвенції у наступному бюджетному році;

– розподіл інвестиційних субвенцій між територіями повинен відбуватися на неупереджених засадах, що може забезпечити прозорий механізм розрахунку. Запропоновано використовувати елементи таксономічного показника рівня розвитку для розрахунку частки гіпотетичної широкопрофільної інвестиційної субвенції для кожного регіону.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чугунов О.І. Бюджет розвитку як інвестиційна складова місцевих бюджетів. Економічний вісник університету. 2016. Вип. 30(1). С. 229–235.
2. Федорчак О.В. Проблеми фінансування інвестиційних проектів місцевого та регіонального розвитку в Україні. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія «Державне управління». 2017. № 2. С. 118–127.
3. Ткач К. Прагматизм надання та розподілу інвестиційних субвенцій. Світ фінансів. 2013. Вип. 4. С. 98–104.
4. Радіонов Ю.Д. Проблеми реалізації бюджетних інвестицій. Економіка України. 2015. № 2. С. 48–60.
5. Стефанюк І.Б. Бюджетні інвестиційні субвенції: проблеми досягнення цілей. Наукові праці НДФІ. 2012. Вип. 2. С. 44–53.
6. Радіонов Ю.Д. Субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам: роль в соціально-економічному розвитку регіонів та проблеми ефективного використання коштів. Регіональна економіка. 2013. № 3. С. 145–153.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення – 20.03.2018).
8. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI (зі змінами та доповненнями). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17 (дата звернення – 13.03.2018).
9. Звітність про виконання бюджетів / Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477 (дата звернення – 20.03.2018).
10. Про затвердження Порядку та умов надання субвенцій з державного бюджету місцевим бюджетам на виконання інвестиційних програм (проектів), затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 18.05.2011 № 520 (зі змінами). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/520-2011-%D0%BF (дата звернення – 21.03.2018).
11. Про затвердження Порядку та умов надання субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку окремих територій, затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 06.02.2012 № 106 (зі змінами). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/106-2012-%D0%BF (дата звернення – 21.03.2018).
12. Деякі питання надання субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об’єднаних територіальних громад, затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 16.03.2016 № 200 (із змінами). URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/200-2016-%D0%BF (дата звернення – 21.03.2018).
13. Звіт про результати аудиту ефективності використання у 2015 році коштів державного бюджету, спрямованих місцевим бюджетам на будівництво, реконструкцію, капітальний ремонт об’єктів інфраструктури окремих територій / Рахункова палата України. Київ, 2016. 47 с. URL: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16749613/Zvit_12-6.pdf?subportal=main (дата звернення – 16.03.2018).

14. Аналіз розподілу субвенції на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад у 2016-2017 роках / За заг. ред. В. Мазярчука; Офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України. Київ, 2017. URL: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/2017-12-21-subvenciyi-infrastruktury-2016-2017.pdf (дата звернення – 25.03.2018).

15. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа; пер. с пол. Москва: Статистика, 1980. 151 с.

16. Регіони України 2017: статистичний збірник / За ред. І.Є. Вернера; Державна служба статистики України. 2017. Ч. 1. 13 с. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/12/zb_ru1ch2016pdf.zip (дата звернення – 13.03.2018).

REFERENCES:

1. Chuhunov O. I. (2016) Biudzhet rozvytku yak investytsiina skladova mistsevykh biudzhetiv [Development budget as an investment component of local budgets]. Ekonomichnyi visnyk universytetu, vol. 30 (1), pp. 229–235.

2. Fedorchak O. V. (2017) Problemy finansuvannia investytsiinykh proektiv mistsevoho ta rehionalnoho rozvytku v Ukraini [Problems of financing of investment projects of local and regional development in Ukraine]. Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy. Seriia : Derzhavne upravlinnia, no. 2, pp. 118–127.

3. Tkach K. (2013) Prahmatyzm nadannia ta rozpodilu investytsiinykh subventsii [The pragmatism of providing and distributing investment subventions]. Svit finansiv, vol. 4, pp. 98–104.

4. Radionov Yu. D. (2015) Problemy realizatsii biudzhetnykh investytsii [Problems of implementation of budget investments]. Ekonomika Ukrainy, no. 2, pp. 48–60.

5. Stefaniuk I. B. (2012) Biudzhetni investytsiini subventsii: problemy dosiahnennia tsilei [Budgetary investment subventions: problems of achieving goals]. Naukovi pratsi NDFI, vol. 2, pp. 44–53.

6. Radionov Yu. D. (2013) Subventsii z derzhavnoho biudzhetu mistsevym biudzhetam: rol v sotsialno-ekonomichnomu rozvytku rehioniv ta problemy efektyvnoho vykorystannia koshtiv [Subventions from the state budget to local budgets: the role in the socio-economic development of the regions and the problem of efficient use of funds]. Rehionalna ekonomika, no. 3, pp. 145–153.

7. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/ (accessed 20 March 2018).

8. Verkhovna Rada Ukrainy (2010) Biudzhetnyi kodeks Ukrainy [Budget Code of Ukraine]. Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-17 (accessed 13 March 2018).

9. Derzhavna kaznacheiska sluzhba Ukrainy. Zvitnist pro vykonannia biudzhetiv [Report on budget execution]. Available at: http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477 (accessed 20 March 2018).

10. Kabinet Ministriv Ukrainy (2011) Pro zatverdzhennia Poriadku ta umov nadannia subventsii z derzhavnoho biudzhetu mistsevym biudzhetam na vykonannia investytsiinykh prohram (proektiv) [On Approval of the Procedure and Conditions for Granting Subventions from the State Budget to Local Budgets for the Implementation of Investment Programs (Projects)]. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/520-2011-%D0%BF (accessed 21 March 2018).

11. Kabinet Ministriv Ukrainy (2012) Pro zatverdzhennia Poriadku ta umov nadannia subventsii z derzhavnoho biudzhetu mistsevym biudzhetam na zdiisnennia zakhodiv shchodo sotsialno-ekonomichnoho rozvytku okremykh terytorii [On approval of the Procedure and conditions for subvention from the state budget to local budgets for implementation of measures on social and economic development of separate territories]. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/106-2012-%D0%BF (accessed 21 March 2018).

12. Kabinet Ministriv Ukrainy (2016) Deiaki pytannia nadannia subventsii z derzhavnoho biudzhetu mistsevym biudzhetam na formuvannia infrastruktury ob'iednanykh terytorialnykh hromad [Some issues of subvention from the state budget to local budgets to form the infrastructure of the united territorial communities]. Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/200-2016-%D0%BF (accessed 21 March 2018).

13. Rakhunkova palata Ukrainy (2016) Zvit pro rezultaty audytu efektyvnosti vykorystannia u 2015 rotsi koshtiv derzhavnoho biudzhetu, spriamovanykh mistsevym biudzhetam na budivnytstvo, rekonstruktsiiu, kapitalnyi remont ob'iektiv infrastruktury okremykh terytorii [Report on the results of the audit of the effectiveness of the use of state budget funds sent to local budgets for the construction, reconstruction, overhaul of infrastructure of individual territories in 2015]. Kiev. Available at: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16749613/Zvit_12-6.pdf?subportal=main (accessed 16 March 20188).

14. Ofis z finansovoho ta ekonomichnoho analizu u Verkhovnii Radi Ukrainy (2017) Analiz rozpodilu subventsii na formuvannia infrastruktury ob'iednanykh terytorialnykh hromad u 2016-2017 rokakh [Analysis of the distribution of the subvention for the formation of the infrastructure of the united territorial communities in 2016-2017]. Available at: https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/2017-12-21-subvenciyi-infrastruktury-2016-2017.pdf (accessed 25 March 2018).

15. Pljuta V. (1980) Sravnitel'nyj mnogomernyj analiz v jekonomicheskih issledovanijah: Metody taksonomii i faktornogo analiza [Comparative multidimensional analysis in economic research: Methods of taxonomy and factor analysis]. Moscow: Statistika. (in Russian)

16. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) Rehiony Ukrainy 2017 : statystychnyi zbirnyk [Regions of Ukraine 2017: Statistical collection]. Available at: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/12/zb_ru1ch2016pdf.zip (accessed 13 March 2018).

Stetsenko T.V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Public Finance
Kharkiv Institute of Finance
of Kyiv National University of Trade and Economics
Yaremenko V.H.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Public Finance
Kharkiv Institute of Finance
of Kyiv National University of Trade and Economics
Batashova A.V.
Graduate Student
Kharkiv Institute of Finance
of Kyiv National University of Trade and Economics

FEATURES OF INVESTMENT SUBVENTIONS' APPLICATION IN UKRAINE

The lack of a transparent distribution mechanism, dispersal of funds for less important projects, and identified abuses in the development of investment subventions in Ukraine lead to a reduction in the socio-economic effect of their provision, which determines the relevance of further research into domestic practices for the application of investment subventions.

In Ukraine, investment subventions or subventions of an investment nature are not specified in regulatory legal acts among other subventions, although in order to intensify investment processes, including at the expense of budgetary funds, it consequently appears reasonable and useful to establish their status.

It is determined that the role of investment subvention in filling municipal budgets and financing their capital charges is insignificant.

The structure of the provided investment subventions from the state budget to municipal budgets shifted towards wide-ranging subventions, which are characterized by constant, predictable nature of the provision.

It is expedient to streamline the list of existing wide-ranging investment subventions to eliminate duplication and violation of requirements when choosing investment objects, dispersing budgetary resources. It would be desirable to separate investments on such parameters: investment objects to create new or maintain existing infrastructure; in terms of the necessary reconstruction or the degree of readiness of the object; by the amount of funding.

To increase the financial discipline of the use of investment subventions to measures of influence in case of improper use of them, it is possible to add a stoppage of subvention's granting to the full or partial elimination of infringement or even non-provision of a subvention in the next budget year.

The allocation of investment subventions between territories should be carried out on an unbiased basis, which can provide a transparent mechanism of calculation. The main objective of subventions should be to bring all regions and territories closer to the level of provision of public services. It is considered expediently to use elements of constructing a taxonomic indicator of development to determine the relative conditions of regions' development, the share of each region in the total amount of investment subventions and to achieve the goal.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

THE THEORETICAL BASIS OF FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

УДК 338.2

Сукрушева Г.О.
к.е.н., доцент, доцент кафедри «Фінанси і кредит»
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-економічного університету
Горопашна Л.Г.
студентка
Харківський інститут фінансів
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті обґрунтовано теоретичні основи фінансового планування на підприємстві. Визначено відмінності між прогнозуванням та плануванням. Проведено морфологічну оцінку поняття «фінансове планування» за допомогою наукових розробок вітчизняних та зарубіжних науковців. Представлено власне визначення поняття «фінансове планування». Опрацьовано основні завдання, що постають перед керівниками підприємства під час формування фінансових планів у сучасних умовах.

Ключові слова: *фінансове планування, прогнозування, операційна діяльність, інвестиційна діяльність, фінансова діяльність, прибуток, собівартість, витрати.*

В статье обоснованы теоретические основы финансового планирования на предприятии. Определены различия между прогнозированием и планированием. Проведена морфологическая оценка понятия «финансовое планирование» с помощью научных разработок отечественных и зарубежных ученых. Представлено собственное определение понятия «финансовое планирование». Разработаны основные задачи, стоящие перед руководителями предприятия при формировании финансовых планов в современных условиях.

Ключевые слова: *финансовое планирование, прогнозирование, операционная деятельность, инвестиционная деятельность, финансовая деятельность, прибыль, себестоимость, затраты.*

The theoretical bases of financial planning at the enterprise are grounded in the article. Differences between forecasting and planning are determined. Morphological assessment of the concept of "financial planning" with the help of scientific developments of domestic and foreign scientists was carried out. Presented his own definition of the concept of "financial planning". The main tasks facing the enterprise managers have been developed while forming financial plans in modern conditions.

Key words: *financial planning, forecasting, operating activities, investment activity, financial activity, profit, cost, expenses.*

Постановка проблеми. Із розвитком ринкових відносин та появою різних форм власності підприємства повинні формувати фінансові плани своєї діяльності для отримання максимального прибутку і досягнення поставлених цілей. У зв'язку із цим питання про фінансове планування є актуальними, оскільки умови економічного розвитку завжди мінливі і вимагають постійної оцінки внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток фінансового планування як особливого розділу фінансового менеджменту підприємства спонукає науковців до пошуку новітніх методів для побудови ефективної системи планування. Над цими питаннями працюють такі відомі економісти, як: А. Файоль, Л.П. Владимирова, В.С. Загорський, О.Д. Вовчак, Д.В. Мазур, А.П. Робсон, Л.А. Сухарева, С.Н. Петренко, Д. Хан, Ф. Лі Ченг, І.Є. Мойсеєнко, В. Гончар.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичне узагальнення поняття фінансового планування підприємства в сучасних умовах розвитку економіки країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Один із представників сучасної економіки А. Файоль зауважив: «Управляти – це передбачити, передбачити – це вже майже діяти». Багато науковців розглядали поняття «планування», приводячи різні визначення [1, с. 128].

У перекладі з грецької прогноз означає «пізнання, вперед». Існує достатньо багато визначень поняття «прогноз»: прогноз – це оцінка майбутнього стану об'єкту; прогноз – це характеристика майбутнього; прогноз – визначення перспектив розвитку. Звернувши увагу на незначну різницю визначень поняття «прогноз», пов'язану з відмінностями об'єктів і цілей прогнозу, в будь-якому разі думка дослідника спрямована на майбутнє, тобто прогноз можна розглядати як специфічне пізнання, де передусім відображається і досліджується не те, що є, а те, що буде [2, с. 622].

Однак думка про майбутнє не завжди є прогнозом. Наприклад, існують закономірні події, які не вимагають прогнозування (зміна сезонів року, дня і ночі) і не викликають сумніву. Крім того, прогнозування майбутнього стану об'єкту – не самоціль, а засіб практичного і наукового вирішення багатьох загальних проблем, масштаб яких виходячи з можливого майбутнього стану об'єкту задається на теперішній час. Більш наукове тлумачення даного значення наводить Л.П. Владимирова: прогноз – це науково зумовлене судження щодо можливих станів об'єкта в майбутньому, альтернативних шляхів та строків їх здійснення [3, с. 234].

Прогнозування – це процес складання, формування прогнозів на основі аналізу, оцінки закономірностей і тенденцій розвитку процесу (об'єкта).

Таким чином, прогнозування дає відповідь на два основні питання:

1) чого слід очікувати в майбутньому;

2) як можна вплинути на умови, щоб досягти в майбутньому поставленої мети.

Планування – форма прогнозування, що відображається в документальній формі. Значною відмінністю між прогнозом і планом є те, що в плані відображається і втілюється вже прийняте рішення, а прогноз характеризує його перспективні контури. План – це документ, в якому визначено цілі, які фірма передбачає досягти за певний період, а також засоби й умови їх досягнення. А планування можна визначити як сам процес складання планів [3, с. 132].

«Планувати чи бути планованим» – відомий афоризм, який висвітлює важливість планування. Зміст цього виразу полягає у тому, що підприємство, яке не вміє планувати власну діяльність або не вважає за потрібне, саме стає об'єктом планування як засіб для досягнення чужих цілей. Наявність різних економічних шкіл зумовлює появу різних тлумачень та поглядів на фінансове планування, саме тому багато авторів по-різному дають визначення поняття «фінансове планування». Згрупувати всі структурні об'єднання підприємства у цілісну виробничо-господарську систему, забезпечити її розвиток у напрямі досягнення цілей – звідси випливає визначення найкращих способів і реалізації поставлених цілей. Розглянемо їх у вигляді таблиці (табл. 1).

Розглянувши трактування поняття «фінансове планування» різними авторами, необхідно уточнити, що процес фінансового планування повинен відображати мету операційної й інвестиційної діяльності підприємства, визначити обсяг фінансових ресурсів за напрямами їх цільового використання і джерелами формування та являти собою розроблення системи різних за змістом, термінами дії фінансових планів.

Отже, з усіх розглянутих визначень сутності фінансового планування цілком очевидним є те, що без фінансового планування не може бути досягнутий такий рівень управління фінансами підприємства, який забезпечує підвищення ефективності управлінських рішень, формування оптимальної структури фінансових ресурсів підприємства, успіх на ринку, розширення асортименту продукції, оновлення матеріальної бази, успішне розв'язання соціальних питань, здійснення матеріального стимулювання працівників, максимізацію прибутку.

Планування діяльності в сучасних умовах повинно формуватися на основі моніторингу основних показників діяльності підприємства, логічно проводити цей моніторинг за операційною, інвестиційною і фінансовою діяльністю окремо, з більшою деталізацією, і на основі одержаних результатів аналізу формувати єдиний документ – фінансовий план підприємства. На цій основі для формування дієвого плану необхідно виділити основні його завдання, як наведено на рис. 1.

Фінансове планування належить до найбільш важливих виявів фінансово-господарської діяльності підприємства, тим самим забезпечуючи попередній контроль над утворенням і використанням трудових, матеріальних і грошових ресурсів та створюючи умови для зміцнення фінансового стану підприємства. Об'єктами планування є: дохід підприємства, відносини з державним бюджетом і державними позабюджетними фондами, обсяг капіталовкладень, інші форми інвестування фінансових ресурсів, обсяг довгострокових кредитів банків на інвестиційні заходи, потреба

Таблиця 1

Морфологічна оцінка поняття «фінансове планування»

№	Автори	Визначення	Ключові слова
1	В.С. Загорський, О.Д. Вовчак [4, с. 98]	Діяльність, яка пов'язана з управлінням фінансами; елемент фінансового механізму	елемент фінансового механізму
2	О.І. Мазур [5, с. 57]	Процес планування фінансових ресурсів і напрямів їх використання для забезпечення господарської та фінансової діяльності підприємства	забезпечення господарської та фінансової діяльності підприємства
3	А. Робсон [6, с. 43]	Засіб, який сприяє оптимальному вибору між альтернативними варіантами під час прийняття рішень	альтернативні варіанти
4	Л.А. Сухарева, С.Н. Петренко [7, с. 54]	Процес здійснення господарсько-організаційної функції управління підприємства з орієнтацією на перспективний розвиток	перспективний розвиток
5	Д. Хан [8, с. 234]	Багатоступеневий процес планування платежів, руху запасів і платіжних засобів, визначення й підтримання цільового резерву ліквідності	багатоступеневий процес
6	Ф. Лі Ченг, І. Джозеф [9, с. 20]	Процес аналізу дивідендної, фінансової, інвестиційної політики, прогнозування результатів і впливу на економічне оточення компанії та прийняття рішень щодо допустимого рівня ризику за оптимального вибору проектів	економічне оточення компанії
Власне визначення		Фінансове планування – це елемент фінансового механізму, багатоступеневий процес, який спрямований на забезпечення господарської та фінансової діяльності підприємства в майбутньому та відображається в документальній формі	

Рис. 1. Завдання фінансового планування виходячи з видів діяльності підприємства

підприємства у власних оборотних коштах і джерела її покриття [10].

Досвід багатьох розвинутих компаній промислових країн показує, що за сучасного ринку з його жорстокою конкуренцією планування фінансово-господарської діяльності є найважливішою умовою виживання, економічного зростання та процвітання. Саме воно дає змогу оптимально пов'язати наявні можливості підприємства щодо випуску продукції з попитом і пропозицією, що склалися на ринку [11, с. 157].

Залежно від стадії життєвого циклу підприємства, кон'юнктури ринку, на якому воно функціонує, інвестиційного та податкового клімату, розвитку фінансового ринку й інших чинників внутрішнього і зовнішнього середовища завдання підприємств варіюються – від необхідності уникнення банкрутства до розвитку освоєння нових ринків і розширення виробництва, тому й процес фінансового планування може мати різні цільові установки залежно від завдань, визначених менеджментом підприємства на перспективу [12, с. 3].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, фінансове планування є невід'ємною частиною діяльності підприємства в сучасних умовах. Розроблення фінансових планів за різними видами діяльності підприємства – операційною, інвестиційною та фінансовою – дасть змогу досягти стабільного фінансового становища суб'єкта господарювання, сформувати оптимальну структуру фінансових ресурсів, що призведе до одержання необхідного рівня прибутковості та рентабельності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Управление – это наука и искусство / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тэйлор, Г. Форд. М.: Республика, 1992. 351 с.
2. Словник іншомовних слів / За ред. акад. О.С. Мельничука; вид. 2-е, випр. і доп. К., 1985. 968 с.
3. Владимирова Л.П. Прогнозування та планування в умовах ринку: навчальний посібник. М.: Дашков та К°, 2004. 400 с.
4. Фінанси: навч. посіб. / В.С. Загорський, О.Д. Вовчак, І.Г. Благун, І.Р. Чуй; 2-е вид., стер. К.: Знання, 2008. 247 с.
5. Мазур Д.В. Фінансове планування діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 6 (1). С. 55–59.
6. Робсон А.П. Финансовое планирование и контроль. М.: ИНФРА, 1996. 480 с.
7. Сухарева Л.А., Петренко С.Н. Контроллинг – основа управления бизнесом. К.: Эльга, Ника-центр, 2012. 208 с.
8. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга; пер. с нем.; под ред. Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. М.: Финансы и статистика, 1997. 765 с.
9. Ченг Ф.Л., Джозеф И.Ф. Финансы корпораций: теория, методы и практика. М.: ИНФРА-М, 2000. 688 с.
10. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. URL: http://buklib.net/books/29678.
11. Мойсеєнко І.Є. Фінансове планування на підприємстві. Фінанси України. 2001. № 9. С. 155–158.
12. Гончар В. Перспективи розвитку та шляхи вдосконалення фінансового планування в сучасних умовах. Фінанси України. 2012. № 3. С. 1–5.

REFERENCES:

1. Faiol A. Upravlenye – эto nauka y yskusstvo / A. Faiol, H. Эmerson, F. Tэilor, H. Ford. – M. : Respublyka, 1992. – 351 s.

Slovnyk inshomovnykh sliv / Za red. akad. O. S. Melnychuka. – Vydannia 2-e, vypr. i dopov. – K. : 1985. – 968 s.

3. Vladimirova L. P. Prohnozuvannia ta planuvannia v umovakh rynku: navchalnyi posibnyk / L. P. Vladimirova. – M.: Vydavnytsko-torhova korporatsiia "Dashkov ta K°», 2004. – 400 s.

4. Zahorskyi V.S. Finansy: Navch. posib. / B.C. Zahorskyi, O.D. Vovchak, I.H. Blahun, I.R. Chui. – 2-he vyd., ster. – K.: Znannia, 2008. – 247 s.

5. Mazur D. V. Finansove planuvannia diialnosti pidpryiemstva / D. V. Mazur // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2014. – № 6(1). – S. 55-59.

6. Robson A. P. Fynansovoe planyrovanye y kontrol / A. P. Robson. – M.: YNFRA, 1996. – 480 s.

7. Sukhareva L.A., Petrenko S.N. Kontrollynh – osnova upravlenyia byznesom. / L. A. Surareva, S. N. Petrenko – K.: Эlha, Nyka–tsentr, 2012. – 208 s.

8. Khan D. Planyrovanye y kontrol: kontseptsyia kontrollynha / D. Khan; [per. s nem.; pod red. L. H. Holovacha, M. L. Lukashevycha]. – M.: Fynansы y statystyka, 1997. – 765s.

9. Chenh F. Ly. Fynansы korporatsyi: teoryia, metodы y praktyka / F. Ly Chenh, Y. Fynnerty Dzhozef. – M.: YNFRA-M, 2000. – 688 s.

10. Sutnist biznes-planuvannia ta pryznachennia biznes-planu / [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://buklib.net/books/29678.

11. Moiseienko I.Ie. Finansove planuvannia na pidpryiemstvi / I. Ye. Moiseienko // Finansy Ukrainy. – 2001. – № 9. – s. 155-158.

12. Honchar V. Perspektyvy rozvytku ta shliakhy vdoskonalennia finansovoho planuvannia v suchasnykh umovakh / V. Honchar // Finansy Ukrainy. – 2012. – № 3. – S. 1–5.

Sukrusheva A.O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Senior Lecturer at Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics
Goropashna L.G.
Student
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

THE THEORETICAL BASIS OF FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

With the development of market relations and the emergence of different forms of ownership, enterprises must formulate financial plans for their activities in order to maximize profits and achieve the goals of the enterprise. In this regard, the issue of financial planning is always relevant since the conditions of economic development are always changing and require constant assessment of the internal and external environment of the enterprise.

The presence of various economics schools leads to the emergence of different interpretations and views on financial planning, which is why many authors give a different definition of the term "financial planning".

Considering the interpretation of the term "financial planning" by different authors, it needs to be clarified that the process of financial planning should reflect the purpose of the operational and investment activities of the enterprise, determine the amount of financial resources in the direction of their target use and sources of formation, and represent the development of a system of different content, timing financial plans.

Depending on the stage of the lifecycle of the enterprise, the market conditions in which it operates, the investment and tax climate, the development of the financial market, and other factors of the internal and external environment, the tasks of enterprises range from the need to avoid bankruptcy to the development of the development of new markets and expansion of production. Therefore, the process of financial planning may have different target installations depending on the tasks determined by the management of the enterprise in the future.

In this way, it can be determined that financial planning is an integral part of enterprise activity in the current conditions. Development of financial plans for different types of activities of the enterprise – operational, investment, and financial – will allow achieving a stable financial position of the entity, forming an optimal structure of financial resources, which will lead to the necessary level of profitability.

СУЧАСНА БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОЧІКУВАННЯ
THE CURRENT BANKING SYSTEM OF UKRAINE: TRENDS AND EXPECTATIONS

УДК 338.58:65.014

Ткаченко О.І.
старший викладач кафедри фінансів і кредиту
Харківський інститут фінансів Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто тенденції функціонування банківської системи України, наведено статистику та перелік банків за ступенем надійності. Кількість банків суттєво скоротилася, загалом за останній час у банківській системі динаміка позитивна. Фактором впливу на банківську систему є активне втручання НБУ. Серед негативних – політична та військова нестабільність, значна інфляція та загальна економічна дестабілізація. Запропоновано заходи щодо поліпшення ефективності банківської системи та рекомендації банкам.
Ключові слова: *банківська система, фінансова система, банківська діяльність, державне регулювання, прибуток, надійність.*

В статье рассмотрены тенденции функционирования банковской системы Украины, приведены статистика и перечень банков по степени надежности. Количество банков существенно сократилось, в целом за последнее время в банковской системе динамика положительная. Фактором влияния на банковскую систему является активное вмешательство НБУ. Среди отрицательных – политическая и военная нестабильность, значительная инфляция и общая экономическая дестабилизация. Предложены меры по улучшению эффективности банковской системы и рекомендации банкам.
Ключевые слова: *банковская система, финансовая система, банковская деятельность, государственное регулирование, прибыль, надежность.*

In the article, tendencies of the functioning of the banking system of Ukraine are considered; statistics and a list of banks according to the degree of reliability are given. The number of banks has decreased significantly, in general, in recent times, the dynamics of the banking system is positive. An influential factor in the banking system is the active intervention of the NBU. Among the negative ones are political and military instability, significant inflation, and general economic destabilization. Measures to improve the efficiency of the banking system and recommendations to banks are proposed.
Key words: *banking system, financial system, banking, state regulation, profit, reliability.*

Постановка проблеми. Сучасні кризові явища в банківській сфері спричиняють виникнення негативних наслідків як у фінансовому секторі, так і в економіці у цілому, а в деяких випадках провокують соціально-політичну кризу. У сучасних умовах розвитку національної економіки дослідження стану банківської системи України є досить актуальним, це зумовлено теперішніми нелегкими умовами її формування та розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу питанням стосовно функціонування банківської системи приділяли зарубіжні вчені: Дж.М. Кейнс, А. Пігу, Е. Шоу, П. Роуз, Е. Жуков, В. Колесніков, Л. Красавіна. Також на цю тематику було написано багато праць вітчизняними вченими-економістами, серед них: О. Барановський, І. Лютий, О. Васюренко, А. Гальчинський, В. Кротюк, В. Лисицький, В. Міщенко та ін. Однак, ураховуючи динамізм та високий рівень волатильності процесів, які відбуваються взагалі в економіці країни та в банківському секторі зокрема, постійної уваги потребують питання щодо оцінки сучасного стану банківської системи України.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз сучасного стану банківської системи України та окреслення основних проблем її функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Банківська система є одним із найважливіших складників фінансового ринку, а її стабільність та розвиненість – необхідною умовою розвитку національної економіки.

Банки є інститутами фінансового ринку, що забезпечують процеси акумуляції і перерозподілу вільних фінансових ресурсів, забезпечуючи рух коштів між усіма економічним суб'єктами та підтримку процесів економічного відтворення. Банківська система України протягом останніх декількох років знаходиться у стані системної кризи, яка зумовлена сировинною моделлю розвитку національної економіки, постійним дефіцитом довгострокових банківських ресурсів, диспропорціями банківських балансів та неефективними діями монетарного регулятора, що в кінцевому підсумку призвело до трикратної девальвації гривні, вразливості банків та їхніх клієнтів до валютних шоків [1].

Говорячи про сучасний стан банківської системи України, необхідно відзначити, що політична та військова нестабільність, значна інфляція та загальна економічна дестабілізація негативно вплинули на банківський сектор та показники діяльності банків, що працюють на території України. Також важливим фактором, що характеризує сучасний стан банківської системи, є активне втручання НБУ у функціонування банківської системи. Не можна дати однозначної оцінки політиці «оздоровлення» банківської системи, яку проводить її головний регулятор. З одного боку, ліквідація неплатоспроможних банків та банків, які порушували українське законодавство, повинна позитивно вплинути на прозорість банківської системи. З іншого боку, надмірне зменшення учасників банківського сектору може призвести до погіршення конкурентного середовища та умов надання банківських продуктів [2].

Динаміку зміни кількості банків за період 2007–2017 рр. ілюструє рис. 1 [3], за даними якого

можна зробити висновок, що останні роки кількість банків суттєво зменшилася.

У І півріччі 2017 р. кількість працюючих банків скоротилася до 88 фінансових установ, у тому числі 38 банків з іноземним капіталом. Частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків становила 56%.

Банківська система України за підсумками січня-липня 2017 р. отримала чистий збиток у розмірі 223 млн. грн., що в 41,5 рази менше, ніж за відповідний період минулого року (9,266 млрд. грн.).

У липні платоспроможні банки отримали чистий прибуток у розмірі 1,43 млрд. грн. Доходи банків за січень-липень становили 101,624 млрд. грн., витрати – 101,846 млрд. грн.

За підсумками І півріччя 2017 р. платоспроможні банки отримали 1,1 млрд. грн. чистого прибутку після оподаткування, при цьому банківська система працювала прибутково в кожному з трьох місяців.

Прибуткову діяльність продемонстрували всі групи банків – з іноземним і приватним капіталом, а також державні банки.

Найприбутковішими банками стали «Райффайзен Банк Аваль», «Укрексімбанк», «Сітібанк», «ПУМБ» і «Креді Агріколь банк» [5].

Після проведення стрес-тестів НБУ виявилося, що банкам України необхідно збільшення капіталу більш ніж на 100 млрд. грн. Рівень проблемних кредитів у банківській системі перевищив 50%. Банки зіткнулися з курсовою проблемою – вони змушені повертати термінові валютні депозити, тоді як платоспроможність клієнтів за валютними кредитами стрімко знижується. У підсумку банки змушені піднімати ставки по валютних кредитах, йти на міжбанківський ринок або залучати кошти у материнських структур.

Станом на 1 липня 2017 р. обсяг наданих кредитів за рік скоротився до 512 млрд. грн., у т. ч. кредити фізичним особам становили 81 млрд. грн., а юридичним особам – 431 млрд. грн.

За даними НАБУ, обсяг кредитів населенню у структурі ВВП становить 6%, тоді як у розвинених країнах цей показник становить 60%, а в країнах Східної Європи – 40%.

Очікується, що ставки за цільовими кредитами будуть на рівні 14%, за нецільовими, де ризики вищі, – близько 20%.

На думку рейтингового агентства Fitch, у 2018 р. банківський сектор України вийде в прибутковість і продовжить зростання. При цьому Fitch відзначає, що рентабельність українських банків більш низька, ніж у сусідніх країнах. Розвиток банківського сектору гальмується високим рівнем показника проблемних кредитів, що становлять зараз 56%. Це близько 113 млрд. грн., або 4,1 млрд. доларів. Високий рівень прострочених боргів може призвести до потреби додаткового збільшення капіталу банків, уважають в агентстві [4].

За даними НБУ, найбільші збитки в минулому році отримали «ПриватБанк» (22,97 млрд. грн.), «Промінвестбанк» (7,67 млрд. грн.) і ВТБ (4,1 млрд. грн.). До п'ятірки по збитку увійшли також «Укрсоцбанк» (3,1 млрд. грн.) і «Форвард» (639 млн. грн.). Також 563 млн. грн. збитку за підсумками минулого року отримав «БТА Банк», 446 млн. – «Кредит Дніпро», 347 млн. – банк «Кліринговий дім», 110 млн. – «Правекс-Банк» і 84 млн. грн. – «Місто Банк».

Найбільший обсяг прибутку в 2017 р. отримали «Райффайзен Банк Аваль» (4,47 млрд. грн.), «УкрСиббанк» (1,47 млрд.) і «Креди Агріколь Банк» (1,1 млрд.). Майже 1 млрд. грн. прибутку отримали: «Сітібанк» (1 млрд. грн.), державний «Укрексімбанк» (929 млн.), «ОТП Банк» (918 млн.), «ПУМБ»

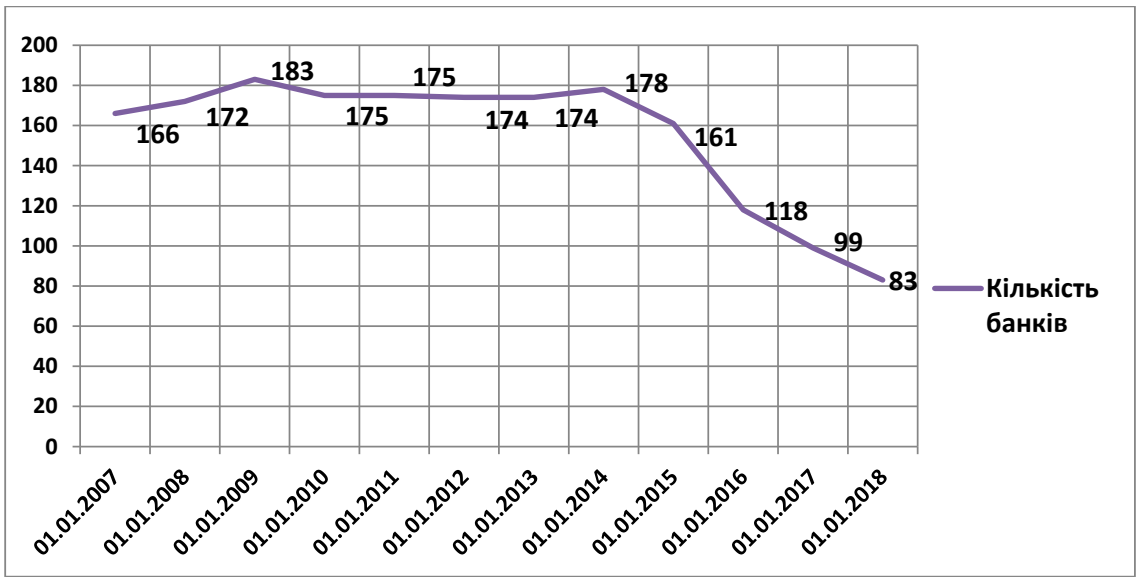


Рис. 1. Динаміка зміни кількості банків за період 2007–2017 рр.

(786 млн.), «Альфа-Банк» (655 млн.), «Укргазбанк» (624 млн.), «Ощадбанк»(559 млн. грн.).

ТОП-рейтинг українських та іноземних банків: лютий 2018 р. [6]:

1. «Райффайзен Банк Аваль» (Raiffeisen Bank, Австрія).
2. «Креди Агріколь Банк» (Credit Agricole, Франція).
3. «Укрсиббанк» (BNP Paribas Group, Франція).
4. «Ощадбанк»* (державний).
5. «Укрексімбанк»* (державний).
6. «Кредобанк» (PKO Bank Polska, Польща).
7. «Сітібанк Україна» (Citigroup, США).
8. «ПроКредит Банк» (ProCredit Bank, Німеччина).
9. «Укргазбанк» (державний).
10. «Альфа-Банк» (ABH Holdings, Люксембург).
11. «Укрсоцбанк» (ABH Holdings, Люксембург).
12. «ОТП Банк» (OTP Bank, Угорщина).
13. «Правекс-банк» (Intesa Sanpaolo, Італія).
14. «ІНГ Банк Україна» (ING Groep, Нідерланди).
15. «ПУМБ» (СКМ Фінанс, Україна).

*Системні державні банки за версією НБУ. Основними критеріями системної важливості є загальний розмір активів, зобов'язань, системні взаємозв'язки в банківській системі й обсяг кредитування найважливіших секторів економіки.

Під надійністю банку слід розуміти здатність фінансового інституту чинити опір несприятливим факторам, проте надійність і вірогідність дефолту – поняття різні. Банк, що має високий рівень надійності, може зіткнутися із сильним впливом негативних і малопередбачуваних чинників, які здатні призвести до його банкрутства, тоді як банк із задовільним рейтингом продовжить працювати, оскільки в результаті збігу обставин уникне негативного впливу таких факторів. Також необхідно враховувати політичні ризики.

Наведемо список 10 найнадійніших банків України за різними аспектами (табл. 1) [6]. Також представляє інтерес список банків-партнерів і структура депозитів Моторного (транспортного) страхового бюро України, у резервних фондах якого знаходиться майже 1 млрд. грн. коштів страхових компаній.

Кризи, що супроводжують сучасне банківське співтовариство, неминучі і виникають періодично. Глобальні кризові явища суттєво впливають передусім на макроекономічну стабільність країн, про що наочно свідчить ситуація в Україні, та, як наслідок, значно послаблюють банківську ресурсну базу, що негативно впливає на фінансові результати діяльності банківської системи. Тому важливо з боку НБУ та Верховної Ради України вживати превентивні заходи законодавчо-регулятивного та іншого характеру, спрямовані на стабілізацію роботи банківської системи загалом та окремих банків зокрема [7].

За результатами 2017 р. економічне зростання залишалося слабким, але все ж сприяло відновленню платоспроможності корпоративного сектору та домогосподарств. Наступного року очікується прискорення темпів зростання ВВП до понад 3% завдяки відновленню споживчого та інвестиційного попиту. Інфляція залишається

Таблиця 1

Найнадійніші банки України за різними суб'єктами

10 найнадійніших банків України	
Для фізичних осіб*	Для юридичних осіб
1. Ощадбанк (державний, гаранується 100% вкладів) 2. Укрексімбанк (державний, гарантується 100% вкладів) 3. Укргазбанк (державний) 4. Райффайзен Банк Аваль (Raiffeisen Bank, Австрія) 5. Креди Агріколь Банк (Credit Agricole, Франція) 6. Укрсиббанк (BNP Paribas Group, Франція) 7. Кредобанк (PKO Bank Polska, Польща) 8. ПроКредит Банк (ProCredit Bank, Німеччина) 9. ОТП Банк (OTP Bank, Угорщина) 10. Укрсоцбанк (ABH Holdings, Люксембург, РФ)	1. Ощадбанк (державний) 2. Укрексімбанк (державний) 3. Райффайзен банк Аваль (Raiffeisen Bank, Австрія) 4. Креди Агріколь Банк (Credit Agricole, Франція) 5. Укрсиббанк (BNP Paribas Group, Франція) 6. СІТІбанк Україна (Citigroup, США) 7. Кредобанк (PKO Bank Polska, Польща) 8. ПроКредит Банк (ProCredit Bank, Німеччина) 9. ПУМБ (СКМ Фінанс, Україна) 10. Альфа-Банк (ABH Holdings, Люксембург, РФ)
Яким довіряють страхові компанії**	В яких розміщено депозити МТСБУ***
1. Ощадбанк (державний) 2. Укргазбанк (державний) 3. Укрексімбанк (державний) 4. Альфа-Банк (ABH Holdings, Люксембург, РФ) 5. ТАСкомбанк (Сергей Тігіпко, Україна) 6. ІНГ Банк Україна (ING Groep, Нідерланди) 7. Укрсоцбанк (ABH Holdings, Люксембург, РФ) 8. ПриватБанк (державний) 9. Креди Агріколь Банк (Credit Agricole, Франція) 10. ПУМБ (СКМ Фінанс, Україна)	1. Ощадбанк (державний) 2. Укрексімбанк (державний) 3. Укргазбанк (державний) 4. Кредобанк (PKO Bank Polska, Польща) 5. ОТП Банк (OTP Bank, Угорщина) 6. Укрсиббанк (BNP Paribas Group, Франція) 7. Креди Агріколь Банк (Credit Agricole, Франція) 8. Райффайзен Банк Аваль (Raiffeisen Bank, Австрія) 9. Правекс-банк (Intesa Sanpaolo, Італія) 10. ІНГ Банк Україна (ING Groep, Нідерланди)

* «СІТІбанк Україна» та «ІНГ Банк Україна» не працює з фізособами

** Банки, в яких страховики розміщують найбільше депозитів

*** У банках розміщено 1 млрд. грн. коштів резервних фондів

вищою за цільовий рівень НБУ. Національний банк очікує уповільнення ІСЦ наступного року, проте загалом інфляційні ризики на 2018 р. зросли. Це може стримувати середньо- та довгострокове банківське кредитування. Ключовим середньостроковим макроекономічним ризиком є відтермінування програми співпраці із МВФ. Без відновлення кредитування МВФ Україна матиме суттєві труднощі з рефінансуванням понад 20 млрд. боргів в іноземній валюті, термін погашення яких припадає на 2018–2020 рр. На думку НБУ, також доцільно розпочати перемовини про запуск у 2019 р. нової програми співпраці з МВФ. З'являються нові фіскальні ризики через початок виборчого циклу. Проблемою залишається висока концентрація бюджетних витрат у грудні. Впровадження довгострокового бюджетного планування має вирішити цю проблему [8].

Приплив депозитів населення значно уповільнився у II півріччі через зниження відсоткових ставок та помірну девальвацію гривні. Ставки за валютними вкладами знизилися до історично низького рівня, потенціал для подальшого зниження обмежений. Ставки за гривневими депозитами ще не сягнули історично низьких значень, проте це може відбутися протягом 2018 р. в разі зниження інфляційних ризиків. Ставки за новими кредитами можуть сягнути історичних мінімумів за рік-півтора, якщо не реалізуються макроекономічні ризики та буде посилено права кредиторів.

Частка коштів фізичних та юридичних осіб у пасивах банків сягнула 77%, оновивши історичні максимуми. Понад 2/3 загальних зобов'язань банків та 4/5 гривневих зобов'язань є короткими (до трьох місяців). Це зумовлює необхідність ефективного планування управління ліквідністю. Пасивна база буде залишатися короткостроковою протягом найближчих кількох років. Упровадження нового нормативу ліквідності LCR посилить стійкість банків до шоків ліквідності.

Кількість збиткових банків значно скоротилася, окремі установи все ще мають від'ємний операційний прибуток. Вони мають якомога швидше змінити бізнес-моделі та скоротити операційні витрати, щоб вийти на прибуткову роботу. Достатність капіталу багатьох банків суттєво перевищує мінімальний рівень. Перехід банків на стандарт МСФЗ 9 може призвести до зниження власного капіталу через донарахування резервів. Вплив на регулятивний капітал буде несуттєвим, оскільки він визначається з урахуванням пруденційних резервів (кредитного ризику відповідно до Постанови № 351).

Частка недіючих кредитів сягнула максимального значення 58% у липні та почала повільно знижуватися. Основною ознакою дефолту корпоративних позичальників є наявність прострочки за кредитом більше 90 днів.

Нові споживчі гривневі кредити – лише 5% споживчих витрат населення, приріст кредитів – менше 1% споживчих витрат. Показник проникнення роздрібного кредитування залишається вкрай низьким навіть з урахуванням рівня економічного розвитку. Іпотечні кредити становлять менше 5% нових позик населенню.

Попри високі темпи відновлення обсяги споживчого кредитування сьогодні не створюють системних ризиків. НБУ не бачить необхідності вживати негайних заходів для обмеження споживчого кредитування банками. НБУ буде проводити постійний моніторинг ринку споживчого кредитування, кожного півроку даватиме оцінку ситуації на ринку. За необхідності можуть бути посилені стандарти оцінки кредитного ризику за споживчими кредитами, а також вжито макропруденційних заходів для обмеження темпів зростання. Про такі наміри НБУ повідомить завчасно.

Операційна прибутковість реального сектору зростає протягом останніх двох років. Середня рентабельність за EBITDA підприємств у 2017 р. перевищила 10%. Прибутковість наростила більшість базових галузей. Винятки – металургія, транспорт та легка промисловість. У деяких галузях рентабельність вже зараз вища за докризову. Корпоративне кредитування почало відновлюватися у III кварталі, поки це здебільшого короткі кредити. Юридичні ризики та слабкий захист кредиторів – головні фактори, що стримують кредитування бізнесу.

Боргове навантаження вже не є критичним для більшості галузей. У зоні ризику – хімічна промисловість та будівництво. Відсоткові платежі не є проблемою для всіх галузей реального сектору, крім будівництва, де операційних прибутків недостатньо для покриття високих відсотків за старими кредитами. Поточні боргові метрики вказують на спроможність компаній більшості галузей залучати нові кредити. Найпривабливіші метрики – у добувній промисловості, енергетиці, транспорті, легкій промисловості.

У другому півріччі приплив депозитів населення помітно вповільнився. Натомість прискорився приплив валютних коштів корпорацій, у тому числі держпідприємств. У структурі зобов'язань банків домінують кошти населення та бізнесу, які поступово заміщують зовнішні запозичення. Така структура фондування підвищує ризик ліквідності, адже внутрішні ресурси здебільшого мають короткий термін. У 2018 р. НБУ запровадить новий норматив ліквідності LCR, що створить банкам необхідні стимули подовжувати строки залучених депозитів. У другому півріччі приплив депозитів населення уповільнився Від початку року вклади населення у гривні зросли на 13,0% (в іноземній валюті – зменшилися на 0,7%). Найвищий темп приросту зафіксований у

II кварталі й становив +8,0% кв./кв. Відтоді приплив коштів уповільнився: протягом липня-жовтня депозити у гривні скоротилися на 0,02%, а депозити в іноземній валюті зросли на 0,4%. НБУ очікує, що депозити зростатимуть швидше. За весь 2018 р. загальний приріст коштів населення та бізнесу може становити близько 15%. Ключові фактори, від яких залежить тенденція, – зростання доходів домогосподарств і реального сектору та стан валютного ринку.

Банки почали відновлювати кредитування з роздрібного сегменту – споживче кредитування стрімко зростає. Темпи приросту кредитів населенню високі, але сьогодні абсолютні обсяги кредитування не створюють системних ризиків. Вплив небанківського фінансового сектору на роздрібне кредитування та споживання незначний. Якщо поточні темпи зростання споживчого кредитування збережуться, невдовзі ризики можуть помітно зрости. У такому разі НБУ робитиме жорсткішими стандарти оцінки кредитних ризиків та вживатиме макропруденційних заходів, щоб обмежити темпи зростання кредитів.

У 2017 р. «ПриватБанк» був найактивнішим: +47% р/р, цьому сприяло перенесення на баланс кредитів за схемою P2P. «ПриватБанк» забезпечив понад половину зростання гривневих кредитів банківської системи, бо займає значну частку ринку та має високі темпи зростання. Головний канал – карткові кредити. Найпізніше долучилися до кредитування населення інші державні банки та установи з іноземним капіталом: +17% та +14% р/р відповідно. Але навіть за відносно помірних темпів зростання іноземні банки забезпечили 22% номінального приросту гривневих кредитів.

Сьогодні банківське та небанківське споживче кредитування не є суттєвим чинником приватного споживання. Приріст портфеля банківських кредитів у гривні забезпечує лише близько 1% загального приватного споживання. Внесок небанківського кредитування набагато менш суттєвий: приріст виданих кредитів мізерний, хоча обсяги видачі значні. Отже, споживче кредитування сьогодні практично не впливає на споживчу інфляцію та поточний рахунок платіжного балансу.

Єдиний сегмент, де кредити скорочувалися, – операції з нерухомістю та земельними ділянками (мінус 2,4% р/р у гривні та мінус 20,5% в іноземній валюті в доларовому еквіваленті). Кредитування покупців житла пожвавлюється, банки співпрацюють із забудовниками, пропонують пільгові ставки за партнерськими програмами, але списання, погашення та реструктуризація безнадійної заборгованості досі переважає.

З 1 січня 2018 р. запрацює Міжнародний стандарт фінансової звітності № 9 «Фінансові інструменти» (МСФЗ 9). Під час розроблення цього стандарту враховано основні недоліки його попередника – МСБО 39, серед яких – розрахунок резервів лише за фактом знецінення активів, що постійно призводило до запізнілого та неповного визнання банками втрат за активами. Після переходу до нового стандарту обсяги сформованих за активами резервів краще відповідатимуть дійсним кредитним ризикам. Основна новація МСФЗ 9 – перехід до принципу визначення обсягу резервів відповідно до концепції очікуваних збитків. Це призведе до суттєвого одноразового зростання рівня резервів після запровадження стандарту. Для активів, за якими з моменту виникнення не сталося значного зростання кредитного ризику, резерви формуватимуть з урахуванням очікуваних збитків (expected credit loss – ECL) на горизонті 12 місяців. Це означає, що на момент видачі кредитів банки повинні будуть закладати в розрахунок можливі (не нульові) втрати від погіршення якості кредиту на горизонті 12 місяців. Кредити, для яких кредитний ризик суттєво виріс, буде зарезервовано з огляду на ймовірність утрат протягом усього строку кредитування. Це зробить їх оцінку консервативнішою.

З 2018 р. НБУ запроваджує щорічне оцінювання стійкості банків та банківської системи. Ключова мета – впевнитися, що система готова поглинути збитки, спричинені наслідками можливих макроекономічних шоків.

НБУ оцінюватиме кожен банк окремо станом на 1 січня. Оцінювання складатиметься з трьох етапів: I. Перевірка аудиторськими компаніями якості активів банку та прийнятності забезпечення за кредитними операціями. II. Екстраполяція Національним банком результатів першого етапу та оцінка достатності капіталу банку станом на дату оцінки. III. Оцінка НБУ достатності капіталу банку за результатами стрес-тестування за базовим та несприятливим макроекономічними сценаріями на трирічному горизонті прогнозування.

У другому півріччі 2017 р. НБУ зосередився на підвищенні прозорості банківських операцій та зниженні ризиків банків під час проведення активних операцій. Запроваджено нові вимоги у сфері фінансового моніторингу, регулярне оприлюднення інформації про показники діяльності кожного банку, створено підґрунтя для запуску Кредитного реєстру НБУ.

За результатами 2017 р. НБУ надано рекомендації банкам:

1. Вчасно впровадити моделі оцінки очікуваних збитків у рамках переходу до МСФЗ 9.

2. Належним чином моніторити та оцінювати ризики споживчого кредитування.

3. Консервативно підходити до виплати дивідендів (особливо у державних банках).

4. Запроваджувати проект положення про управління ризиками до моменту його офіційного затвердження.

5. Продовжити розчистку балансів від недіючих кредитів. Дотримуватися рекомендацій НБУ з кібербезпеки.

Для поліпшення ефективності банківської системи доцільно вжити таких заходів: загальноекономічна стабілізація, пов'язана з банківською системою, повернення довіри вкладників та інвесторів, нормалізація діяльності НБУ у сфері контролю та регулювання банківської системи. Своєю чергою, загальноекономічна стабілізація включає створення умов для курсової стабілізації національної валюти, нівелювання або мінімізацію впливу політичних процесів на економіку за рахунок превентивних та протекційних заходів, посилення контролю над процесом розподілу й використання бюджетних коштів, залучення незалежних міжнародних експертів для надання консультацій стосовно стабілізації вітчизняної економічної та фінансової сфери. Повернення довіри вкладників та інвесторів можливе за безумовного відшкодування вкладів у проблемних банках за рахунок ФГВ, підвищення рівня забезпечення з боку комерційних банків, оптимізації мережі банківських відділень відповідно до регіональних потреб, посилення відповідальності власників та керівників банків за проведення операцій із пов'язаними особами, підвищення ефективності роботи банків з наявними та потенційними клієнтами щодо співпраці в напрямі реалізації індивідуальних депозитних програм. Нормалізація діяльності НБУ у сфері контролю та регулювання банківської системи пов'язана з постійним моніторингом із боку НБУ кризових явищ на макро- і макрорівнях, насамперед тих, що можуть торкнутися України, формуванням та використанням необхідних додаткових резервів як на рівні НБУ, так і на рівні комерційних банків, завчасним інформуванням НБУ банків другого рівня відносно необхідності вживання запобіжних заходів, переходом банківської системи на новий, установлений НБУ рівень, переглядом діючого механізму рефінансування, посиленням контролю над проблемними банками.

Висновки з проведеного дослідження. 2017 р. був успішним для банківської системи: вона стала стійкішою та краще капіталізованою. Банки знову стали прибутковими, мають стабільне фондування, після трирічної паузи почали кредитувати населення та бізнес. Загальний рівень системних ризиків банківського сектору низький. Водночас повільні структурні зміни в економіці, низька ефективність державних банків і слабкість правової системи залишаються значними перешкодами для його розвитку. Ці фактори знижують ефективність перерозподілу фінансових ресурсів та заважають відновленню кредитування. Для вирішення актуальних проблем банківського сектору та нормалізації його функціонування необхідно застосувати систему заходів, спрямованих на загальноекономічну стабілізацію, повернення довіри до банківського сектору та підвищення ефективності діяльності НБУ у сфері контролю та регулювання банківської системи. Реалізація запропонованих заходів дасть змогу мінімізувати вплив негативних факторів у короткостроковій перспективі та створить умови для прискореного розвитку банківської системи України в майбутньому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пурій Г.М. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України. Фінансовий простір. 2017. № 3(27). С. 41–45.

2. Золотарьова О.В., Галаганов В.О. Сучасний стан та перспективи розвитку банківської системи України. Проблеми економіки та політичної економіки. 2017. № 1. С. 83–98.

3. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб «Динаміка кількості банків – учасників ФГВФО». URL: http://www.fg.gov.ua/statystyka.

4. Що чекає на банківський ринок у 2018? URL: https://news.finance.ua/ua/news/-/416930/shho-chekaye-na-bankivskyj-rynok-u-2018.

5. Прогноз розвитку банківської системи в 2018 році. URL: https://nv.ua/ukr/opinion/rashkovan/prohnoz-rozvitku-bankivskoji-sistemi-v-2018-rotsi-2444720.html.

6. Рейтинг самых надежных банков Украины в 2018 году. URL: https://forinsurer.com/rating-banks.

7. Вовчак О.Д., Крамаренко О.М. Напрями стабілізації роботи банків в умовах кризових явищ. Фінансовий простір. 2014. № 4(16). С. 27–31.

8. Офіційний сайт Національного банку України. URL: http://www.bank.gov.ua.

9. Костенко Т.А., Танська В.І. Банківська система України: сучасний стан, проблеми та напрямки розвитку (підсумки укр. конф. «Вісімнадцяті економіко-правові дискусії»). Наукова спільнота. 2017. URL: http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1879/.

REFERENCES:

1. Puriy G. M. (2017) Current situation and prospects of development of the banking system of Ukraine. Financial space: No. 3 (27), pp. 41-45. (in Ukrainian)

2. Zolotareva O. V. (2017) Current state and prospects of development of the banking system of Ukraine. Problems of economy and political economy: № 1, pp. 83-98. (in Ukrainian)

3. Official site of the Guarantee Fund for Individuals' Deposits "Dynamics of Number of Banks – Participants of the FGVFO" [Electronic resource] – Access mode: http://www.fg.gov.ua/statystyka. (in Ukrainian)

4. What awaits the banking market in 2018? [Electronic resource] – Access mode: https://news.finance.ua/en/news/-/416930/shho-chekaye-na-bankivskyj-rynok-u-2018. (in Ukrainian)

5. Forecast of the development of the banking system in 2018 [Electronic resource] – Access mode: https://nv.ua/ukr/opinion/rashkovan/prohnoz-rozvitku-bankivskoji-sistemi-v-2018-rotsi-2444720.html. (in Ukrainian)

6. Rating of Ukraine's Most Reliable Banks in 2018 [Electronic Resource] – Access Mode: https://forinsurer.com/rating-banks. (in Russian)

7. Vovchak O. D. (2014) Directions of Stabilization of Banks in Conditions of Crisis. Financial Space: 4 (16), pp. 27-31. (in Ukrainian)

8. Official site of the National Bank of Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.bank.gov.ua. (in Ukrainian)

9. Kostenko T. A., Tansa V. I. (2017) The banking system of Ukraine: the current state, problems and directions of development [The electronic resource] (the results of the Ukrainian conference "Eighteenth economic-legal discussions"). Scientific community. – Access mode: http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1879/. (in Ukrainian)

Tkachenko O.I.
Senior Instructor at Department of Finance and Credit
Kharkiv Institute of Finance
Kyiv National University of Trade and Economics

THE CURRENT BANKING SYSTEM OF UKRAINE: TRENDS AND EXPECTATIONS

Modern crisis phenomena in the banking sector cause negative consequences both in the financial sector and in the economy in general, and in some cases, provokes a socio-political crisis. In today's conditions of development of the national economy, the study of the state of the banking system of Ukraine is very relevant, due to the current difficult conditions for its formation and development.

The banking system is one of the most important components of the financial market, and its stability and development are a prerequisite for the development of the national economy.

Banks are institutions of the financial market, which ensure the processes of accumulation and redistribution of free financial resources, ensuring the movement of funds among all economic actors and support for the economic reproduction processes. The banking system of Ukraine over the past few years is in a state of systemic crisis, which is conditioned by the raw material model of the development of the national economy, the constant shortage of long-term bank resources, imbalances in bank balances, and ineffective actions of the monetary regulator, which ultimately led to a three-fold devaluation of the hryvnia, vulnerability of banks, and their customers to currency shocks.

The most profitable banks were Raiffeisen Bank Aval, Ukreximbank, Citibank, FUIB, and Credit Agricole Bank.

Following the stress tests of the NBU, it turned out that Ukrainian banks need to increase their capital by more than 100 billion UAH. The level of bad loans in the banking system exceeded 50%.

According to the NBU, the largest losses last year were in PrivatBank (22.97 billion UAH), Prominvestbank (7.67 billion UAH) and VTB (4.1 billion UAH).

The crises accompanying the modern banking community are inevitable and arise periodically. Global crises have a major impact on the macroeconomic stability of countries, as evidenced by the situation in Ukraine and, as a result, considerably weaken the banking resource base, which adversely affects the financial performance of the banking system. Therefore, it is important for the NBU and the Verkhovna Rada of Ukraine to take preventive legislative, regulatory, and other measures aimed at stabilizing the work of the banking system in general and of individual banks in particular.

The implementation of the proposed measures will minimize the impact of negative factors in the short term and will create conditions for the accelerated development of the Ukrainian banking system in the future.

БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

THE BUDGET PROGRAM AS AN OBJECT OF STATE FINANCIAL AUDIT

УДК 336.04.117

Шевченко Н.В.
к.е.н.,
начальник управління
Управління Північно-східного офісу
Держаудитслужби в Сумській області

У статті розглянуто сутність бюджетної програми, узагальнено основні її елементи. Розглянуто фактори, які зумовлюють необхідність здійснення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм в Україні. Проаналізовано динаміку державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм за шість років.

Ключові слова: *бюджетна програма, державний фінансовий аудит, об'єкт, державний фінансовий контроль, бюджетний процес.*

В статье рассмотрена сущность бюджетной программы, обобщены основные ее элементы. Рассмотрены факторы, которые обусловливают необходимость осуществления государственного финансового аудита выполнения бюджетных программ в Украине. Проанализирована динамика государственного финансового аудита выполнения бюджетных программ за шесть лет.

Ключевые слова: *бюджетная программа, государственный финансовый аудит, объект, государственный финансовый контроль, бюджетный процесс.*

In the article, the essence of the budget program is considered, the main elements of the budget program are generalized; factors that determine the necessity of carrying out the state financial audit of execution of budget programs in Ukraine are considered; the dynamics of the state financial audit of implementation of budget programs for 6 years are analysed.

Key words: *budget program, state financial audit, object, state financial control, budget process.*

Постановка проблеми. В умовах сьогодення економне та раціональне використання коштів – одна з важливих проблем виконання державного бюджету країн усього світу. Особливо актуальна ця проблема для України, тому що нині проходить глобальне реформування усіх галузей економіки. Коли йдеться про економне та доцільне використання коштів, виникає необхідність в ефективному контролі над використанням цих коштів. Світова та національна практика свідчить, що державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм покликаний забезпечити ефективну перевірку витрачання бюджетних коштів. Проте сьогодні повністю не сформовано теоретичну і практичну базу цього виду державного фінансового контролю. Саме ці аспекти й зумовлюють актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Створення та розвиток державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм в Україні є предметом дослідження таких учених, як: Л.В. Дікань [2], О.В. Кожушко [5], Т.О. Крівцова [5], Ю.Б. Слободяник [6], Л.О. Сухарева [7], І.О. Шевченко [2] та ін. Незважаючи на достатній рівень наукових здобутків у досліджуваній сфері, ціла низка актуальних питань залишається не розкритою.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд теоретичних положень бюджетної програми як об'єкту державного фінансового аудиту. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: визначити сутність бюджетної програми; узагальнити основні елементи бюджетної програми; розглянути фактори, які зумовлюють необхідність здійснення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм в Україні; проаналізувати статистичні дані, які підтверджують значення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бюджетна система нашої держави перебуває у процесі становлення та пошуку свого варіанту ефективного управління державними програмами.

Головним інструментом стратегічного розвитку держави є ефективний бюджетний процес як основна складова частина державного бюджету. Ефективне використання бюджетних коштів та якісний контроль над цим процесом – головна ціль формування бюджетів.

Згідно з Бюджетним кодексом України, бюджетна програма – сукупність заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети, завдань та очікуваного результату, визначення та реалізацію яких здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій [1].

Ще одне визначення поняття «бюджетна програма» наведено в Концепції застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі, а саме бюджетна програма – систематизований перелік заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети і завдань, виконання яких пропонує та здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій [3].

Основою для формування бюджету за програмно-цільовим методом є паспорт бюджетної програми, в якому вміщено основні компоненти: мета програми, завдання програми, напрями діяльності та показники результативності. Паспорт бюджетної програми включає в себе також додаткову інформацію, зокрема про розпорядника коштів за програмою та головну мету його діяльності, відповідального виконавця, законодавчі підстави для реалізації програми та альтернативні шляхи здійснення програми.

Структура програми залишається незмінною з року в рік, але її мета, завдання та напрями діяльності можуть змінюватися відповідно до нових умов.

Для повного розуміння бюджетної програми необхідно розглянути всі елементи бюджетної програми, які наведено на рис. 1.

Як видно з рис. 1, робота з формування бюджетних програм починається з аналізу напрямів діяльності установи та визначення головної мети діяльності (місії). Практична робота передбачає також аналіз основних функцій (напрямів діяльності) установи та їх консолідацію у програмі. Процес визначення програм продовжується визначенням завдань, які виконуватимуться в рамках кожної програми, визначенням засобів їх досягнення та показників, які допоможуть оцінити досягнення запланованих цілей та виконання завдань.

Показники виконання бюджетної програми – кількісні та якісні показники, які характеризують результати виконання бюджетної програми, підтверджуються статистичною, бухгалтерською та іншою звітністю і дають можливість здійснити оцінку використання коштів на виконання бюджетної програми.

Мета програми має узгоджуватися з головною метою діяльності розпорядника коштів. Мета програми зазвичай може бути одна. Рідко зустрічаються випадки, коли у програми є кілька цілей. У такому разі вони встановлюються у порядку пріоритетності.

Мета бюджетної програми є соціально спрямованою, довгостроковою і не підлягає кількісному та якісному вимірам.

Завдання формулюються на рівні програми (підпрограми) і мають бути безпосередньо пов'язані з її метою. На відміну від цілей завдання підлягають вимірюванню, визначені кількісно і в часі. Вони також мають визначати конкретний результат діяльності установи.

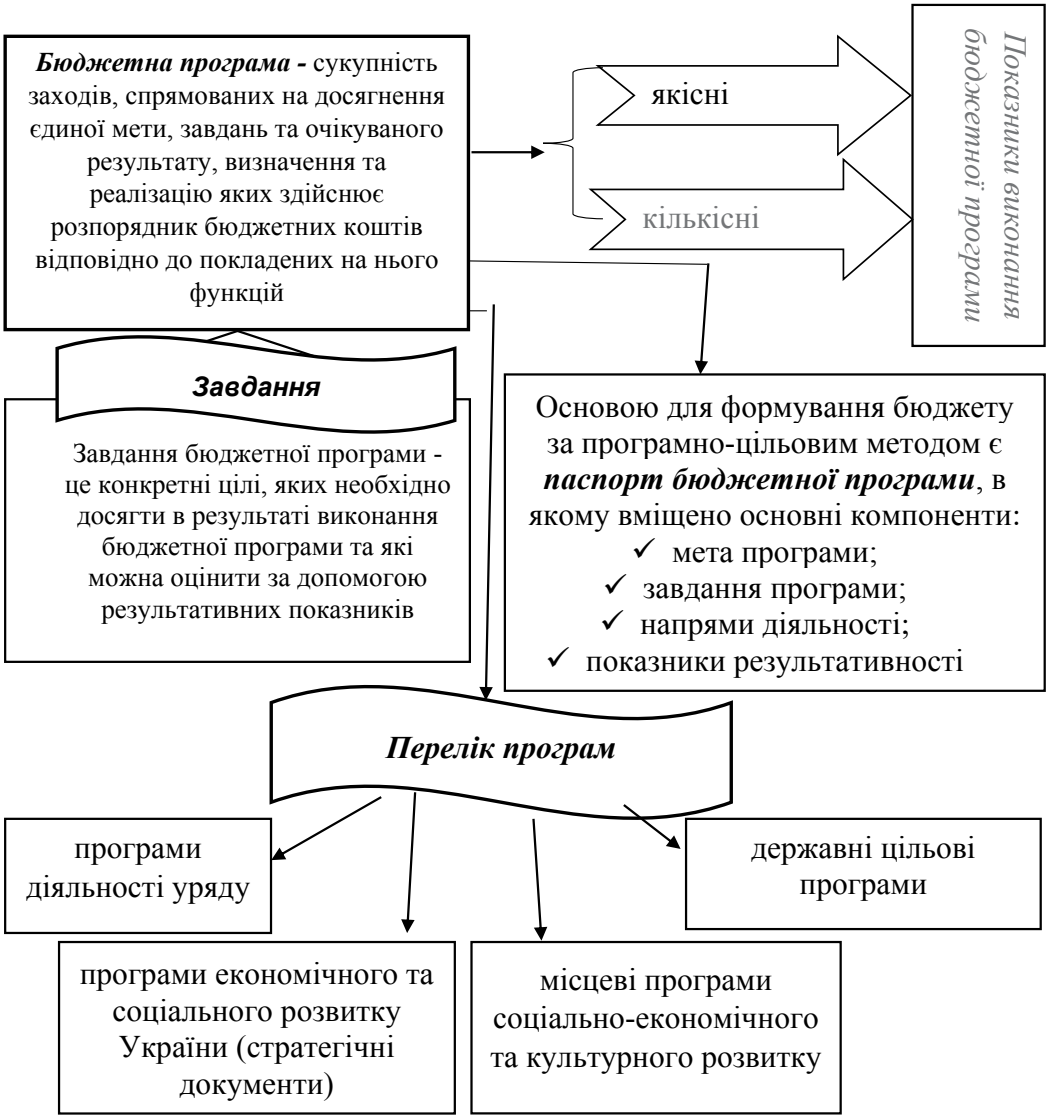


Рис. 1. Основні елементи бюджетної програми

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 2; 5]

Рис. 2. Фактори, які зумовлюють необхідність здійснення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм в Україні

Джерело: узагальнено автором за [2; 5–7]

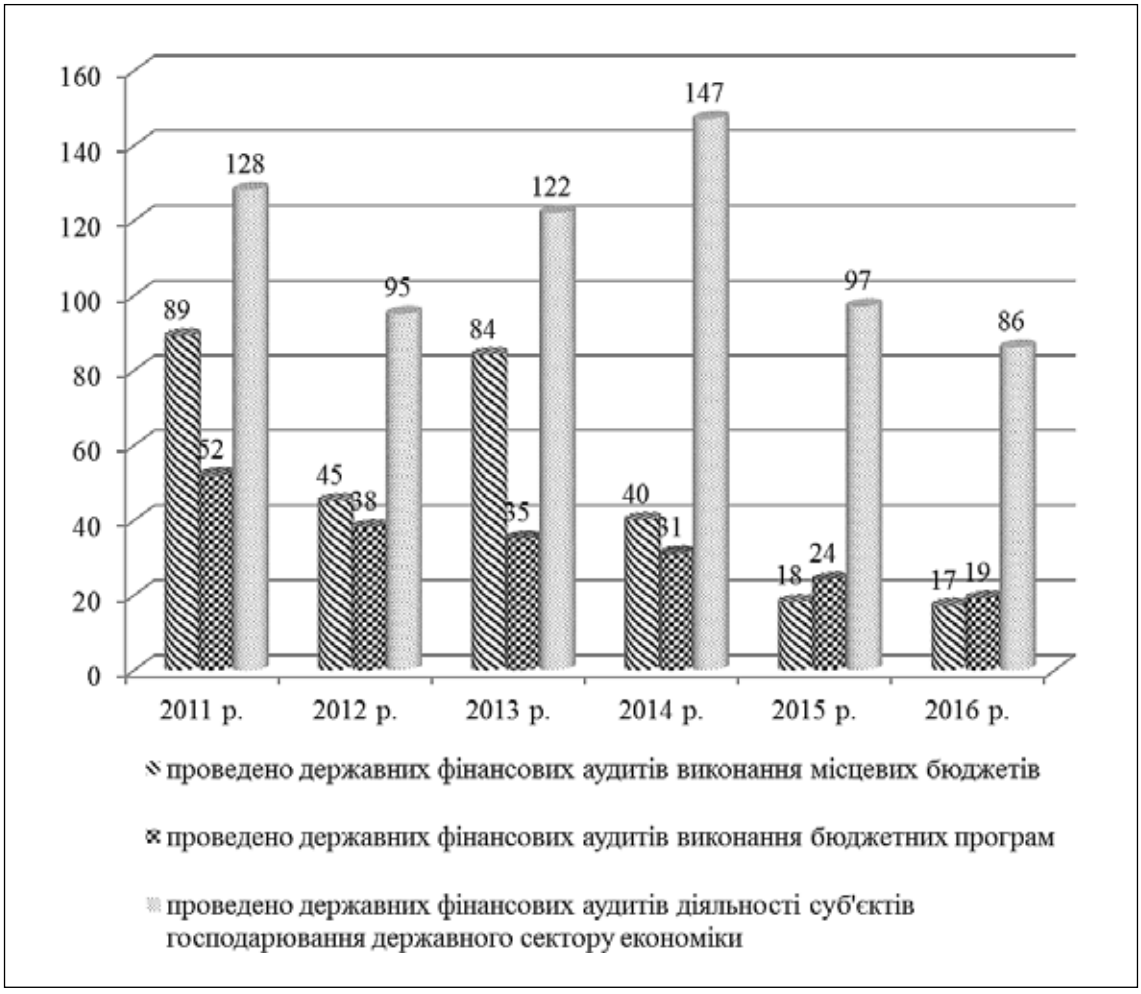


Рис. 3. Види державного фінансового аудиту, що здійснювався органами Держаудитслужби за період 2011–2016 рр.

Джерело: побудовано на підставі даних Держаудитслужби

Визначення напрямів діяльності означає, що для кожного завдання має бути розроблена стратегія його виконання, тобто дії та заходи, до яких вдаватиметься розпорядник коштів для виконання завдання.

У Стандартах з аудиту підкреслено, що перевіряти стан дотримання законів і нормативних актів особливо важливо у разі виконання державних програм, оскільки високі посадові особи мають знати, чи дотримуються закони та нормативні акти, чи результати таких програм відповідають їхнім цілям, а якщо ні, то які зміни необхідні.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 10.08.2004 № 1017, державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм – це форма державного фінансового контролю, яка спрямована на визначення ефективності використання бюджетних коштів для реалізації запланованих цілей та встановлення факторів, які цьому перешкоджають [4].

Необхідність здійснення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм в Україні зумовлена факторами які зображено на рис. 2

Значення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм підтверджується статистичними даними із цього питання. Що стосується державних фінансових аудитів виконання бюджетних програм, то їх кількість за 2011–2016 рр. скоротилася вдвічі (рис. 3).

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки: по-перше, в Україні існують фактори, які зумовлюють необхідність здійснення державного фінансового контролю виконання бюджетних програм; по-друге, державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм має бути ефективним, раціональним та систематичним й охоплювати всі види бюджетних програм; по-третє, для здійснення державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм в Україні створено мінімально необхідну правову базу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бюджетний кодекс України від 09.07.2010 № 2478-VI / URL: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17&p=1282847394309931.

2. Дікань Л.В., Шевченко І.О. Розвиток типології державного аудиту в міжнародній та національній практиці. Економіка розвитку. 2016. № 3(79).

3. Концепція застосування програмно-цільового методу в бюджетному процесі: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 вересня 2002 р. № 538-р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua.

4. Постанова № 1017 «Про затвердження Порядку проведення Державною аудиторською службою, її міжрегіональними територіальними органами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм». URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D0%BF.

5. Реформування фінансового контролю в Україні : проблемні питання та напрями їх вирішення: монографія / Л.В. Дікань, О.В. Кожушко, Т.О. Крівцова та ін.; за заг. ред. канд. екон. наук, проф. Л.В. Дікань. Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 220 с.

6. Слободяник Ю.Б. Формування системи державного аудиту в Україні: монографія. Суми: ФОП Наталуха А.С., 2014. 321 с.

7. Сухарева Л.О., Федченко Т.В. Державний аудит ефективності: системність, організація, методика: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. 289 с.

REFERENCES:

1. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy vid 09.07.2010 r. No. 2478-VI (zi zminamy) [Elektronnyi resurs]: Ofitsiinyi sait Verkhovnoi rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2456-17&p=1282847394309931.

2. Dikan L. V., Shevchenko I. O. (2016) Rozvytok typolohii derzhavnoho audytu v mizhnarodnii ta natsionalnii praktytsi [The development of a typology of state audit in the international and national practice]. Economics of Development vol. 79, no. 3, pp 34- 40.

3. Kontseptsiia zastosuvannia prohramno-tsilovoho metodu v biudzhetnomu protsesi: rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 14.09.2002 r. No. 538-r [Elektronnyi resurs]: Ofitsiinyi sait Verkhovnoi rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua

4. Postanova No. 1017 Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia Derzhavnoiu audytorskoiu sluzhboiu, yii mizhrehionalnymy terytorialnymy orhanamy derzhavnoho finansovoho audytu vykonannia biudzhetnykh prohram [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D0%BF

5. Dikan L. V., Kozhushko O. V., Krivtsova T. O., Ponikarov V. D., Voinova T. S., Multanivska T. V., Deineko Ye. V., Bondarenko O. O., Butenko K.V., Kalinkin D. V., Vladimirova N. P., Shevchenko I. O. (2015) Reformuvannia finansovoho kontroliu v Ukraini: problemni pytannia ta napriamy yikh vyrishennia [Reforming financial control in Ukraine: problem issues and directions for their solution]. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia. (in Ukrainian)

6. Slobodianyk Yu. B. (2014) Formuvannia systemy derzhavnoho audytu v Ukraini [Formation of the system of state audit in Ukraine]. Sumy: FOP Natalukha A.S. (in Ukrainian)

7. Sukhareva L. O., Fedchenko T. V. (2013) Derzhavnyi audyt efektyvnosti: systemnist, orhanizatsiia, metodyka [Efficiency state audit : systematicity, organization, methods] Donetsk: DonNUET. (in Ukrainian)

Shevchenko N.V.
Candidate of Economic Sciences,
Head of Department
Office of the Northeast Office
State Audit Service in the Sumy region

THE BUDGET PROGRAM AS AN OBJECT OF STATE FINANCIAL AUDIT

In today's conditions, economical and rational use of funds is one of the most important problems of the implementation of the state budget of countries around the world. This problem is especially relevant for Ukraine, as global reform of all sectors of the economy is currently underway. When it comes to the economical and expedient use of funds, there is a need for effective control over the use of these funds. The world and national practice shows that the state financial audit of budget program implementation calls for the effective control over the spending of budget funds. However, today the theoretical and practical basis of this type of state financial control has not been completely formed. It is these aspects that determine the relevance of the research topic.

The purpose of the study is to consider the theoretical provisions of the budget program as an object of the public financial audit. For a full understanding of the budget program, it is necessary to consider all elements of the budget program. The work on budgeting programs begins with an analysis of directions of the institution's activities and the definition of the main objective of the activity (mission). Practical work also involves analysing the main functions (directions) of the institution and consolidating them into the program.

The Audit Standards emphasize that checking compliance with laws and regulations is especially important in cases where government programs are implemented, as high-level officials must know whether laws and regulations are in place or whether the results of such programs are in line with their objectives and, if not, what changes are needed.

The value of the state financial audit of budget programs implementation is confirmed by statistical data on this issue. As for public financial audits on budget program implementation, their number for 2011–2016 has been halved. Summing up the above, the following conclusions can be drawn: firstly, there are objective factors in Ukraine that necessitate the implementation of state financial control over the implementation of budget programs; and secondly, such controls should be systematic and cover all types of budget programs; thirdly, in order to implement the state financial control over the implementation of budget programs, a minimum legal basis was created in Ukraine.

РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ ЯК ГАРАНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

ORGANIZATION OF ANALYTICAL WORK AS GUARANTOR OF EFFICIENT ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

УДК 657. 3

Глазко Н.Д.
асистент кафедри аналізу та статистики
Вінницький національний аграрний університет

У статті надано організаційно-управлінську структуру сільськогосподарського підприємства. Визначено особливості проведення аналітичної роботи на підприємстві для здійснення ефективної діяльності. Проведення аналітичної роботи дає змогу передбачити вплив факторів, ризиків, правильно вибрати та прийняти управлінське рішення. Надано результати діяльності аграрних підприємств на основі статистичних даних. Аналітичний процес дає змогу спрогнозувати розвиток підприємства на майбутнє.
Ключові слова: *аналітична робота, структура, сільськогосподарське підприємство, діяльність, результати, управлінське рішення, аграрна сфера.*

В статье дана организационно-управленческая структура сельскохозяйственного предприятия. Определены особенности проведения аналитической работы на предприятии для осуществления эффективной деятельности. Проведение аналитической работы дает возможность предусмотреть влияние факторов, рисков, правильно выбрать и принять управленческое решение. Представлены результаты деятельности аграрных предприятий на основе статистических данных. Аналитический процесс позволяет спрогнозировать развитие предприятия на будущее.
Ключевые слова: *аналитическая работа, структура, сельскохозяйственное предприятие, деятельность, результаты, управленческое решение, аграрная сфера.*

The article gives the organizational and managerial structure of the agricultural enterprise. Peculiarities of carrying out analytical work at the enterprise for the realization of effective activity are determined. The carrying out of analytical work allows predicting the influence of factors, risks, choosing the right decision and making a management decision. The results of activity of agrarian enterprises on the basis of statistical data are given. The analytical process allows predicting the development of the enterprise for the future.
Key words: *analytical work, structure, agricultural enterprise, activity, results, management decision, agrarian region.*

Постановка проблеми. На основі інформаційних джерел відбувається проведення аналізу фінансового стану для виявлення резервів та підвищення ефективності діяльності підприємства. При цьому методи та групи показників дають можливість виявлення відхилень, моделювання і усунення негативних тенденцій, причин банкрутства, що поліпшить господарський результат суб'єкта. Періодичність здійснення аналітичної роботи дасть змогу передбачити максимальну кількість впливу факторів і пов'язаних із ними ризиків, що поліпшить рентабельність підприємства.

Ефективність діяльності, інвестиційна привабливість, займання вищого сегменту на ринку серед конкурентів вимагають постійного реформування та оновлення методів аналізу в сучасних ринкових умовах.

Сьогоднішні умови вимагають здійснення аналітичних процесів, застосування певних методів фінансового та господарського, економічного аналізу, які повинні постійно вдосконалюватися, зумовлюють пошук резервів витрат, а це корегує цінову політику, зміна іншого продукту чи виробництва, організація збуту регулюють попит та пропозицію та поліпшення якості продукції і прийняття певного рішення в управлінні підприємством. Здійснення аналізу формує інформаційні дані, які дають змогу передбачити позитивні і негативні сторони певних процесів та в подальшому здійснити планування і передбачити вибраний певний напрям розвитку господарюючого суб'єкта.

Все це дасть змогу ефективніше працювати в конкурентних умовах.

Що стосується сільськогосподарських підприємств, то вони сьогодні на основні аналітичних процедур повинні постійно слідкувати за цінами на свою продукцію, це буде впливати на асортимент і обсяг продукції в подальшому та регулювати управлінські дії за реалізаційними цінами, що спонукає до пошуку нових покупців.

Аналітична робота на сільськогосподарському підприємстві повинна займати значне місце і бути своєрідним процесом у господарській діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені, які вивчали проблеми обліково-аналітичної роботи, яка необхідна для управління підприємствами: А. Бородкіна, Б. Валуєва, П. Герасим, І. Давидович, А. Загородній, Л. Нападовська, А. Шатохіна.

Проблеми організації та методики оперативного аналізу діяльності сільськогосподарських підприємств досить докладно висвітлено в монографії Т. Ковальчук [3, с. 50].

Авторами, які висвітлили у своїх працях підготовку обліково-аналітичних кадрів, є: О.В. Вітренко, Л.В. Гнилицька, С.Ф. Голов, Т.В. Давидюк, В.М. Жук, С.Я. Зубілевич, В.Б. Івашкевич, С.В. Калабухова, Г.Г. Кірейцев, В.М. Метелиця, В.К. Савчук, В.В. Сопко, Л.В. Чижевська та ін.

Г.Г. Кірейцев наголошував, що бухгалтер як фінансовий аналітик завжди отримує економічну інформацію про суспільно-корисну діяльність підприємницької структури. Він спостерігає, вимірює, відображає та систематизує первинні дані про факти господарського життя, класифікує і перетворює їх в інформаційні моделі окремих економічних об'єктів, що приймають участь у процесах відтворення. У ході подальшого аналізу й у результаті узагальнення бухгалтерської інформації він створює економічну модель підприємницької структури [1, с. 187].

В.К. Савчук стверджує, що важливим суб'єктом розвитку вітчизняного аграрного сектору є фахівці з бухгалтерського обліку, які створюють основу інформаційного середовища для управлінського впливу на господарські процеси реальної економіки. Особливого значення набуває аналітичний складник інформаційного середовища, яке повинно бути адекватне сучасним вимогам її динамічного розвитку, наростання ризику і невизначеності в реалізації стратегії розвитку суб'єктів господарювання, що зумовлює необхідність створення нової методології економічного аналізу для формування професійних знань з урахуванням сучасних викликів [1, с. 187].

Вітчизняні та зарубіжні науковці, які вивчали методику аналізу господарської діяльності необхідну для оцінки результатів діяльності та прийняття управлінських рішень: І.Д. Білоус, О.А. Лаговська, В.В. Лук'янова, Л.М. Малярець, О.О. Осадча, А.Ю. Перетятько, І.Ф. Поліщук, Ф. Серкович, Т. Хіндл, А.В. Штереверя [4, с. 211].

В умовах динамічності умов господарювання та управлінських процесів масштаби застосування аналітичних процедур, індивідуальність підходів постійно зростають, що зумовлює появу нових проблем в аналітичному забезпеченні процесу управління, з'являються ризики неоптимального прийняття управлінського рішення [4, с. 211].

Л.М. Малярець та А.В. Штереверя визначають, що необхідність удосконалення методичних підходів до оцінки діяльності підприємства зумовлена зміною не тільки сфер діяльності підприємства, а й зміною внутрішніх й зовнішніх умов його функціонування. Підприємство слід розглядати як окремий економічний об'єкт, який має певну структуру, механізми та мету управління, також повинен здійснювати аналітичну роботу на основі отриманої інформаційної бази [4, с. 212].

А.Ю. Перетятько вбачає ефективне виконання функцій аналізу за умови його впливу на обґрунтування оптимальних управлінських рішень, оскільки аналіз фінансово-господарської діяльності допомагає встановити й оцінити вплив факторів на прийняття рішень [4, с. 212].

Вчені, які розглядають та визначають особливості вдосконалення аналітичного забезпечення й управління: Н.С. Барабаш, А.В. Бєлов, Є.В. Вербін, С.М. Галузіна, О.Д. Гудзинський, М.П. Денисенко, В.Г. Козак, І.В. Колос, В.О. Новак, Л.Г. Макаренко, М.Т. Луцький, Є.М. Палига, О.В. Пархоменко, Т.М. Пахомова, З.М. Яремко та ін. [6, с. 329].

Враховуючі різні погляди науковців, все ще залишаються не повністю розкриті аспекти ефективної взаємодії стратегії розвитку підприємства та формування процесу аналітичної роботи в сучасних ринкових умовах на сільськогосподарських підприємствах відповідно до їх організаційної структури.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення отриманих результатів діяльності сільськогосподарського підприємства на основі здійснення аналітичної роботи, яка забезпечує ефективність господарювання та надає можливості спланувати розвиток на перспективу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодення характерне тим, що управління підприємством неможливо здійснити без передбачення та аналітичної роботи, що призводить до ефективності та поліпшення результату діяльності. При цьому управління відбувається на основі отриманих та опрацьованих даних.

У складних конкурентних умовах, де є нестабільність економічних процесів, необхідно передбачати більшість негативних чинників, щоб скорегувати діяльність господарюючого суб'єкта та прийняти правильне оптимальне рішення для управління. Здебільшого це корегування витрат, обсягу продукції, оновлення матеріально-технічної бази та пошук надійних і вигідних покупців.

Для аналізу фінансово-господарської діяльності переважно обчислюється система показників фінансового стану на основі даних фінансової та статистичної звітності підприємства.

Проведення аналізу фінансового стану дає змогу вивчати вплив факторів, проводити обрахунки, виявляти недоліки, оцінювати роботу всіх структурних підрозділів та прогнозувати розвиток та роботу підприємства в подальшому, формувати бізнес-перспективу.

Аналіз фінансового стану певного об'єкта дослідження поділяють на внутрішній і зовнішній. Зовнішній аналіз необхідний для зовнішніх суб'єктів: інвесторів, постачальників, контролюючих органів, банківських установ, страхових компаній, інших контрагентів, з якими співпрацює підприємство на основі інформаційних даних. Його основна мета – можливість вигідно вкласти кошти, співпрацювати, щоб збільшити прибуток, знизити витрати [5, с. 166].

Внутрішній аналіз необхідний для потреб управління підприємством, він збирає інформацію щодо надходження і розподілу власних і позикових коштів для функціонування підприємства.

Даний аналіз забезпечує ефективність прийняття управлінських рішень відповідно до діяльності та мети підприємства. Основою для внутрішнього аналізу є такі цілі для господарства:

– лідерство (виживання) в конкурентному середовищі, займання певного місця на ринку;

– стабільні та підвищені темпи зростання економічного потенціалу;

– задоволення потреб клієнтів;

– мінімізація витрат та ін. [5, с. 167].

У ринковому середовищі, яке носить постійні зміни, стратегія діяльності дає змогу знайти оптимальне рішення та збільшити фінансовий результат господарювання підприємства. Внутрішній аналіз має більше джерел внутрішньої інформації, яка є більш деталізованою та надає можливість швидкого отримання.

Під час побудови аналітичної роботи повинні враховуватися галузь, вид діяльності, що істотно буде впливати на цілі підприємства.

Аналітичне забезпечення – це система збору даних, що передбачає групування інформації в потрібному розрізі для потреб управління, складання бухгалтерської й аналітичної звітності [2, с. 212]. Цей процес дає змогу зібрати аналітичні дані, що надають розширену інформацію про певний об'єкт, вона обробляється і дає певні відповіді для стратегічного управління, враховує найбільшу кількість негативних чинників.

Отже, аналітичне забезпечення є безперервним процесом підтримки управлінських рішень за допомогою певних організаційно-технологічних процедур, інформаційних систем та рівня кваліфікації фахівців обліково-аналітичного апарату, які здійснюють обробку даних та вміють швидко орієнтуватися у змінах конкурентного середовища та бізнесу [2, с. 212].

Аналітичне забезпечення процесу управління підприємством включає в себе такі види джерел:

1) нормативну інформацію;

2) облікову інформацію;

3) аналітичну інформацію;

4) виробничо-господарську інформацію [2, с. 212].

Процес здійснення аналітичного забезпечення підприємств складається з таких етапів:

– організаційно-планові заходи;

– збір та обробка інформації, отримання цифрової і контекстної інформації;

– підготовка і первинне опрацювання аналітичних матеріалів;

– поширення інформації;

– отримання зворотного зв'язку;

– складання прогнозу;

– приймання найбільш ефективного управлінського рішення [2, с. 212].

Аналітична робота є своєрідною та особливою, повинна виконувати поставлені цілі, враховуючі зміни в економічних процесах, особливості діяльності підприємства та завдання керівників. Інформацію, яку отримують у результаті аналітичних процесів, необхідно чітко доносити до керівників підрозділів та власників господарюючого суб'єкта.

Головним завданням аналітичної роботи в сучасних умовах є формування рішень щодо управління, створення стратегії планування для усунення негативних факторів та підвищення прибутковості підприємства.

Представимо відділи організаційно-управлінської структури підприємства (рис. 1).

Залежно від виду діяльності, сфери та розмірів господарства аналітична робота здійснюється або окремим створеним підрозділом, або керівниками функціонуючих підрозділів, якщо аналітичний відділ відсутній. Сільськогосподарська галузь буде мати свої особливості і може створювати запропоновані відділи (рис. 1). Враховуючі кількість підрозділів, буде розподілятися аналітична процедура, за необхідності відділи можуть об'єднуватися, тоді більше відповідальності припадає на завідуючими відділами. Наприклад, бухгалтерія може бути скомпонована з економічним відділом, відділ менеджменту – з відділами маркетингу та збуту і т. д. Керівники підрозділів повинні мати відповідну кваліфікацію, орієнтуватися у змінах законодавства та слідкувати за економічними умовами, все це дасть змогу здійснювати управління та надавати інформацію для прийняття управлінських рішень керівникові.

Аналітичну роботу на підприємстві можуть здійснювати відповідні фахівці (аналітики) чи керівники створених підрозділів. Цей процес призводить до конкурентних переваг певного господарства і збільшить його рентабельність, у подальшому дасть змогу вийти на світовий ринок.

Відповідальні за збір, обробку, аналіз і зберігання різних інформаційних ресурсів на основі розвинутої інформаційної системи і новітніх технологій, формування висновків є Business Intelligence (бізнес-аналітики) [1, с. 188].

Зовсім недавно аналітична діяльність стала розглядатися як самостійний вид професійної діяльності. Саме в корпораціях відкриваються аналітичні служби, посади професійних аналітиків.

Аналітична служба – це методологічне, організаційне та технологічне забезпечення індивідуальної і колективної розумової діяльності, що дає змогу ефективно обробляти інформацію для вдосконалення якості наявних і придбання нових знань, а також підготовки інформаційної бази для прийняття оптимальних управлінських рішень [1, с. 189].

Рівень знань аналітика має бути набагато ширшим, ніж на інших посадах, використовуючи нау-

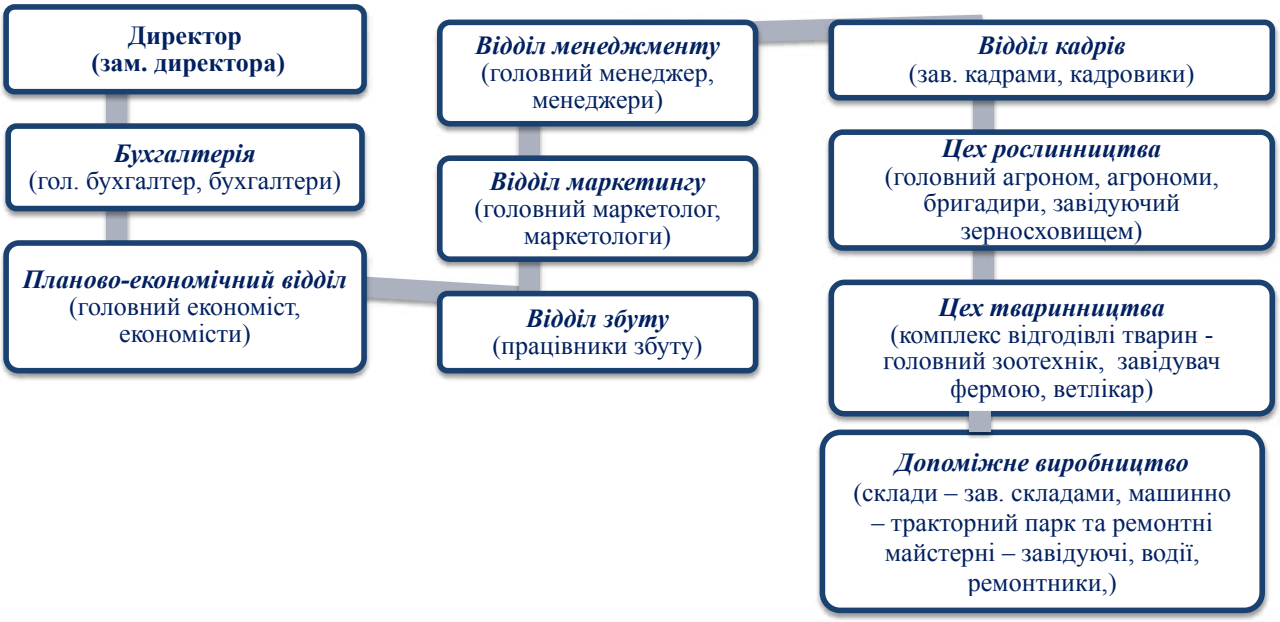


Рис. 1. Організаційно-управлінська структура сільськогосподарського підприємства

Джерело: сформовано автором

кові та нормативні підходи для прийняття управлінських рішень.

В.К. Савчук стверджує, що фахівці з обліку та аналізу повинні вміти збирати, накопичувати, обробляти, передавати інформацію про діяльність суб'єкта господарювання; передбачати перспективу розвитку підприємства з урахуванням досягнутого рівня виробництва і реальних можливостей, повнішого задоволення запитів ринку; підпорядкувати цілі й функції підсистем (виробничих підрозділів і служб) досягненню цілей системи (підприємства) у цілому; підтримувати збалансованість розвитку підприємства, за якого передбачається як єдиний процес поліпшення виробничої діяльності, соціальний клімат колективу, рівномірне природокористування, розширення стратегічної зони господарювання, підвищення конкурентного статусу тощо; створювати систему показників, індикаторів та критеріїв, які б найповніше характеризували нові суспільні явища і соціально-еколого-економічні процеси; систематизувати причини зміни чинників розвитку підприємства для найповнішого їх вивчення і розроблення механізмів зміни якісно-кількісних його параметрів і створення передумов для бажаних змін; підбирати методи, прийоми і методики, які б давали змогу з найменшими затратами часу і коштів високоякісно вивчати аналізований об'єкт як систему; формувати джерела даних, які б давали змогу досить повно й адекватно моделювати явища, процеси, результати і давали можливість об'єктивно і своєчасно оцінювати стан і передбачати майбутні зміни аналізованого об'єкта [1, с. 189].

Інші вчені визначають, що аналітик – це фахівець із логічним типом мислення, здатний до аналізу і синтезу інформації, що володіє відмінною пам'яттю, вмінням деталізувати, здатний виділяти з великого інформаційного потоку необхідну інформацію, те, що допоможе сформувати висновки [1, с. 190].

Отже, аналітик використовує різні методи аналізу, які можуть змінюватися з розвитком. Він повинен бездоганно володіти знаннями у певній сфері (наприклад, сільському господарстві) й на основі проведеної аналітичної роботи за допомогою різних методів вирішувати певні поставлені завдання і моделювати подальший розвиток сільськогосподарського підприємства, іноді навіть використовуючи креативні підходи.

Аналіз (analyticum) у перекладі з латинської означає «той, хто розбирає, розкладає на складові частини» [1, с. 190].

З логічного погляду аналіз (результати від застосування аналітичних процедур; формування аналітичного забезпечення) – це вимога управлінського процесу, засіб вибору варіанту управлінського рішення з множини альтернатив та необхідність оцінки досягнення стратегічних цілей [4, с. 213].

Отримані дані аналітичних розрахунків дають змогу отримати результат у графічному виразі (таблиці, графіки, рисунки і т. д.), досить швидко побачити певний результат. Аналітична робота сільськогосподарського підприємства повинна враховувати розвиток науково-технічного прогресу, кон'юнктуру ринку (попит і пропозицію, конкурентні умови), зміну нормативної бази, особливості збуту та проводити планування діяльності для підвищення фінансового результату.

Вдало проведена аналітична робота галузі сільського господарства поліпшує результати підприємств даного сектору.

Розглянемо особливості ведення сільського господарства у Вінницькій області за 2016–2017 рр.

За попередніми даними, індекс сільськогосподарської продукції у 2017 р. порівняно з 2016 р. становив 97,3%, у т. ч. у сільськогосподарських підприємствах – 96,1%, у господарствах населення – 98,8%.

Індекс продукції рослинництва порівняно з 2016 р. становив 96,4%, у т. ч. у сільськогосподарських підприємствах – 94,8%, у господарствах населення – 98,9% [7].

У 2017 р. виробництво зернових і зернобобових культур становило 61,3 млн. т (у вазі після доробки), що на 7,3% менше порівняно з 2016 р., із них пшениці – 26,1 млн. т (на 0,3% більше), кукурудзи на зерно – 24,1 млн. т (на 14,1% менше), ячменю – 8,3 млн. т (на 12,3% менше), зернобобових культур – 1,2 млн. т (на 41,1% більше). Середня врожайність зерна становила 42,3 ц з 1 га (на 8,2% менше).

Виробництво соняшника становило 12,2 млн. т (у вазі після доробки), що на 10,7% менше порівняно з 2016 р., сої – 3,9 млн. т (на 9,0% менше), буряків цукрових фабричних – 14,5 млн. т (на 3,4% більше), ріпаку – 2,2 млн. т (в 1,9 рази більше).

Господарствами всіх категорій зібрано 22,2 млн. т картоплі (на 2,1% більше, ніж у 2016 р.), 9,3 млн. т овочів (на 1,5% менше), 2,0 млн. т плодоягідної продукції (на 1,7% більше), 403 тис. т винограду (на 6,8% більше) [7].

Індекс продукції тваринництва в 2017 р. порівняно з 2016 р. становив 99,6%, у т. ч. у сільськогосподарських підприємствах – 100,6%, господарствах населення – 98,7% [7].

Визначимо особливості виробництва продукції сільськогосподарськими підприємствами України за 2016 р. (рис. 2).

Дані рис. 2 показують, що переважає продукція рослинництва, оскільки виробництво продукції тваринництва є досить затратним і результат діяльності вимагає більше часу, ніж у рослинництві.

Проаналізуємо зміни виробництва сільськогосподарської продукції України за 2014–2016 рр., визначимо особливості (рис. 3).

Виробництво в 2014 р. збільшилося на 2,2% порівняно з 2013 р., у 2015 р. спостерігалося різке зниження (-4,8%), у 2016 р. відбулося збільшення на 6,3% порівняно з 2015 р. Причинами такої ситуації є: зміна законодавства; інфляційні про-

Рис. 2. Структура продукції сільського господарства України за 2016 р., % [8]

Рис. 3. Приріст (зниження) виробництва сільськогосподарської продукції за 2014–2016 рр. в Україні [8]

Таблиця 1

Основні показники діяльності сільськогосподарських підприємств України за 2014–2016 рр.

№ п/п	Показники	Роки			Відхилення	
		2014	2015	2016	абсолютне (+,-)	відносне (%)
1.	Чистий прибуток (збиток), млн. грн.	21413,4	101912,2	89330,8	67917,4	417,2
2.	Рівень рентабельності від операційної діяльності,%	21,4	43	32,7	11,3	152,8

Джерело: складено за [9]

цеси; зростання цін ресурси та надані послуги; збільшення курсу іноземної валюти до національної; політична ситуація; відсутність достатньої кількості кваліфікованих фахівців відповідного напряму та програм фінансування з місцевого та державного бюджетів; виснаженість сільськогосподарських угідь певних територій та ін. Усе це призводить до підвищення собівартості продукції.

Охарактеризуємо результати діяльності сільськогосподарських підприємств України за 2014–2016 рр. Для підвищення діяльності підприємств даної галузі необхідно постійно розробляти ефективну систему управління, вдосконалювати податкове законодавство. За даний період підприємства почали працювати більш стабільно за рахунок високих позицій щодо експорту продукції рослинництва.

У 2016 р. порівняно з 2014 р. чистий прибуток підприємств агарної сфери збільшився на 67 917,4 млрд. грн., або майже в 4,2 рази, відповідно рентабельність зросла на 52,8% (табл. 1).

На жаль, ціна на сільськогосподарську продукцію є досить нестабільною, і виробники не мають значного впливу на неї, тому єдиний вихід – необхідність контролю витрат, привабливість інвесторів. Усе це має значний вплив ще й на отримання прибутку.

Висновки з проведеного дослідження. Здійснення аналітичної роботи за допомогою фінансового аналізу дає можливість визначити ризики, фактори впливу, причини, сформувати висновки отриманих та обрахованих результатів, прийняти найбільш вигідне рішення, стратегію управління. Аналітичні процедури дають змогу визначити пріоритетні цілі діяльності підприємства, фінансово-економічні можливості, позицію на ринку, відносини з постачальниками та покупцями, рівень ефективності та пошук резервів, моделювання господарювання підприємства в перспективі.

Ефективність здійснення аналітичної роботи залежить від джерел (внутрішніх і зовнішніх) та виду (аналітичної і синтетичної) отриманої інформації на підприємстві.

Аналітики повинні вивчати досить деталізовано галузь сільського господарства, орієнтуватися в проблемах розвитку даної сфери та вміти використовувати певні методи, здійснювати узагальнення даних після обробки інформації.

Аналітична робота характерна визначенням стратегічного управління, вибором найбільш оптимального рішення на майбутнє, що дає змогу підвищити результати сільськогосподарських підприємств, адаптуватися до нових умов та перспектив.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бруханський Р.Ф., Пуцентейло П.Р. Формування системи професійної підготовки бухгалтера-аналітика. Інноваційна економіка. 2016. № 5–6. С. 187–198. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_34/.
2. Гуменюк О.О. Функціонування аналітичного забезпечення діяльності підприємства. Сталий розвиток економіки. 2015. № 3. С. 212–216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_32.
3. Журавльова Т.В. Розвиток системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством. Інвестиції: практика та досвід. 2011. № 11. С. 50–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_11_14.
4. Попова В.Д. Проблеми аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства. Інноваційна економіка. 2016. № 3–4. С. 211–215. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_3-4_36.
5. Саліта С.В. Пріоритети фінансового аналізу діяльності підприємств в умовах фінансової кризи. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2014. № 8. С. 164–171. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUNU_2014_8_31.
6. Яремко З.М. Модель бізнес-аналітики підприємства в контексті стратегічного управління. Інноваційна економіка. 2013. № 3. С. 328–333. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_3_76.
7. Сайт Державної служби статистики України. Соціально-економічне становище України. Соціально-економічне становище України за 2017 рік. Сільське господарство. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/soc_ek/2017/publ_01_2017_u.html.
8. Статистичний щорічник України, 2016 р. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm.
9. Комплексні статистичні публікації. Статистичний щорічник України. Статистичний збірник «Україна у цифрах», 2016 р. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm.

REFERENCES:

1. Brukhanskyi, R.F. (2016), Formuvannia systemy profesiinoi pidhotovky bukhhaltera-analityka [Formation of the system of professional training of accountant-analyst] [Elektronnyi resurs] / R. F. Brukhanskyi, P. R. Putsenteilo // Innovatsiina ekonomika – Innovative econ-

omy, no 5-6, pp. 187-198. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_34/ [in Ukrainian].

2. Humeniuk, O.O. (2015), Funktsionuvannia analitychnoho zabezpechennia diialnosti pidpryiemstva [Functioning of analytical support of the enterprise activity] [Elektronnyi resurs] / O. O. Humeniuk // Stalyi rozvytok ekonomiky – Sustainable development of the economy, no 3, pp. 212-216. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_32 [in Ukrainian].

3. Zhuravlova, T.V. (2011), Rozvytok systemy oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia pidpryiemstvom [Development of the system of accounting and analytical support of enterprise management] [Elektronnyi resurs] / T. V. Zhuravlova // Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience, no 11, pp. 50-52. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_11_14 [in Ukrainian].

4. Popova, V.D. (2016), Problemy analizu finansovo-hospodarskoi diialnosti pidpryiemstva [Problems of the analysis of financial and economic activity of the enterprise] [Elektronnyi resurs] / V. D. Popova // Innovatsiina ekonomika. – Innovative economy, no 3-4, pp. 211-215. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_3-4_36 [in Ukrainian].

5. Salita, S.V. (2014), Priorytety finansovoho analizu diialnosti pidpryiemstv v umovakh finansovoi kryzy [Priorities of financial analysis of enterprises in the conditions of the financial crisis] [Elektronnyi resurs] / S. V. Salita // Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia -Bulletin of the Volodymyr Dahl East-Ukrainian National University, no 8, pp. 164-171. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUNU_2014_8_31 [in Ukrainian].

6. Iaremko, Z.M. (2013), Model biznes-analityky pidpryiemstva v konteksti stratehichnoho upravlinnia [Business intelligence model of the enterprise in the context of strategic management] [Elektronnyi resurs] / Z. M. Yaremko // Innovatsiina ekonomika – Innovative economy,no 3, pp. 328-333- Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_3_76 [in Ukrainian].

7. Sait Derzhavnoi Sluzhby Statystyky Ukrainy. Sotsialno-ekonomichne stanovyshche Ukrainy. Sotsialno-ekonomichne stanovyshche Ukrainy za 2017 rik. Silske hospodarstvo. [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: https://ukrstat.org/uk/druk/soc_ek/2017/publ_01_2017_u.html [in Ukrainian].

8. Kompleksni statystychni publikatsii. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy. Zbirnyk “Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy”, 2016. [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm [in Ukrainian].

9. Kompleksni statystychni publikatsii. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy. Statystychnyi zbirnyk “Ukraina u tsyfrakh”, 2016. [Elektronnyi resurs] Rezhym dostupu:http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htmin[in Ukrainian].

Glazko N.D.
Assistant Lecturer at Department of Analysis and Statistics
Vinnytsia National Agrarian University

ORGANIZATION OF ANALYTICAL WORK AS GUARANTOR OF EFFICIENT ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The profit is characterized by the fact that it is not possible to manage an enterprise without prediction and analytical work, which leads to efficiency and improvement of the results of the activity. In this case, management takes place on the basis of received and processed data.

In difficult competitive conditions, where instability of economic processes is present, it is necessary to envisage the majority of negative factors in order to adjust the activities of the economic entity and to make the right optimal decision for management. In most cases, this is a correction of costs, volume of production, updating the material and technical base, and finding reliable and profitable buyers.

In the vast majority of cases, for the analysis of financial and economic activity, the system of indicators of the financial state is calculated on the basis of financial and statistical data of the enterprise.

The analysis of the financial status enables to study the influence of factors, conduct calculations, identify shortcomings, evaluate the work of all structural units and predict the future development and operation of the enterprise, and shape the business perspective.

The main task of analytical work in modern conditions is the formation of management decisions, the creation of a planning strategy to eliminate negative factors and increase the profitability of the enterprise.

Depending on the type of activity, scope and size of the economy, the analytical work is carried out either by a separate created unit or by the heads of the operating units, if the analytical department is absent. The agricultural sector will have its own peculiarities and can create certain divisions.

The obtained data of analytical calculations allow obtaining the result in a graphical expression (tables, graphs, drawings, etc.), which gives a clear view of a certain result quickly enough. The analytical work of an agricultural enterprise should take into account the development of scientific and technological progress, market conditions (supply and demand, competitive conditions), changes in the legislative framework, marketing features, and conduct planning activities to achieve an increase in financial results.

Unfortunately, the price of agricultural products is rather unstable and producers do not have a significant impact on it, so the only solution is the need to control costs, the attractiveness of investors, all this has a significant impact on profits.

Analytical work through financial analysis provides the opportunity to determine the risks, factors of influence, causes, forms the conclusions of the received and calculated results, adopts the most advantageous solution, the strategy of management.

Analytical procedures allow identifying the priority objectives of the enterprise, financial and economic opportunities, the position on the market, relations with suppliers and buyers, the level of efficiency and the search for reserves, modelling enterprise management in the long run.

Analysts should study the branch of agriculture in a rather detailed way, orient themselves in the problems of development of this sphere and be able to use certain methods, to generalize data after the processing of information.

Analytical work is characterized by the definition of strategic management, the choice of the most optimal solution for the future, which allows increasing the results of agricultural enterprises, adapting to new conditions and prospects.

НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ: ЗНАЧЕННЯ ТА ОБЛІК
NON-MATERIAL ASSETS: VALUE AND ACCOUNT

УДК 657.421

Голуб Н.О.
к.е.н., доцент кафедри обліку
і оподаткування
Таврійський державний
агротехнологічний університет

У статті розглянуто нематеріальні активи підприємства. Визначено значення ідентифікації нематеріальних активів для обліку та звітності. Проаналізовано трактування «нематеріальний актив» як економічної категорії. Встановлено відсутність єдиного трактування поняття «нематеріальний актив». Обґрунтовано важливість відображення інформації про нематеріальні активи.
Ключові слова: *нематеріальні активи, інтелектуальна власність, бренд, право власності, ідентифікація, облік.*

В статье рассмотрены нематериальные активы предприятия. Определено значение идентификации нематериальных активов для учета и отчетности. Проанализирована трактовка понятия «нематериальный актив» как экономической категории. Установлено отсутствие единственной трактовки понятия «нематериальный актив». Обоснована важность отражения информации о нематериальных активах.
Ключевые слова: *нематериальные активы, интеллектуальная собственность, бренд, право собственности, идентификация, учет.*

In the article, there are considered non-material assets of an enterprise. The value of authentication of non-material assets is determined for an account and accounting. Interpretation of "intangible asset" as an economic category is analysed. The absence of single interpretation of the concept "intangible asset" is set. Importance of information reflection about non-material assets is substantiated.
Key words: *non-material assets, intellectual property, brand, right of ownership, authentication, account.*

Постановка проблеми. За сучасних умов розвитку ринку підприємства не можуть отримати істотних переваг тільки за рахунок матеріальних і фінансових ресурсів. Вирішення цієї проблеми нині багато в чому залежить від ефективності використання унікальних за своєю природою ресурсів нематеріального, невідчутного характеру. Нематеріальні активи відіграють важливу роль у процесі створення багатства. Прибутковість підприємств частіше збільшується завдяки інтелектуальним здібностям керівників. Вартість матеріальних благ часто визначається інноваціями, втіленими в продукти, впровадженими на підприємстві ноу-хау, привабливістю торгової марки, діловою репутацією фірми – це й є нематеріальні активи підприємства.

Нематеріальні цінності відіграють усе більш істотну роль в економічній діяльності суспільства й окремих господарюючих суб'єктів. Сьогодні неможливо собі уявити успішно працюючу фірму, що не використовує такий бізнес -інструментарій, як авторські права, патенти, ноу-хау, дослідження і розробки (R&D), товарні знаки (бренди).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна увага проблемам відображення нематеріальних активів в бухгалтерському обліку приділена в працях М.Ю. Алєйнікової, В.Ю. Бакшинскаса, В. Букура, М.В. Дишканта, Н.В. Генералової, В.Б. Гурко, А.М. Козирєва, А. Костіна, Н.М. Малюги, М.Ю. Манухіної, С.А. Ніколаєвої, В.В. Сатовського, А.А. Стельмахова, Г.М. Соловйової, Я.І. Устинової, С.В. Шульги, Б. Юровського, І.Й. Яремка.

Але відсутнє однозначне визначення ідентифікації нематеріальних активів, що унеможливлює достовірно відобразити інформацію про нематеріальні активи в обліку й управлінні.

Постановка завдання. Необхідність вирішення методичних питань обліку нематеріальних активів, недостатня практична розробленість питань ведення обліку і звітності нематеріальних активів підприємства в сучасних умовах визначили особливу значущість дослідження і свідчать про актуальність цієї теми, що й зумовило її вибір, постановку мети і завдань дослідження, формування його структури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нематеріальні активи виступають головним каталізатором створення вартості підприємства, а їхня частка в структурі капіталу постійно зростає. Облік нематеріальних активів включає три основні складники: визначення сутності нематеріальних активів та їх класифікацію; оцінку нематеріальних активів; розкриття інформації щодо нематеріальних активів у звітності.

Інтелектуальна власність нині стає визначальним ресурсом для ефективного розвитку підприємств і економіки у цілому. Найкращі економічні результати в діяльності підприємств досягаються передусім на основі інформації і знань. У порівняно недавньому минулому, в період першої промислової революції, основними ресурсами для розвитку були сировинна і робоча сила. Тепер вони стають необхідними, але визначними ресурсами.

Під час ведення бізнесу наявність інтелектуальної власності відіграє важливу роль. Своєчасне оформлення прав на інтелектуальну власність створює умови для стійкого розвитку, забезпечує перевагу перед конкурентами, захищає продукцію підприємств на ринку. Саме інтелектуальний капітал нині є головним ресурсом економіки. «Основний чинник – це інвестиційні технології. Зараз іде боротьба за інтелектуальний капітал компаній. Їх успіх залежить і від брендингу. Інвестиції в торгові марки стали дуже істотним явищем».

Інтелектуальна власність – це загальний термін, що відноситься до таких нематеріальних

об'єктів, як наукові праці, винаходи і проекти, літературні твори, результати художньої творчості, які набувають своєї цінності передусім завдяки докладеним до них творчим зусиллям. Раціональне використання нематеріальних активів і управління ними вимагає якісної і своєчасної інформації про них. Зарубіжні вчені вказують на проблему неповноти інформації про нематеріальні активи, що виникає у зв'язку з недоліками, характерними для традиційної системи бухгалтерської звітності, яка нездатна відбивати їх цінність та ефективність. У США більшість експертів відзначає зростання нематеріальних активів і неадекватне їх відображення у традиційній системі бухгалтерської звітності, орієнтовані на формування і розкриття інформації про матеріальні активи, і такі системи є неадекватними завданням управління інноваційними, наукомісткими організаціями. Недостатність інформації робить негативний вплив на процес управління нематеріальними активами й інвестування в них. Необхідність удосконалення обліку нематеріальних активів відіграє важливу роль у формуванні вартості сучасного бізнесу в рамках системи бухгалтерського обліку.

Все більшого значення набувають інтелектуальна власність, «ноу-хау», впроваджені на підприємстві, ділова репутація організації, залучення іноземних інвестицій у російські підприємства і підвищення ефективності бізнесу підприємств за допомогою впровадження сучасних управлінських технологій, а також людські ресурси. Операції з нематеріальними активами нечисленні, здебільшого не отримали повного й достовірного відображення, що призводить до спотворення бухгалтерської звітності.

Нематеріальні активи – це нова і недостатньо вивчена облікова категорія у вітчизняній бухгалтерській науці. Як уже відзначалося, нині в Україні і за кордоном проявляється неповнота інформації, що розкривається в частині нематеріальних активів. Це пов'язано не лише з недоліками облікових систем комерційних організацій, а й з їхніми економічними особливостями. У зв'язку із цим під час удосконалення методичних підходів до формування облікової інформації про нематеріальні активи необхідно спиратися на глибоке розуміння їх економічних особливостей, а також на інформаційні потреби різних категорій користувачів бухгалтерської (фінансової) звітності. Нематеріальні активи як об'єкт бухгалтерського обліку виникли ще в другій половині XIX ст. Проте перша спроба нормативного регулювання відноситься до 1944 р. (бюлетень «Амортизація нематеріальних активів» Комітету з методів бухгалтерського обліку Американського інституту бухгалтерів).

У радянській обліковій системі поняття «нематеріальні активи» було відсутнє взагалі. Згадка про нематеріальні активи як різновид майна у вітчизняному законодавстві з'явилося в 1990 р., що було пов'язане з початком міжнародної інтеграції нашої економіки (появою перших спільних підприємств). Вивченням економічної суті нематеріальних активів займається багато економістів. Так, проект Брукингского (The Brookings Institution) інституту, присвячений нематеріальним активам, намагається вирішити цю проблему й ініціював широку загальнонаціональну дискусію про роль нематеріальних активів в економіці [4].

Лев Барух відзначає, що такі терміни, як «нематеріальні активи», «запаси знань» і «інтелектуальний капітал» є взаємозамінними, при цьому термін «нематеріальні активи», як правило, використовується в літературі з бухгалтерського обліку, «запас знань» – економістами, а «інтелектуальний капітал» – в управлінні й юридичній літературі. Проте суть усіх трьох термінів зводиться до «невтіленого матеріального забезпечення майбутніх вигод». Деякі вчені виділяють три категорії нематеріальних активів: винаходи, організаційну діяльність і людські ресурси. Таке трактування звертає увагу на тісну взаємодію нематеріальних активів і матеріальних (наприклад, у виготовленому за новою технологією літаку втілюється не лише технологія, а й знання і використання людських ресурсів у процесі створення, проектування і виробництва). Цей момент істотно утрудняє процес оцінки і виміру вартості нематеріальних активів. Створення корпоративної вартості, підвищення ефективності діяльності комерційної організації досягаються на основі тісної взаємодії нематеріальних і матеріальних активів.

Нині частка економічної діяльності підприємств зростає у зв'язку з обміном ідеями, навичками, різними технологіями, інформацією і т. д. Використання інформації сьогодні – один із найважливіших засобів у конкурентній боротьбі як на національному, так і на міжнародному рівні, один із вирішальних чинників розвитку продуктивних сил. Виняткова роль інформації нині призвела до розуміння інформації як ресурсу, такого ж необхідного і важливого, як енергетичні, сировинні, фінансові, людські та ін.

Останнім часом інформація, знання, компетенції й інші нематеріальні активи стали ключовими чинниками конкурентних переваг організацій в економіці найбільш розвинених країн. Зростання ролі знань і швидка експансія ринків товарів і чинників виробництва сприяли перетворенню нематеріальних активів на основу конкурентної диференціації організацій у багатьох галузях. Перепони, з якими стикається менеджмент у своїх зусиллях із підвищення цінності бізнесу, стають, по суті, все менш адміністративними й усе більш підприємницькими.

Ключові чинники створення багатства на початку XXI ст. криються у створенні нових під-

приємств, оновленні фірм-старожилів, експлуатації технологічних ноу-хау, інтелектуальної власності та брендів, а також в успішному розвитку і комерціалізації нових товарів і послуг. Ці обставини мають значні наслідки для управління фірмами. Менеджери повинні усвідомити, що в умовах відкритих нерегульованих ринків ті сфери, в яких можна отримати економічні вигоди, більше і більше стають вузько визначеними. У вітчизняній професійній літературі немає однозначного тлумачення нематеріальних активів:

– нематеріальними активами вважаються немонетарні активи, які не мають матеріальної форми та можуть бути ідентифіковані (незалежно від строку їх корисного використання (експлуатації)). Немонетарними активами вважаються всі активи, крім грошових коштів, їх еквівалентів та дебіторської заборгованості у фіксованій (або визначеній) сумі грошей [1];

– немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований [2];

– право власності на результати інтелектуальної діяльності, у тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані об'єктом права власності (інтелектуальної власності), право користування майном та майновими правами платника податку в установленому законодавством порядку, у тому числі набуті в установленому законодавством порядку права користування природними ресурсами, майном та майновими правами [3].

Як видно з аналізу законодавчої бази, відсутнє єдине розуміння сутності нематеріальних активів. У результаті практично неможливо врахувати всі особливості даного об'єкту обліку в обліковій політиці на етапі організації облікового процесу, що неодмінно позначається на якості звітної інформації. Крім цих питань, нематеріальний актив може не мати фізичних якостей, тому можуть бути випадки, коли неможливо його ідентифікувати. Саме це може унеможливити оцінку його вартості та строку корисного використання.

У вітчизняному правовому полі головною ознакою для ідентифікації нематеріальних активів є отримання підприємством виняткових майнових прав на об'єкт інтелектуальної власності та можливість їх відчуження. При цьому встановлено, що англо-американська облікова школа у стандартах фінансового обліку (GAAP) до нематеріальних активів відносить усі активи, які не мають матеріальної форми, виникли в результаті минулих подій, зумовили вимірюваний ефект та можуть принести вигоду в майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. Якщо нематеріальні активи враховуватимуться і будуть відображені в звітності підприємств, як це відбувається за кордоном, де їх питома вага серед усіх активів досягає 80%, тоді звітність підприємств стане повнішою, прозорішою і достовірнішою. Залучення нематеріальних активів до фінансово-господарської діяльності комерційних організацій сприятиме підвищенню їх інвестиційної привабливості, підвищенню конкурентних переваг, захисту від конкуренції. Але водночас створення і придбання нематеріальних активів пов'язані з низкою проблем, зумовлених неоднозначністю визначення нематеріальних активів як самостійної обліково-економічної категорії, а також складними правовідносинами, що виникають під час використання цього виду активів. Якщо на підприємствах буде створена абсолютно нова нематеріальна економіка, а також проводитиметься ведення вдосконаленого обліку нематеріальних активів, тоді Україна буде країною з нематеріальними активами, що забезпечують високу додану вартість у національному ВВП.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів. URL: www.buhgalteria.com.ua/News/1327.html.

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» від 01.01.2012, зі змінами та доповненнями. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050/page.

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010. Відомості Верховної Ради України (ВВР). URL: 2755-VI. http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-vi.

4. Соколов Я.В., Соколов В.Я. История бухгалтерского учета: учебник. М.: Финансы и статистика, 2003. 272 с.

REFERENCES:

1. Methodical recommendations are from the record-keeping of non-material assets [Electronic resource] // Access mode of www.buhgalteria.com.ua/News/1327.html 2. International standard of record-keeping 38 the "Non-material assets" from 01.01.2012 [with changes and additions] [Electronic resource] // Access mode: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_050/page

3. There is an internal revenue code of Ukraine from 02.12.2010 // to List of Supreme soviet of Ukraine (BBP) [with changes and additions] [Electronic resource] // Access mode: 2755 – VI. – (-000-1-) is

4. Sokolov Y.V. is History of record-keeping : textbook. / Y.V Sokolov, V.Y. Sokolov. – M.: Finances and statistics, 2003. – 272 p.

Golub N.O.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Taxation,
Tavria State Agrotechnological University

NON-MATERIAL ASSETS: VALUE AND ACCOUNT

More and more enterprises use intangible assets in their activities. This is to some extent new accounting objects, unique in their characteristics, relative to the composition, as well as the impact on the results of operations and financial condition of the enterprise. Their presence in the enterprise's reporting increases the market value of assets, increases the investment attractiveness. Intangible assets are an important subject of accounting.

Given the development trends of the economy, intangible assets act as the main catalyst for creating the value of the enterprise. Intangible assets are one of the most significant components of many enterprises. They can act as a guarantor of competitiveness and dominance in the market. Today, an entrepreneur, creating his own business, provides for both a material and an intangible component. The intangible component includes: company name, logos, licenses, trademarks, inventions, know-how, and others.

Based on the analysis of economic literature, it is established that more and more attention is paid by economists to the classification of intangible assets. At this time, different approaches are being made to their classification. From the point of view of marketing, intangible assets can be classified into four categories. These categories are based on a conceptual view of a series of events that involve the creation of competitive advantages. From a financial perspective, intangible assets are classified as innovation capital, structural capital, contracts, market capital.

The correctness of assessing the use of intangible assets, intellectual capital, and determining the effectiveness of their use are factors in the success of the enterprise. Full and real evaluation becomes one of the important links between its successful functioning and development. The main issues related to intangible assets are: 1. determination of the primeval book value; 2. accounting for this value under normal operating conditions – through periodic cancellation or amortization; 3. accounting for this value if the value is significantly and continuously reduced. The valuation of intangible assets is one of the most important prerequisites for the formation of reliable and relevant information by the accounting system.

Intangible assets – one of the most currently problematic accounting methodologies. The correct classification of intellectual property objects is the basis for the formation of a previous valuation of their market value. The need to improve the current system of accounting for intangible assets will allow managing quite effectively the relevant production processes.

ОБЛІК ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

ACCOUNT OF INCOME FROM SALES UNDER INTERNATIONAL AND NATIONAL STANDARDS

УДК 657:334

Карпенко Є.А.
к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Полтавський університет економіки і торгівлі
Шийка Г.І.
студентка
Полтавський університет економіки і торгівлі

У статті розглянуто особливості відображення в обліку і звітності доходів від реалізації товарів, робіт, послуг за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку. Надано порівняльну характеристику визначення, визнання, оцінки, класифікації, обліку та групування доходів від реалізації.
Ключові слова: *доходи, виручка, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, міжнародні стандарти фінансової звітності, положення (стандарти) бухгалтерського обліку, регулювання.*

В статье рассмотрены особенности отражения в учете и отчетности предприятий выручки от реализации товаров, работ и услуг по международным и национальным стандартам бухгалтерского учета. Представлена сравнительная характеристика определения, признания, оценки, классификации, учета и группировки доходов от реализации.
Ключевые слова: *доходы, выручка, международные стандарты бухгалтерского учета, международные стандарты финансовой отчетности, положения (стандарты) бухгалтерского учета, регулирование.*

The article discusses the features of accounting of revenue according to the international and national accounting standards of Ukraine. Provided comparative characteristics of the definition, recognition, valuation, classification, accounting, and grouping of income from sales.
Key words: *income, revenue, International Accounting Standards, International Financial Reporting Standards, Provisions (Standards) of Accounting, regulation.*

Постановка проблеми. В умовах самоокупності та самофінансування для кожного підприємства важливим завданням є забезпечення максимального рівня прибутковості діяльності, розширення напрямів отримання доходу, тому категорія доходів у ринковій системі господарювання займає визначальне місце. Разом із тим управління доходами підприємств неможливе без якісного облікового забезпечення. Саме в системі бухгалтерського обліку формується інформація про доходи, яка необхідна апарату управління для виявлення резервів розширення обсягів діяльності, підвищення конкурентоспроможності та ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем обліку доходів за національними та міжнародними стандартами значну увагу приділили у своїх працях такі вчені, як Ю.А. Верига, С.Ф. Голов, Д.В. Карпенко, О.В. Карпенко, Н.О. Лоханова, Ю.О. Ночовна, Н.В. Прохар, С.Б. Шипіна та ін. Проте деякі аспекти економічного змісту, методики обліку, класифікації доходів сьогодні потребують подальшого дослідження в контексті глобалізації та прийняття нового Міжнародного стандарту фінансової звітності (IFRS) 15 «Дохід від договорів із клієнтами».

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у порівнянні вимог національних та міжнародних стандартів з обліку доходів для виділення їх спільних та відмінних ознак і мінімізації ризиків суб'єктів господарювання під час переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концептуальною основою для формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства і їх відображення у фінансовій звітності є відповідні стандарти бухгалтерського обліку, які сьогодні набувають ознак глобальних стандартів, будучи частиною глобальної фінансової реформи, забезпечуючи прозорість як основу побудови більш еластичної глобальної інфраструктури.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) вимагаються або дозволені для використання в 138 країнах, а більшість країн – учасниць Великої двадцятки вимагають їх використання в обов'язковому порядку.

В Україні, яка прагне інтегруватися в європейську спільноту, всі підприємства мають право для складання фінансової звітності застосовувати міжнародні стандарти, які викладено державною мовою та офіційно оприлюднено на веб-сторінці центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку. Для окремих суб'єктів господарювання застосування цих стандартів є обов'язковим, тому більшість керівників підприємств розглядає доцільність переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності.

В Україні облік доходів регулюють такі національні та міжнародні стандарти: П(С)БО 15 «Дохід», П(С)БО 18 «Будівельні контракти», МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів із клієнтами».

Порівняння цих стандартів свідчить про наявність у них суттєвих розбіжностей, які стосуються термінів, критеріїв визнання доходу, їх оцінки, порядку відображення звітності. Це зумовлено насамперед тим, що змінилися підходи до обліку доходів від реалізації за міжнародними стандартами і замість МСБО 18 «Дохід» було прийнято новий МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів із клі-

єнтами». Прийняття МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів із клієнтами» стало результатом спільної праці інститутів МСФЗ та GAAP протягом 10 років.

Метою цього Стандарту є встановлення принципів, які підприємство повинно застосовувати, щоб повідомляти користувачам фінансової звітності корисну інформацію про природу, величину, час та невизначеність доходів і грошових потоків, що виникають унаслідок договору з клієнтом [2].

Принциповою відмінністю в обліку доходів за національними та міжнародними стандартами є те, що під час визнання доходу від реалізації за національним законодавством використовується так звана концепція доходу (performance reporting), а за МСФЗ – концепція зміни активів/зобов'язань (positional reporting), за якою суб'єкт господарювання визнає дохід, коли (або у міру того як) він задовольняє зобов'язання щодо виконання, передаючи обіцяний товар або послугу (тобто актив) клієнтові (рис. 1 і 2).

Перевагою МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів із клієнтами» [2] є те, що у стандарті міститься визначення як доходу (income), так і виручки (revenue), тоді як за національними стандартами України це визначення наведено не у П(С)БО 15 «Дохід» [3], а у НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (табл. 1).

Основною відмінністю у трактуванні сутності доходу за національними та міжнародними стандартами є те, що у МСБО 18 акцентується увага на тому, що дохід повинен бути отриманий у звітному періоді.

Також у міжнародному стандарті наведено визначення доходу (revenue – виручка), яке у національних стандартах відсутнє, як і згадка про звичайну діяльність. На думку Н.О. Лоханової [5], така інтерпретація відповідної категорії не є коректною, оскільки в ході звичайної діяльності підприємства можуть виникнути самі різноманітні доходи, які зазвичай не є власне виручкою. Наприклад, доходи у вигляді дивідендів і відсотків також є доходами звичайної діяльності, але навряд чи їх можна вважати виручкою в її традиційному розумінні. Виручка ближче за змістом до доходів операційної діяльності, а не звичайної діяльності в широкому її значенні.

Орієнтація міжнародних стандартів на МСФЗ на концепцію зміни активів/зобов'язань під час

Рис. 1. Порядок обліку доходів від реалізації за П(С)БО 15 «Дохід» та П(С)БО 18 «Будівельні контракти»

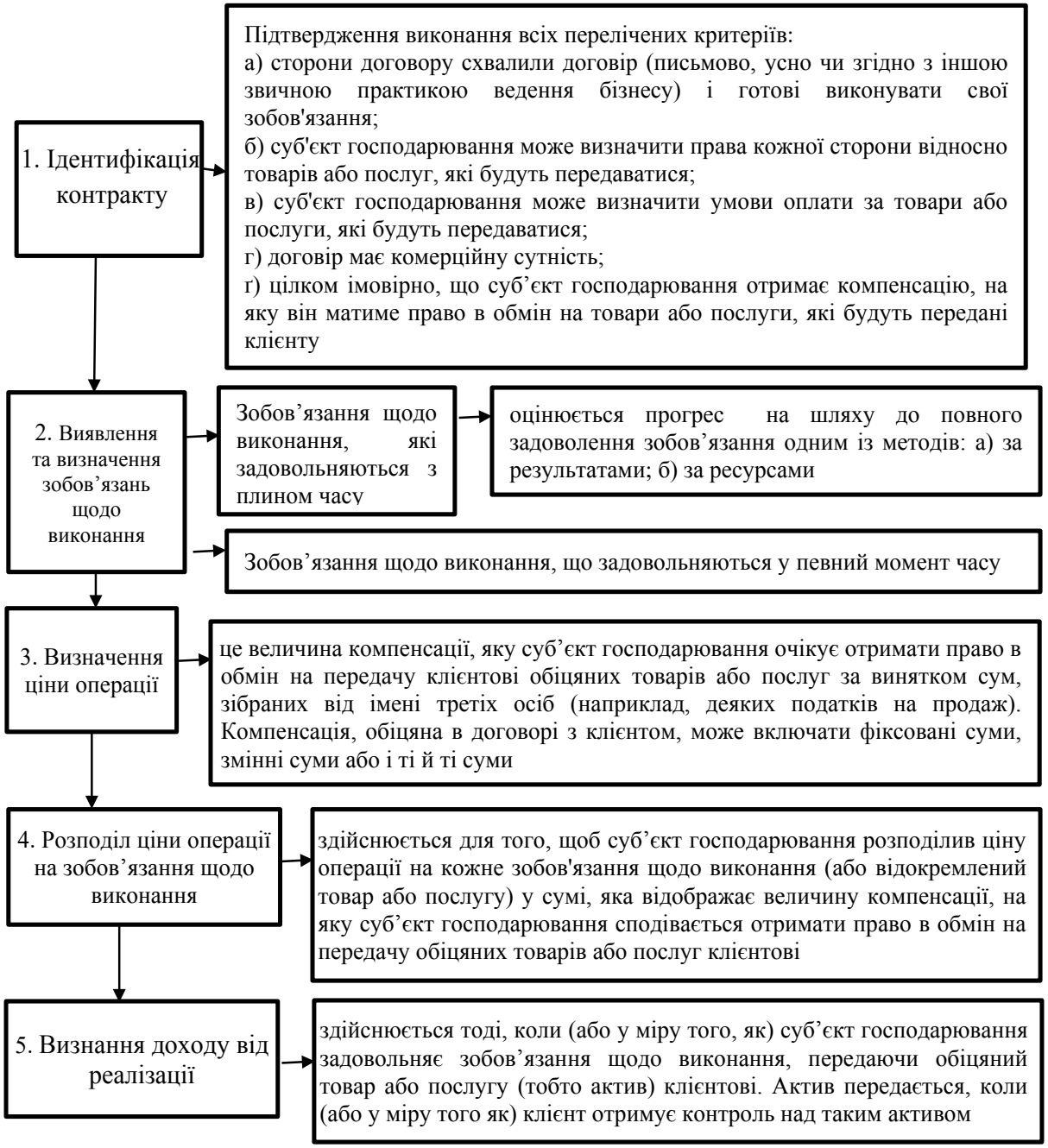


Рис. 2. Порядок обліку доходів від реалізації за МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів із клієнтами»

визнання доходу від реалізації зумовила появу нових термінів, таких як «контрактний актив» та «контрактне зобов'язання», які в національних стандартах відсутні, що суттєво впливає на організацію синтетичного та аналітичного обліку доходів і спричиняє розбіжності в складанні Балансу (Звіту про фінансовий стан) і Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) за міжнародними та національними стандартами. Це наочно підтверджує такий приклад.

ТОВ «Світанок» (не платник ПДВ), яке займається торгівлею комп'ютерної техніки, уклало договір на поставку товарів (принтер за ціною 4 тис. грн. і сканер за ціною 5 тис. грн.). За умовами договору право на отримання винагороди у ТОВ «Світанок» виникне тільки після передачі контролю над принтером і сканером в сукупності. 25 березня ТОВ «Світанок» відвантажило принтер, а 5 квітня – сканер і отримало оплату на поточний рахунок. В обліку за національними та міжнародними стандартами ці операції відобразяться так (табл. 2).

Також більш деталізованою є й класифікація доходів від реалізації за МСФЗ 15, які для

Таблиця 1

Термінологічний апарат щодо обліку доходів за національними та міжнародними стандартами

МСФЗ 15 (IFRS 15) «Дохід від договорів з клієнтами» [2]	НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [4]
Дохід (income) – збільшення економічних вигід протягом звітного періоду у формі надходжень або поліпшення активів, або зменшення зобов'язань, що веде до збільшення власного капіталу, крім збільшення власного капіталу, пов'язаного з отриманням внесків від учасників власного капіталу	Доходи – збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників)
Дохід (revenue, виручка) – виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання	
Контрактний актив (contract asset) – право суб'єкта господарювання на компенсацію в обмін на товари або послуги, які суб'єкт господарювання передав клієнтові, якщо таке право зумовлене не плином часу, а іншими чинниками (наприклад, майбутніми результатами діяльності суб'єкта господарювання)	-
Контрактне зобов'язання (contract liability) – зобов'язання суб'єкта господарювання передати товари або послуги клієнтові, за які суб'єкт господарювання отримав компенсацію (або настав строк сплати такої суми) від клієнта.	-

Таблиця 2

Кореспонденція рахунків щодо відображення в обліку реалізації товарів за національними та міжнародними стандартами

Зміст господарської операції	Облік за МСФЗ			Облік за НП(С)БО		
	Д	К	Сума, грн	Д	К	Сума, грн
25.03 відображено реалізацію принтера	Контрактний актив	Виручка	4000	361	702	4000
05.04 відображено реалізацію сканера	Дебіторська заборгованість	Контрактний актив	4000	361	702	5000
		Виручка	5000			
05.04 отримано оплату на поточний рахунок	Поточний рахунок	Дебіторська заборгованість	9000	311	361	9000

цілей обліку та визнання поділяються на доходи, зобов'язання по яких задовольняються з плином часу, та доходи, зобов'язання по яких задовольняються у певний момент часу [2].

За національними стандартами окремо виділені лише доходи від реалізації за будівельними контрактами, які визнаються з урахуванням ступеня завершеності робіт на дату балансу, за одним з методів:

– вимірювання та оцінка виконаної роботи;

– співвідношення обсягу завершеної частини робіт та їх загального обсягу за будівельним контрактом у натуральному вимірі;

– співвідношення фактичних витрат із початку виконання будівельного контракту до дати балансу та очікуваної (кошторисної) суми загальних витрат за контрактом [6].

Різними є й підходи до визначення суми доходу від реалізації на національними і міжнародними стандартами. За П(С)БО 15 «Дохід», дохід відображається в бухгалтерському обліку в сумі справедливої вартості активів, що отримані або підлягають отриманню [3].

Відповідно до МСФЗ 15 «Дохід від договорів із клієнтами», дохід визнається за ціною операції, тобто величиною компенсації, право на яке суб'єкт господарювання очікує отримати в обмін на передачу клієнтові обіцяних товарів або послуг за винятком сум, зібраних від імені третіх осіб (наприклад, деяких податків на продаж) [2].

Порівнюючи вимоги національних та міжнародних стандартів з обліку доходів, відзначимо, що найбільше розбіжностей в обліку буде у суб'єктів господарювання, які займаються такими видами діяльності:

– під час ідентифікації контакту – авіакосмічна і оборонна промисловість; ліцензіари, нерухомість;

– під час виявлення та визначення зобов'язань щодо виконання – ліцензіари, нерухомість; розроблення програмного обладнання, телекомунікації;

– під час визначення ціни операції – авіакосмічна і оборонна промисловість, управління активами, будівництво;

– під час розподілу ціни операції на зобов'язання щодо виконання – розроблення програмного обладнання, телекомунікації;

– під час визнання доходів – авіакосмічна і оборонна промисловість, будівництво, виробництво під замовлення, ліцензіари, нерухомість; розроблення програмного обладнання, телекомунікації.

На основі вивчення наукової літератури було встановлено, що вимогам сучасності щодо обліку доходів від реалізації більшою мірою відповіда-

ють міжнародні стандарти фінансової звітності. До переваг МСФЗ 15 «Дохід від договорів із клієнтами» можуть бути віднесені такі:

1) Стандарт дає універсальну модель визнання виручки, яка може бути застосована для будь-якого бізнесу, для різних видів діяльності і галузей, для товарів, продукції, робіт, послуг тощо.

2) Стандарт містить не лише викладення загального підходу визнання виручки, а й деталізований алгоритм, що значно спрощує порядок його практичного використання.

3) МСФЗ 15 чітко визначає критерії визнання виручки для різних умов виконання контрактних зобов'язань (одномоментних та протягом періоду).

4) Особливу увагу приділено визначенню ціни як бази для подальшого визнання виручки у цілому за контрактом, так і виручки стосовно окремих компонентів контракту. У П(С)БО 15 цінам приділено недостатньо уваги.

5) Дає змогу вирішити проблеми узгодження вимог стандартів з обліку виручки, які передбачені в МСФЗ і в системі стандартів США – GAAP/USA. Передбачена єдина, покрокова модель визнання виручки, яка дає змогу поліпшити систему обліку і порядок подання інформації про виручку у фінансовій звітності. Високий рівень конвергенції МСФЗ і GAAP/USA в частині обліку виручки і відображення її у фінансових звітах дає змогу підвищити зіставність показників звітності, що, безумовно, є суттєвим і перспективним етапом у розвитку облікових систем світу [5].

На нашу думку, положення міжнародних стандартів більш деталізовані щодо обліку доходів від реалізації, вони сприяють розширенню аналітичності, достовірності та зрозумілості інформації, що формується в бухгалтерському обліку та відображається у фінансовій звітності суб'єкта господарювання. Вважаємо, що доцільно внести зміни до П(С)БО 15 «Дохід» для наближення його вимог до міжнародних стандартів обліку.

Висновки з проведеного дослідження. Прийнятий МСФЗ 15 «Виручка по договорах із клієнтами» суттєво змінив підхід до порядку визнання доходу і запропонував п'ятикрокову модель його відображення, яка ґрунтується на концепції зміни активів/зобов'язань під час визнання доходу від реалізації. Цим зумовлено появу нових термінів в обліку доходів, зокрема контрактного активу і контрактного зобов'язання, тому сьогодні наявні суттєві розбіжності в обліку доходів від реалізації за національними та міжнародними стандартами.

Перевагою обліку доходів за міжнародними стандартами насамперед є те, що ці стандарти забезпечують чітке впорядкування критеріїв визнання доходів у різноманітних ситуаціях і сприяють конвергенції МСФЗ і GAAP/USA, зближенню облікових систем різних країн, тому необхідне внесення аналогічних змін до П(С)БО 15 «Дохід».

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маценко Л.Ф. Концептуальні відмінності обліку доходів після введення МСФЗ 15 «Виручка за контрактами із замовниками». Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 701–705.

2. Міжнародний стандарт фінансової звітності 15 «Дохід від договорів із клієнтами». URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU17027.html.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 № 627. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99.

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 № 73. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.

5. Лоханова Н.О. Облік виручки по договорах з клієнтами – нові підходи до визнання відповідно до МСФЗ 15. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 21. С. 38–41.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 18 «Будівельні контракти»: Наказ Міністерства фінансів України від 28.04.20012 № 205. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0433-01.

REFERENCES:

1. Matsenko L.F. (2017) Kontseptualni vidminnosti obliku dokhodiv pislia vvedennia MSFZ 15 "Vyruchka za kontraktamy iz zamovnykamy" [Conceptual differences in income accounting after the introduction of "Revenue from Contracts with Customers"]. Ekonomika i suspilstvo, no. 12, pp. 701−705.

2. Mizhnarodnyi standart finansovoi zvitnosti 15 "Dokhid vid dohovoriv z kliientamy" // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU17027.html.

3. Polozhennia (standarty) bukhhalterskoho obliku 15 "Dokhid" // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99

4. Natsionalne polozhennia (standarty) bukhhalterskoho obliku 1 "Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti" // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13

5. Lokhanova N.O. (2014) Oblik vyruchky po dohovorakh z kliientamy – novi pidkhody do vyznannia vidpovidno do MSFZ 15 [Accounting for revenues from contracts with customers – new approaches to recognition in accordance with IFRS 15]. Investytsii: praktyka ta dosvid, no. 21, pp. 38-41

6. Polozhennia (standarty) bukhhalterskoho obliku 18 "Budivelni kontrakty" // [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0433-01

Karpenko E.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Audit,
Poltava University of Economics and Trade
Shyika H.I.
Student
Poltava University of Economics and Trade

ACCOUNT OF INCOME FROM SALES UNDER INTERNATIONAL AND NATIONAL STANDARDS

It is important for the enterprise to make a profit and expand directions of income generation. Therefore, the income category in the market economy system occupies an important place. But the management of enterprise revenues is not possible without qualitative accounting information.

The purpose of the article is to compare the requirements of national and international accounting standards for income in order to highlight their common and distinctive features.

Ukraine seeks to integrate into the European community. Therefore, all enterprises have the right to use international standards. For certain companies, the application of these standards is mandatory.

In Ukraine, income accounting is regulated by P(S)BO 15 “Revenue”, P(S)BO 18 “Construction Contracts”, IFRS 15 “Revenue from Contracts with Customers”.

A comparison of these standards indicates that there are significant differences in terms of terms, criteria for recognizing income, assessing them, and reporting procedures.

The difference in accounting for incomes according to national and international standards is that, when recognizing revenue from the implementation of the national law, the concept of performance reporting is used, and IFRS is the concept of positional reporting.

The advantage of IFRS 15 is that the standard contains the definition of income, revenue, contract asset and contractual liability). The national standards have a definition of only income. Revenue classification is more detailed in IFRS. There are also different approaches to determining the amount of revenue from sales on national and international standards.

IFRS 15 has changed the approach to the income recognition procedure and proposed five steps to reflect it. Therefore, today there are significant differences in accounting for revenue from the implementation of national and international standards.

The provisions of the IFRS are more detailed; they contribute to the expansion of analytical, credible, and understandable information about incomes generated in accounting. Therefore, we consider that it is expedient to make changes to P(S)BO 15 “Revenue” in order to approximate its requirements to international accounting standards.

5D-ПАРАДИГМА АКТУАРНОГО ОБЛІКУ ТА ПІДГОТОВКА БУХГАЛТЕРІВ НОВОГО ПОКОЛІННЯ

5D-PARADIGM OF ACTUARIAL ACCOUNTING AND PREPARATION OF NEW GENERATION OF ACCOUNTANTS

УДК 657(470+571)

Маначинська Ю.А.
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розкрито сучасний вимір актуарної стадії розвитку бухгалтерського обліку. Запропоновано формувати облікову парадигму в інноваційному 5D-форматі. Назріла потреба готувати бухгалтерів нового покоління, які, крім традиційних знань із бухгалтерського обліку, оперують специфічним методичним інструментарієм актуарних розрахунків. Важливе місце відведено 5D-моделі актуарного бухгалтерського обліку, описано її структурну будову та складові елементи в рамках просторової інтерпретації облікових процесів. Зроблено акцент на тому, що завдання та обов'язки бухгалтера на сучасному підприємстві повинні доповнюватися функціями актуарія. Доведено, що актуарій та бухгалтер належать до найпрестижніших професій у світі у цілому та Україні зокрема.

Ключові слова: *5D-парадигма, актуарій, бухгалтер, актуарний облік, бухгалтерський облік, актуарні розрахунки.*

В статье раскрыто современное измерение актуарной стадии развития бухгалтерского учета. Предложено формировать учетную парадигму в инновационном 5D-формате. Назрела необходимость готовить бухгалтеров нового поколения, которые, кроме традиционных знаний по бухгалтерскому учету, оперируют специфическим методическим инструментарием актуарных расчетов. Важное место отведено 5D-модели актуарного бухгалтерского учета, описаны ее структурное строение и составляющие элементы в рамках пространственной интерпретации учетных процессов. Сделан акцент на том, что задачи и обязанности бухгалтера на современном предприятии должны дополняться функциями актуария. Доказано, что актуарий и бухгалтер относятся к самым престижным профессиям мира в целом и Украины в частности.

Ключевые слова: *5D-парадигма, актуарий, бухгалтер, актуарный учет, бухгалтерский учет, актуарные расчеты.*

The article discloses the modern dimension of the actuarial stage of accounting development. The author proposed to create an accounting paradigm in an innovative 5D format. There is a need to prepare accountants for a new generation, which operate with specific methodical tools of actuarial calculations in addition to traditional knowledge of accounting. The author focused on assigned 5D-models of actuarial accounting. In the article, it is investigated its structure and constituent elements within the spatial interpretation of accounting processes. The author placed emphasis on the fact that the tasks and duties of an accountant should be complemented by the functions of the actuary in a modern enterprise. We have an urgent that the actuary and accountant belong to the most prestigious professions in the worldwide, and in Ukraine in particular.

Key words: *5D-paradigm, actuary, accountant, actuarial accounting, accounting, actuarial calculations.*

Постановка проблеми. В умовах інноваційних перетворень на світових та вітчизняному ринках капіталу традиційна система бухгалтерського обліку потребує переосмислення. Оскільки облік є мовою бізнесу, то останній у силу динамічних тенденцій у світовій та національній економіці також потребує кардинальних зрушень у бік розвитку. Достеменно не відомо, як краще скерувати систему управління вітчизняним суб'єктом господарювання в необхідне русло, але одне можна стверджувати з упевненістю, що вагомі зрушення сховані лише за інноваціями в розрізі усіх сфер суспільного життя. Для сприяння виходу економіки та бізнесу з кризи та негативних результатів господарювання, на нашу думку, слід удосконалити підхід до підготовки працівників облікового апарату підприємства. Йдеться про забезпечення ринку праці бухгалтерами «нового покоління» (з англ. new generation), які, крім володіння фундаментом «мови бізнесу», вміли б оцінювати перспективу зміни його економічного потенціалу (з англ. Key Performance Indicator), грошових потоків, визначати прогнозний рівень основних «драйверів» поліпшення фінансового становища підприємства на ринку в перспективному періоді та досконало володіли б методикою актуарних розрахунків. Подолати проблему неефективного господарювання вітчизняних підприємств за кризових умов та цілковитої фінансової невизначеності можуть забезпечити фахівці, які, крім знань із бухгалтерського обліку, володіють навиками актуарних розрахунків та досконало знають методику актуарного обліку. Тобто «бухгалтер майбутнього» – це не лише спеціаліст із бухгалтерського обліку на підприємстві, який працює відповідно до вимог чинного законодавства, це ще певною мірою «актуарій», тобто спеціаліст з актуарної математики, який володіє не лише методикою актуарних розрахунків, а й актуарного бухгалтерського обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних та методичних аспектів актуарного обліку присвячено праці В.Б. Івашкевича, В.Г. Когденка, М.І. Кутера, А.О. Лаговської, Дж. Мартіна, С. Г. Пенмана, Дж. Петті, Ж. Рішара, Я.В. Соколова, Б. Стюарта, А.І. Шигаєва. Проте жоден із науковців не акцентував увагу на багатовимірності як актуарного, так і традиційного облікового простору, а також на потенційній і нагаль-

ній необхідності розроблення пріоритетно нової 5D-парадигми актуарного обліку. Найвагоміші напрацювання щодо 3D-формату фінансової звітності представлено у працях зарубіжної дослідниці Л. Голден (2016 р.) [9], де розкрито нетривіальний підхід до вивчення облікової науки, що за своїм змістовим наповненням дає змогу встановити причинно-наслідкові зв'язки впливу господарських операцій на показники звітності, а також передбачає побудову мислення на рівні проведень та фінансового результату компанії. Такий підхід базується на складанні 3D-звітності, минаючи написання бухгалтерських проведень. Проте варто зазначити, що 3D-вимір системи актуарного обліку ми почали досліджувати значно раніше, але у зовсім іншому форматі. У суспільстві вже стало доволі звичним явищем застосовувати підхід n-вимірного простору (3D, 4D, 5D, …7D і т. д.) до найрізноманітніших об'єктів та систем. Нас уже не здивуєш 3D (4D, 5D… 8D)-кінотеатрами, 3D-принтерами, 3D-окулярами, 3D–5D-моделюванням і т. д., проте підхід до представлення інноваційної актуарної облікової системи в п'ятивимірному просторі (5D) узагалі досі не розглядався, що і викликало необхідність у проведенні досліджень саме в даному напрямі.

Постановка завдання. Мета статті – дослідження необхідності розроблення нової 5D-парадигми актуарного бухгалтерського обліку, підготовки працівників облікового апарату нового покоління (бухгалтер + актуарій) та внесення відповідних змін до освітніх програм та навчальних планів у закладах вищої освіти, які готують фахівців за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування».

Виклад основного матеріалу дослідження. У Топ-7 найбільш затребуваних економічних професій 2017 р., за даними офіційного web-сайту PRO-prof [3], професія бухгалтера знаходиться на другому місці після аудитора, на наступних щаблинах після бухгалтера знаходяться теж не менш затребувані професії маркетолога, фінансиста, економіста, товарознавця та менеджера зі збуту. Своєю чергою, значно раніше, у 2010 р., американський фінансово-економічний журнал Forbes («Форбс») [4], що належить до найбільш авторитетних світових економічних видань, опублікував Топ-10 найпрестижніших професій, де першу сходинку посіла професія актуарія.

У світовій практиці актуарій (від лат. actuaries – скорописець) – це передусім спеціаліст зі страхової математики, який досконало володіє теорією актуарних розрахунків. Як зазначає проф. Г.І. Фалін [6], актуарій – це професіонал зі спеціальною математичною підготовкою, ґрунтовними знаннями зі статистики, фінансів, економіки, який здійснює моделювання різноманітних ситуацій, які безпосередньо пов'язані з невизначеністю в обсязі та часі майбутніх грошових потоків тощо.

На офіційному сайті Спільноти актуаріїв Казахстану представлено таке визначення актуарія: це людина, яка володіє відповідною кваліфікацією для оцінки ризиків та ймовірностей настання подій. Актуарій застосовує свої знання до проблем бізнесу та фінансів. Актуарії – це багатосторонні спеціалісти-аналітики, які мають теоретичну підготовку та прикладні вміння з таких наук, як математика, статистика, економіка, демографія, теорія ймовірності і фінанси. На базі акумульованої статистичної інформації та за допомогою спеціального програмного забезпечення актуарії будують фінансові прогнози та короткострокову та довгострокову перспективи, а також доволі широко застосовують методи управління ризиками. Саме актуарії забезпечують менеджерів вищих ланок управління аналітичними обґрунтуваннями перспектив щодо адекватності прийняття тих чи інших управлінських рішень. У разі ж невдачі проектів саме актуарії забезпечують практичне вирішення скрутної ситуації за найменших утрат [7].

Проте якщо поринути в історичний екскурс та глибше звернутися до етимологічного походження терміну actuaries, то можна знайти, що іншим його тлумаченням є «рахівник», тобто обліковець. Окрім того, за часів Римської імперії актуаріями називали офіцерів, які безпосередньо вели бухгалтерський облік матеріальних цінностей в армії [12].

Функції ведення бухгалтерського обліку були акумульовані у актуаріїв Спільноти справедливого страхування життя та виживання, яка була заснована в Лондоні в 1762 р. та визначила інше сприйняття професії актуарія у світі, адже такі спеціалісти також повинні були оперувати складним математичним інструментарієм та аналітичними моделями в страхових компаніях. Певний період часу (з 1819 по 1825 р.) професії актуарія та бухгалтера в страховій справі взагалі ототожнювалися. Проте в 1827 р. на парламентських слуханнях в Англії було обґрунтовано відмінності у специфіці роботи актуарія та бухгалтера [8]. Незважаючи на це, чимало західних дослідників досі акцентують увагу на тому, що функції цих двох професій є співставними.

У 1895 р. була заснована Міжнародна актуарна асоціація (МАА) зі штаб-квартирою в Брюсселі, основними цілями якої є координаційна діяльність та співробітництво з національними асоціаціями актуаріїв низки країн [12]. Засновниками МАА є Великобританія, Сполучені Штати Америки, Франція, Німеччина та Бельгія.

ВУ Сполучених Штатах Америки та Великобританії актуаріями мають право себе називати лише члени певних професійних об'єднань: Спільноти актуаріїв (Society of Actuaries, USA), Інституту і Факультету актуаріїв (Institute and Faculty of Actuaries, Great Britain). Загальна струк-

тура програми підготовки та атестації актуаріїв включає чотири групи курсів (stages): Ключові технічні (Core technical – CT); Ключові прикладні (Core applications – CA); Технічні для спеціалістів (Specialist Technical – ST); Додатки для спеціалістів (Specialist Applications – SA) [6; 10].

На рис. 1 представлено перелік дисциплін, опанування яких передбачає отримання ключового технічного рівня (CT). Відповідно до рішення Міжнародної актуарної асоціації (MAA) [12], кваліфікаційні програми національних актуарних організацій повинні покривати «силабус» (від лат. syllabus – перелік) MAA, що включає такі дисципліни: фінансова математика, теорія ймовірності та математична статистика, економіка (макро та мікро), бухгалтерський облік (уміння інтерпретувати бухгалтерські рахунки та фінансову звітність), моделювання, статистичні методи, актуарна математика, управління інвестиціями й активами, основи актуарного управління, професіоналізм [6].

Щодо України як суверенної держави, то у нас теж ефективно функціонує Товариство актуаріїв України (ТАУ) [11], яке належить до неприбуткових організацій та всебічно забезпечує становлення актуарної справи в країні.

Для отримання кваліфікації актуарія слід пройти через низку професійних іспитів. Безпосередньо центр для здачі кваліфікаційних екзаменів Британського Інституту актуаріїв створений в Україні на базі ТАУ та Національного університету імені Т. Шевченка. Також є можливість для здачі екзаменів в Актуарному інформаційному центрі, який відкритий при Національному університеті «Львівська політехніка» [10].

Відповідно до чинного законодавства, діяльність актуаріїв підлягає ліцензуванню Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг).

Для одержання диплома по актуарних методах (Diploma in Actuarial Techniques) необхідно здати дев'ять кваліфікаційних екзаменів ключового технічного етапу (CT1 – CT9). Щоб отримати Атестат кваліфікації у сфері фінансів та інвестицій (Certificate in Finance and Investment), слід здати шість екзаменів за ключовим технічним рівнем (CT1, CT2, CT4, CT7, CT8, CT9) та екзамен з дисципліни «Актуарне управління ризиками» (Actuarial Risk Management – курс CAI) Ключового прикладного етапу. Для одержання Атестату з фінансової математики (Certificate in financial mathematics), слід здати екзамен «Фінансова математика» (курс CT1) [1].

Згідно з Кваліфікаційними вимогами до осіб, які мають займатися актуарними розрахунками в Україні, що затвердженні Розпорядженням (Нацкомфінпослуг) № 3519 від 08.02.2005 (зі змінами від 19.09.2017 № 3782) [1], та для безпосереднього одержання Свідоцтва відповідно до п. 2.1 зазначених Кваліфікаційних вимог, актуарію слід мати: вищу освіту; досвід роботи щодо виконання актуарних розрахунків (не менше трьох років); кваліфікаційне свідоцтво; диплом магістра за спеціальністю та/або спеціалізацією з актуарної та фінансової математики або документи про успішне складання професійних екзаменів, передбачених американською (за кодами SOA Course 1/P – SOA Course 6, або SOA Exam P – SOA Exam C, або CAS Course 1 – CAS Course 6, або CAS Exam 1 – CAS Exam 6) та/або британською (за кодами 101 – 109 або CT1 – CT8) екзаменаційними системами.

Основні кваліфікаційні вимоги до осіб, які можуть займатися актуарними розрахунками в Україні, узагальнено в табл. 1.

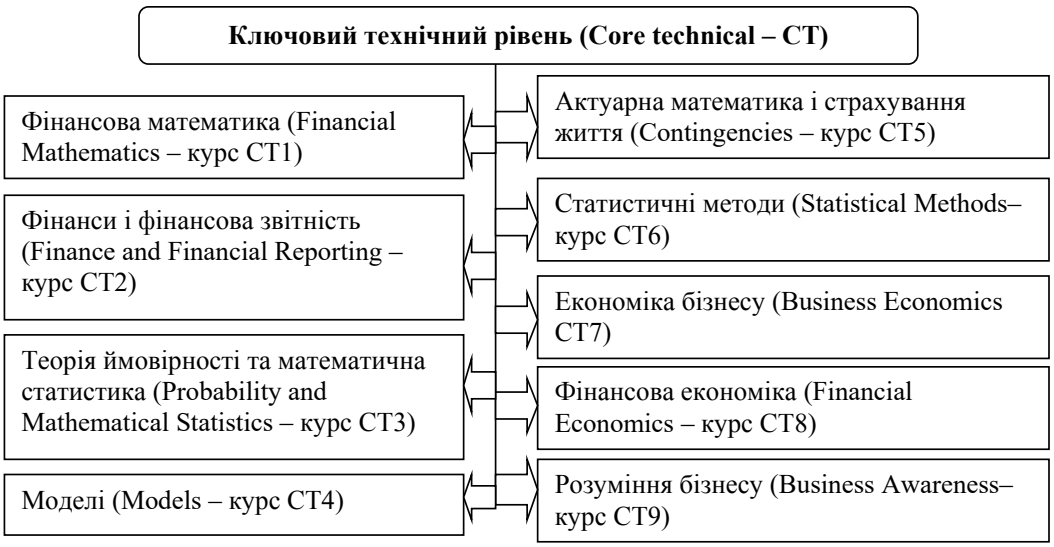


Рис. 1. Перелік дисциплін для опанування Ключового технічного рівня (Core technical – CT)

Таблиця 1

Основні кваліфікаційні вимоги до осіб, які можуть займатися актуарними розрахунками в Україні

№ з/п	Назва системи	Коротка характеристика системи	(1) У дужках указані автентичні номери іспитів.
1	2	3	4
1.	Британська екзаменаційна система	Система актуарних екзаменів (іспитів), яка встановлена професійною актуарною організацією Великобританії (Faculty and Institute of Actuaries) і відповідає вимогам Міжнародної актуарної асоціації (МАА)	(101)(1) Статистичне моделювання (Statistical Modeling) (102) Фінансова математика (Financial Mathematics) (103) Стохастичне моделювання (Stochastic Modeling) (104) Моделі виживання (Survival Models) (105) Актуарна математика 1 (Actuarial Mathematics 1) (106) Актуарна математика 2 (Actuarial Mathematics 2) (107) Економіка (Economics) (108) Фінанси та фінансова звітність (Finance and Financial Reporting) (109) Фінансова економіка (Financial Economics)
2.	Американські екзаменаційні системи	Система актуарних екзаменів (іспитів), яка встановлена професійними актуарними організаціями США (Товариством актуаріїв, Товариством актуаріїв майнового страхування) (Society of Actuaries, Casualty Actuarial Society) і відповідає вимогам Міжнародної актуарної асоціації (МАА)	(SOA Course 1/P) Математичні основи актуарної справи (Mathematical Foundations of Actuarial Science) (SOA Course 2/FM) Основи фінансової математики, економіка та фінанси (Interest Theory, Economics and Finance) (SOA Course 3/M) Актуарні моделі (Actuarial Models) (SOA Course 4/C) Актуарне моделювання (Actuarial Modeling) (SOA Course 5) Застосування базових актуарних принципів (Application of Basic Actuarial Principles) (SOA Course 6) Фінанси й інвестиції (Finance and Investments)
2.1		Екзаменаційна система 1 Товариства актуаріїв (Society of Actuaries)	
2.2	Екзаменаційна система 2 Товариства актуаріїв (Society of Actuaries)		(SOA Exam P) Теорія ймовірностей (Probability) (SOA Exam FM) Основи фінансової математики (Financial Mathematics) (SOA Exam M/MLC) Актуарна математика страхування життя (Life Contingencies) (SOA Exam M/MFE) Основи фінансової економіки (Financial Economics) (SOA Exam C) Побудова та оцінка актуарних моделей (Construction and Evaluation of Actuarial Models)

Джерело: складено автором на основі [1]

У світовій практиці існують актуарні звання таких статусів: член-кореспондент (особа, яка здала всі дев'ять ключових технічних предмети (CT1-CT9), усі три ключових прикладних предмети (CA1-CA3), має практичні актуарні навички (хоча б один рік практичного досвіду роботи у цій сфері); повний член (особа – член-кореспондент, яка додатково здала ще два екзамени по технічних курсах для спеціалістів (ST) та екзамен із додатку для спеціалістів (SA), а також володіє актуарними навичками (три роки практичної діяльності в такій сфері); дипломований актуарій із підприємницьких ризиків (Chartered Enterprise Risk Actuary- CERA), член-кореспондент або повний член, який ще додатково здав екзамен ST9 [6].

Для одержання Свідоцтва на відповідність кваліфікаційним вимогам особам, які можуть право займатися актуарними розрахунками, крім наявності досвіду практичної роботи, необхідно необхідно мати диплом за освітнім ступенем «магістр» за галуззю знань 11 «Математика та статистика» спеціальністю 111 «Математика».

Повертаючись до професії бухгалтера (нім. Buchhalter, Buch – книга, Halter – держатель), варто зазначити, що це передусім фахівець із бухгалтерського обліку, який працює в обліковій системі відповідно до вимог чинного законодавчого простору. На нашу думку, в епоху XXI ст. до професії сучасного обліковця слід застосувати «перевернутий підхід» (англ. flipped approach). Йдеться про те, щоб серед основних облікових функцій сучасний бухгалтер повинен уміти виконувати певні обов'язки актуарія, які теж стосуються облікового процесу, проте в одній із підсистем бухгалтерського обліку – актуарному бухгалтерському обліку.

Для того щоб така фахова підготовка бухгалтерів стала реальністю, передусім слід внести зміни до освітніх програм та діючих навчальних планів у закладах вищої освіти, які готують фахівців за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування» та спеціальністю 071 «Облік і оподаткування». Зокрема, на першому курсі підготовки фахівців за освітнім ступенем «бакалавр» зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» варто включити

такі дисципліни, як «Актуарна математика 1» та «Актуарна математика 2» (у I та II семестрах відповідно), на другому – «Актуарні розрахунки», на третьому – «Актуарний облік», а на четвертому – «Актуарна фінансова звітність». Під час здобуття освітнього ступеня «магістр» варто включити дисципліни «Актуарний аналіз», «Побудова та оцінка актуарних моделей».

Саме така фахова підготовка забезпечить вітчизняний ринок праці бухгалтерами майбутнього покоління, адже певною мірою «сучасний бухгалтер» повинен володіти математичним інструментарієм та мати аналітичний склад розуму. Бухгалтер повинен бачити наперед, тобто передбачати, до яких наслідків може призвести та чи інша подія. Він повинен приймати раціональні та ефективні управлінські рішення щодо розподілу та використання фінансових ресурсів суб'єкта господарювання. У силу таких обставин бухгалтер певною мірою повинен володіти знаннями та здібностями актуарія у такій важливій підсистемі бухгалтерського обліку, як актуарний облік.

У попередніх наших дослідженнях ми вже приділяли увагу розкриттю сутності актуарного обліку, зокрема визначали, що це система, яка використовує метод 3D-запису та відображає інформацію про перспективи зміни економічної вартості суб'єкта господарювання та його грошових потоків у 4D-просторі (3D + час) на базі використання 3D-рахунків сили в 5D-актуарній фінансовій звітності. Тобто актуарний бухгалтерський облік як одна із важливих підсистем традиційного бухгалтерського обліку дає змогу побудувати 5D-облікову модель.

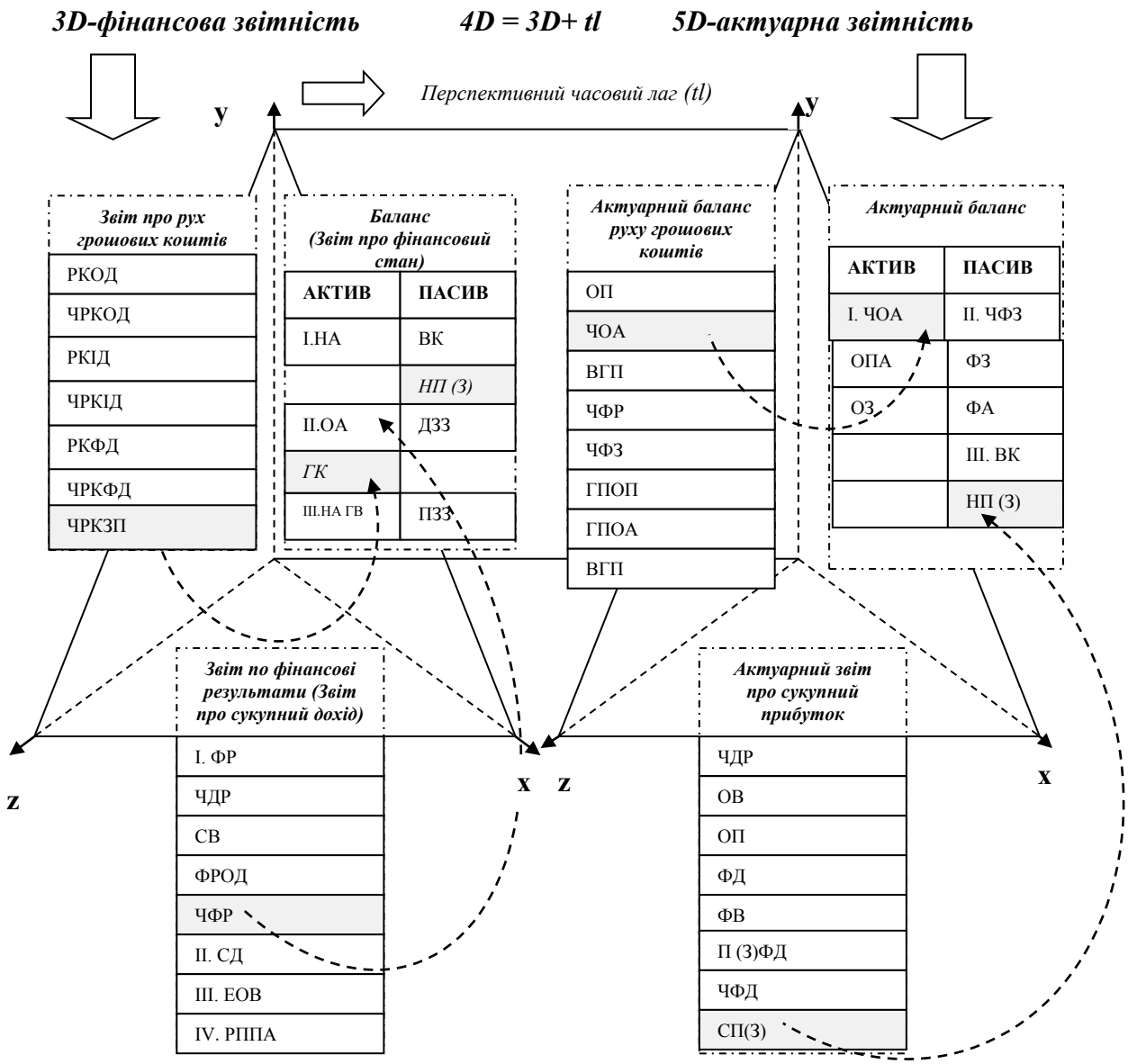
Уперше інтерпретувати традиційну фінансову звітність у 3D-формат удалося у 2016 р. Л. Голден [9]. Зарубіжна дослідниця узагальнила західні методики викладання бухгалтерського обліку та запропонувала нетривіальний підхід до вивчення облікового вчення у найбільш стислі терміни, назвавши його «Фінансова звітність у 3D". Такий підхід сприяє комплексному та всебічному встановленню причинно-наслідкових зв'язків впливу господарських операцій на показники фінансової звітності. Також він дає змогу мислити на рівні облікових проведень та фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання на ринку. Зокрема, дослідницею запропоновано нетрадиційну методику для складання фінансової звітності на базі найбільш популярних господарських операцій, при цьому обминаючи (на початковому етапі) написання бухгалтерських проведень. Згодом методика розкриває секрети складання проведень, сприяючи цим самим комплексному розумінню фундаментальних принципів бухгалтерського обліку [9].

На нашу думку, 4D-вимір у системі бухгалтерського обліку утворюється тоді, коли господарська діяльність підприємства, узагальнена у фінансовій звітності в 3D-форматі, розглядається не лише в просторі, але й у «часі», тобто 4D = 3D + «час», при цьому йдеться не про два фактичні суміжні періоди або фактичну звіту дату, а про перспективний (прогнозний) часовий лаг (англ. time lag (tl)). Для того щоб облікова інформація набула 5D-формату, її слід інтерпретувати крізь призму актуарного обліку (зокрема, актуарних 3D-рахунків сили (F)) та узагальнити в актуарній фінансовій звітності в 5D, відштовхуючись від зарубіжного нетривіального підходу до фінансової звітності в 3D. Спробуємо наглядно проілюструвати такий підхід, побудувавши два правильних тетраедра (тобто трикутні піраміди, в яких усі грані є рівносторонніми трикутниками), при цьому в кожній грані розмістимо відповідні форми звітності (рис. 2).

У першому тетраедрі розмістимо фінансову звітність у 3D та відобразимо зв'язок між трьома звітними формами. З рис. 2 помітно тісний взаємозв'язок між Балансом (Звітом про фінансовий стан), Звітом про рух грошових коштів та Звітом про фінансові результати (Звітом про сукупний дохід), а також між відповідними формами актуарної фінансової звітності: Актуарним балансом, Актуарним звітом про рух грошових коштів та Актуарним звітом про сукупний прибуток. Пропонуємо трансформувати фінансову звітність у 3D згідно з підходом Л. Голден [9] в актуарну фінансову звітність, яка детально обґрунтована А.І. Шигаєвим [8], у запропонований нами для системи актуарного бухгалтерського обліку 5D-формат (5D-парадигму) на базі врахування особливостей формування вимірності просторової інтерпретації соціально-економічним явищ та процесів у 4D-просторі (3D + перспективний часовий лаг (tl) у розрізі прогнозних періодів).

5D-парадигму актуарного бухгалтерського обліку, на нашу думку, можна створити за рахунок відкриття окремого 10-го Класу «Актуарні 3D-рахунки» в діючому Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, який затверджений Наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30 листопада 1999 р. (зі змінами від 08 лютого 2014 р. № 48) [2].

Про специфіку будови Т-рахунків сили (F) йшлося у наших попередніх дослідженнях, зокрема щодо застосування при їх заповненні 3D-запису та складного методичного інструментарію актуарних розрахунків, який сприятиме формуванню на них прогнозної облікової інформації для перспективних часових періодів (tl). Зокрема, ми відзначали, що актуарний 3D-рахунок – це два Т-рахунки в 3D-проекції відповідно, крім традиційних двох його сторін: лівої, яка носить назву «дебет» (з лат. debet – винен) та правої, яка носить назву «кредит» (з лат. credit – вірити), з'являється третій вимір



РКОД – рух коштів від операційної діяльності; *ЧРКОД* – чистий рух коштів від операційної діяльності; *РКІД* – рух коштів від інвестиційної діяльності; *ЧРКІД* – чистий рух коштів від інвестиційної діяльності; *РКФД* – рух коштів від фінансової діяльності; *ЧТРКФД* – чистий рух коштів від фінансової діяльності; *ЧРКЗП* – чистий рух коштів за звітний період; *ФР* – фінансові результати; *ЧДР* – чистий дохід від реалізації; *СВ* – собівартість реалізації; *ФРОД* – фінансовий результат від операційної діяльності; *ЧФР* – чистий фінансовий результат; СД – сукупний дохід; *ЕОВ* – елементи операційних витрат; *РППА* – розрахунок показників прибутковості акцій; *ОП* – операційний прибуток; *ЧОА* – чисті операційні активи; *ЧФР* – чистий фінансовий розхід; *ЧФЗ* – чисті фінансові зобов'язання; *ГПОД* – грошовий потік за операціями із позичальниками; *ГПОА* – грошовий потік по операціям із акціонерами; *ВКП* – вільний грошовий потік; ОВ – операційні витрати; ФД – фінансові доходи; ФВ – фінансові витрати; П(З)ФД – прибуток (збиток) від фінансової діяльності; ЧФД – чистий фінансовий дохід; СП(З) – сукупний прибуток (збиток); НА – необоротні активи; ОА – оборотні активи; ОПА – операційні активи; ГК – грошові кошти; НАГВ – необоротні активи та групи вибуття; ОЗ – операційні зобов'язання; ЧФЗ – чисті фінансові зобов'язання; ФЗ – фінансові зобов'язання; ФА – фінансові активи; ДЗЗ – довгострокові зобов'язання і забезпечення; ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення; ВК – власний капітал; НП(З) – нерозподілений прибуток (непокритий збиток).

Рис. 2. 5D-формат актуарної фінансової звітності

Джерело: складено автором на основі [8; 9]

рахунку – експект (з лат. expectandum – очікую), тобто формується перспективний 4D-формат (3D + прогнозний часовий лаг).

Безпосередньо фрагментарно пропозиції щодо їх деталізації на базі врахування зарубіжного досвіду [8] та специфіки вітчизняного законодавчого простору нами узагальнено в табл. 2.

Представлена в табл. 2 пропозиція щодо вдосконалення діючого Плану рахунків [2] під час запровадження у вітчизняну облікову практику 5D-парадигми актуарного бухгалтерського обліку відображена лише фрагментарно. Крім узагальнених нами в табличному форматі Актуарних 3D-рахунків, варто відкрити відповідні актуарні рахунки для акумулювання облікової інформації із системи фактурного обліку про сукупний фінансовий результат, вільний грошовий потік та економічну вартість бізнесу.

На основі узагальнення отримання результатів отриманих у ході проведеного у даній статті дослідження схематично запропонована нами 5D-парадигма актуарного обліку представлена на рис. 3.

У ході узагальнення облікової інформації із системи актуарного обліку в 5D-форматі актуарної звітності варто враховувати особливості заповнення звітних форм, які є характерними і для традиційної фінансової звітності, а саме: актуарний баланс складається на певний момент часу (прогнозну дату), а актуарний звіт про рух грошових коштів та актуарний звіт про сукупний прибуток – на відповідний прогнозний період.

Висновки з проведеного дослідження. У цілому за результатами проведеного дослідження 5D-парадигми актуарного обліку та підготовки бухгалтерів нового покоління (new generation) варто зазначити, що сучасна актуарна стадія розвитку облікового вчення потребує нових інноваційних підходів до її п'ятивимірної просторової інтерпретації на вітчизняних підприємствах. Назріла нагальна необхідність для підготовки національними закладами вищої освіти таких бухгалтерів, які б, окрім ґрунтовних знань із бухгалтерського обліку, володіли б методичним інструментарієм актуарних розрахунків та мето-

Таблиця 2

Фрагмент запропонованого Класу 10 «Актуарні 3D-рахунки» для діючого Плану рахунків [2] на базі врахування зарубіжного досвіду

Синтетичні рахунки		Субрахунки *	Сфера застосування
Код	Назва		
1	2	3	4
Клас 10. Актуарні 3D-рахунки			
Розділ 101. Операційна діяльність			
Група 1010. Чисті операційні активи (зобов'язання)			
10101	Операційні активи	101011 Операційні грошові кошти	Операційна діяльність
		101012 Розрахунки з різними дебіторами	
		101013 Товарно-матеріальні цінності	
		101014 Основні засоби	
		101015 Нематеріальні активи	
10102	Операційні зобов'язання	101021 Розрахунки з постачальниками та підрядниками	Операційна діяльність
		101022 Розрахунки за податками і платежами	
		101023 Розрахунки за виплатами працівникам	
		101024 Розрахунки з учасниками	
		101025 Розрахунки за іншими операціями	
Розділ 102. Фінансова діяльність			
Група 1020. Чисті фінансові зобов'язання (активи)			
10201	Фінансові активи	102011 Фінансові вкладення в грошові кошти	Фінансова діяльність
		102012 Короткострокові фінансові інвестиції	
		102013 Довгострокові фінансові інвестиції	
10202	Фінансові зобов'язання	102021 Короткострокові позики	
		102022 Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	
		102023 Зобов'язання за договорами лізингу	
Група 1021. Власний капітал			
10211	Власний капітал	102111 Зареєстрований капітал	Фінансова діяльність
		102112 Капітал у дооцінках	
		102113 Додатковий капітал	
		102114 Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)	

Джерело: складено автором на основі [2; 8]

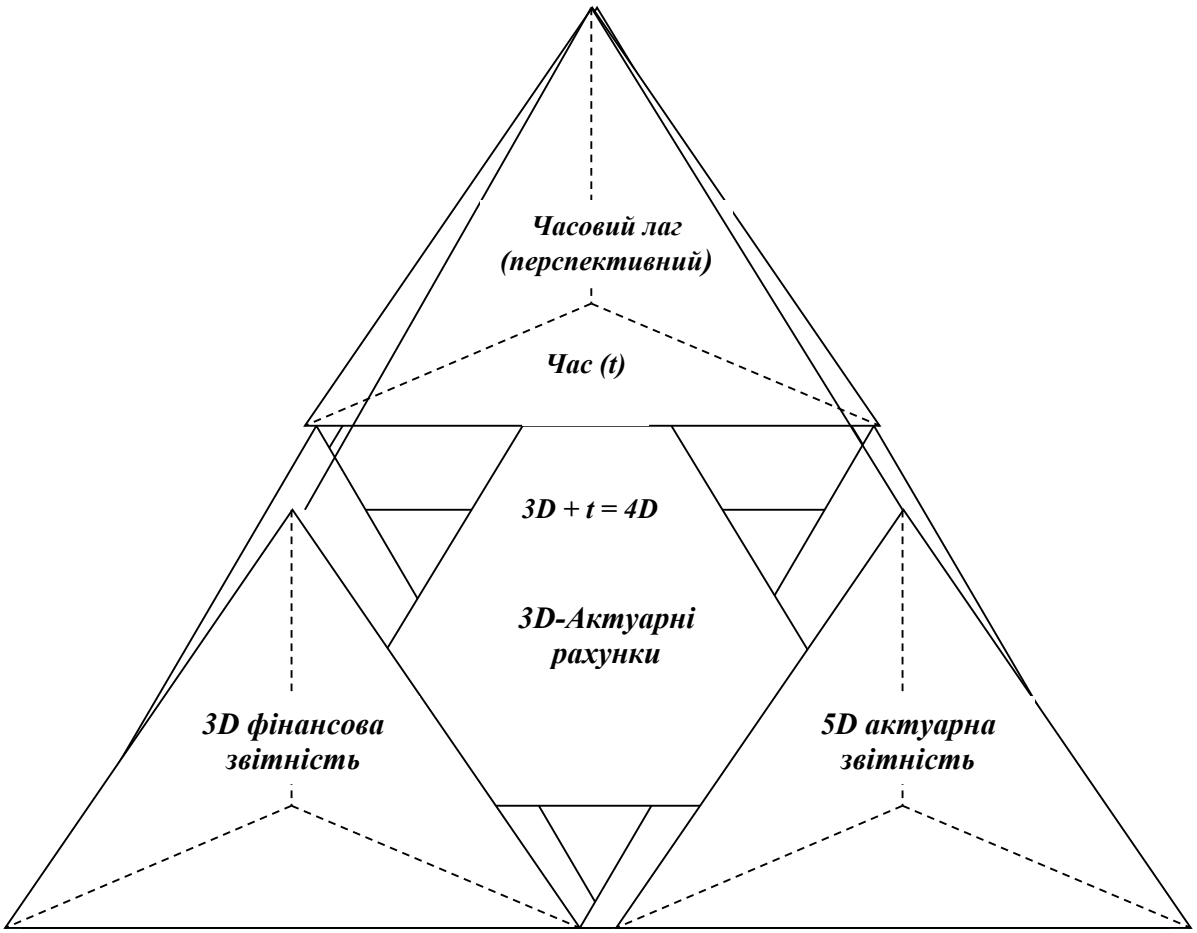


Рис. 3. Просторова інтерпретація 5D-парадигми актуарного обліку

(авторська розробка)

дикою актуарного обліку. У статті нами запропоновано внести зміни до освітніх програм та діючих навчальних планів підготовки фахівців за галуззю знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальністю 071 «Облік і оподаткування» шляхом внесення низки актуарних дисциплін: «Актуарна математика 1 та 2», «Актуарні розрахунки», «Актуарний облік», «Актуарна фінансова звітність», «Актуарний аналіз», «Побудова та оцінка актуарних моделей». Упровадження на практиці таких пропозицій сприятиме тому, що сучасний бухгалтер в епоху XXI ст. буде не лише обліковцем, а й певною мірою актуарієм, який здатний не лише оперувати інформацією в системі бухгалтерського обліку, а й бачити перспективи зміни економічної вартості бізнесу, його майбутніх грошових потоків у п'ятивимірному просторі (5D) інноваційної системи актуарного облікової парадигми. У комплексі це сприятиме зростанню престижності професії бухгалтера на ринку праці та підвищенню інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств.

Запропонована нами 5D-парадигма актуарного обліку враховує зарубіжні нетривіальні підходи до формування фінансової звітності в 3D та передбачає її трансформацію з урахуванням фактору часу (3D + час = 4D) в актуарну фінансову звітність у 5D, що досягається за рахунок використання облікової інформації яка акумульована на актуарних 3D-рахунках. Останні запропоновано відображати в окремому 10-му Класі рахунків з однойменною назвою, який доцільно відкрити у діючому Плані рахунків [2]. Такі інновації на вітчизняній обліковій ниві сприятимуть формуванню іміджу інвестиційної привабливості вітчизняних суб'єктів господарювання навіть за умов продажу бізнесу як цілісного майнового комплексу (ЦМК) та забезпечать вихід національної економіки з кризових умов за рахунок залучення необхідного обсягу інвестицій у розвиток відповідного її сектору, зокрема аграрного. Останнє окреслює перспективи подальших розвідок у рамках вибраної проблематики, а саме щодо розкриття основних аспектів практичного впровадження 5D-парадигми актуарного бухгалтерського обліку на вітчизняних сільськогосподарських підприємствах та використання її даних для підвищення ефективності управління аграрним сектором у цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кваліфікаційні вимоги до осіб, які можуть займатися актуарними розрахунками: Розпорядження Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, № 3519 від 08 лютого 2005 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0265-05.
2. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкції про його застосування: Наказ Міністерства фінансів України від 30 лист. 1999 р. № 291, станом на 08 лют. 2014 р. № 48. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99.
3. О профессиях и профессионалах: Топ востребованных професий 2017. URL: http://www.proprof.ru/stati/careera/vybor-professii/statistika-i-reytingi/top-vostrebovannyh-professiy.
4. 10 главных профессий нового десятилетия. URL: http://www.forbes.ru/karera/rynok-truda/34702-10-glavnyh-professii-novogo-desyatiletiya.
5. Вікіпедія: Вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/.
6. Фалин Г.И. Программа подготовки актуариев на механико-математическом факультете МГУ: история, текущее состояние и планы развития. URL: http://mech.math.msu.su/~falin2013.pdf.
7. Общество актуариев Казахстана: официальный web-sait. URL: http://actuary.kz/budushhim-aktuariyam/ob-aktuarnoj-deyatelnosti.html.
8. Шигаев А.И. Актуарный учет и использование его данных для управления; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.Б. Ивашкевича. М.: Магистр; ИНФРА-М, 2011. 224 с.
9. Голден Л. Финансовая отчетность в 3D. М.: СУПЕР Издательство, 2016. 237 с.
10. Профессии будущего, или Кто такие актуарии? URL: https://besure.com.ua/blog/rabota-aktuariem.
11. Товариство актуаріїв України. URL: http://www.actuary.in.ua/.
12. Society of Actuaries: Official website. URL: https://www.soa.org/Member/.
13. Smellie W. Encyclopaedia Britannica: A Dictionary of Arts and Sciences. By a Society of Gentlmen in Scotland. In Three Volumes. Vol. 1. London, Printed for John Donaldson, Corner of Arundel Street in the Strand, 1773. 698 p.

REFERENCES:

1. Qualification requirements for persons who can engage in actuarial calculations, Resolution of the National Commission of state regulation in the field of financial services markets, 08.02.2005, No. 3519, Available at: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0265-05 (Accessed 22 March 2018) (in Ukrainian)
2. About Plan of Accounts of assets, capital, commitments and business operations of enterprises and organizations and instructions on its application, Resolution of the Ministry of Finance of Ukraine, 30.11.1999, No.291, Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99 (Accessed 25 March 2018) (in Ukrainian)
3. About professions and professionals: PROprof (2018): Top of demanded professions 2017. Available at: http://www.proprof.ru/stati/careera/vybor-professii/statistika-i-reytingi/top-vostrebovannyh-professiy (Accessed 19 March 2018) (in Russian)
4. Forbes (2018): 10 main professions of the new decade. Available at: http://www.forbes.ru/karera/rynok-truda/34702-10-glavnyh-professii-novogo-desyatiletiya (Accessed 19 March 2018) (in Russian)
5. Wikipedia: The Free Encyclopedia (2018). Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/ (Accessed 16 March 2018) (in Ukrainian)
6. Falin, G.I. (2013). The program of training actuaries at the Faculty of Mechanics and Mathematics of Moscow State University: history, current state and development plans. Available at: http://mech.math.msu.su/~falin2013.pdf (Accessed 10 March 2018) (in Russian)
7. Society of Actuaries of Kazakhstan: official web-sait. Available at: http://actuary.kz/budushhim-aktuariyam/ob-aktuarnoj-deyatelnosti.html (Accessed 19 March 2018) (in Russian)
8. Shigaev, A.I., Ivashkevich V.B. (2011). Aktuarnyj uchet i ispol'zovanie ego dannyh dlja upravlenija [Actuarial accounting and use of its data for management], Moscow, 224 c. (in Russian)
9. Golden, L. (2016). Finansovaja otchetnost' v 3D [Financial reporting in 3D], Moscow: SUPER Publishing, 237 c. (in Russian)
10. Professions of the future or who are the activists? (2018). Available at: https://besure.com.ua/blog/rabota-aktuariem (Accessed 25 March 2018) (in Russian)
11. Society of Actuaries of Ukraine: official web-sait. Available at: http://www.actuary.in.ua/ (Accessed 16 March 2018) (in Ukrainian)
12. Society of Actuaries: Official website. – Available at: https://www.soa.org/Member/ (Accessed 16 March 2018) (in English)
13. Smellie, W. (1773). Encyclopaedia Britannica or, a Dictionary of Arts and Sciences. By a Society of Gentlemen in Scotland. In three Volumes. Vol. 1. London, Printed for John Donaldson, Corner of Arundel Street in the Strand, 698 p.

Manachynska Yu.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Taxation
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of Kyiv National
University of Trade and Economics

5D-PARADIGM OF ACTUARIAL ACCOUNTING AND PREPARATION OF NEW GENERATION OF ACCOUNTANTS

The actuarial accounting is one of the innovations at the modern stage of accounting development. Given the multidimensional format of socio-economic phenomena and processes, a modern accounting paradigm should also acquire time and space interpretations (5D format). Constantly there are special questions and challenges regarding the essence and significance of the 5D-paradigm of actuarial accounting, its features of functioning at the enterprise.

Considered by us within the research concepts of 5D-paradigm of actuarial accounting are peculiar to a modern economy and should be implemented at domestic enterprises. The very essence of such format of accounting model is the use of five dimensions. Based on the identified earlier features of the 3D format of accounting, the 4D format takes into account the factor of time (3D + “time (perspective time lag)”), then we suggest 5D-format actuarial accounting as 4D + “actuarial information”.

Such a scientific approach to constructing a modern paradigm of actuarial accounting provides simple criteria for describing the prospects for changing the economic value of an enterprise and individually examines the impact of step-by-step interpretations of business processes in the forecast period, etc.

Higher education institutions should focus their efforts on preparing new generation accountants (accountant + actuary). Such an approach, in turn, involves making necessary changes to existing training curricula for specialists of the specialty “Accounting and Taxation”. This applies to the range of disciplines that will lay the foundation for the professional training of modern accountant-actuary, as we have described before.

The modern actuarial stage of accounting development has replaced the statistical and dynamic accounting concepts. The results of an enterprise’s economic activity, in the format of actuarial reporting, are important for interpreting to potential investors and lenders.

3D financial reporting takes the form of actuarial financial reporting in 4D format. 4D actuarial financial statements, within a defined “time lag”, provide an actuarial accounting system for the 5D format. The 5D-paradigm of actuarial accounting is characterized by a specific methodology that includes specific methods and procedures, as well as a section of epistemology.

Let us pay a special attention to the world-wide approaches of the organization of actuarial affairs. In the article, there are analysed the institutional and statutory provision of actuarial activity in Ukraine and the qualification requirements for the profession “actuary”.

In our work, we considered an issue of transition to an innovative actuarial stage of accounting development. Analysing the modern accounting paradigm, we determined that it should acquire 5D format. Challenges and problematic issues outline prospects for further researches of service productivity. In particular, the possibility of training accountants of a new generation, this would have knowledge of actuarial calculations.

КОНТРОЛЬ ТА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ

CONTROL AND MANAGEMENT OF LABOUR COSTS

УДК 336.131/.132:657.471.12

Томчук О.Ф.
к.е.н., доцент, доцент кафедри аналізу та статистики
Вінницький національний аграрний університет
Машевська А.А.
аспірант, асистент кафедри бухгалтерського обліку
Вінницький національний аграрний університет

У статті розглянуто підходи до визначення понять «витрати», «управління витратами», «контроль витрат» у наукових роботах та діючій нормативно-правовій базі. Визначено вплив витрат на оплату праці підприємств сільського господарства, шляхи їх зменшення або ж збільшення залежно від діяльності та напрямів роботи підприємства. Це дасть можливість підвищувати рівень оплати праці, що позитивно вплине на її результативність та продуктивність. Зазначено методи обліку витрат підприємства, оскільки від ефективного їх використання залежать платоспроможність, цінова політика та фінансові результати. Звернено увагу на особливості управління витратами на оплату праці сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: *витрати, контроль витрат, фонд оплати праці, управління витратами, оплата праці, трудові ресурси.*

В статье рассмотрены подходы к определению понятий «затраты», «управление затратами», «контроль расходов» в научных работах и действующей нормативно-правовой базе. Определено влияние расходов на оплату труда предприятий сельского хозяйства, пути их уменьшения или увеличения в зависимости от деятельности и направлений работы предприятия. Это даст возможность повышать уровень оплаты труда, что положительно повлияет на ее результативность и производительность. Указаны методы учета затрат предприятия, поскольку от эффективного их использования зависят платежеспособность, ценовая политика и финансовые результаты. Обращено внимание на особенности управления затратами на оплату труда сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: *расходы, контроль расходов, фонд оплаты труда, управление затратами, оплата труда, трудовые ресурсы.*

The article deals with the approaches to the definition of concepts of "costs", "cost management", "cost control" in the scientific work of scientists and using the existing regulatory framework. The influence of labour costs on agricultural enterprises, ways of their reduction or increase depending on the activity and directions of the company's activity is determined. This will make it possible to raise the level of remuneration, which will have a positive impact on its performance and productivity. Methods of accounting for expenses of an enterprise are indicated, since solvency, price policy, and financial results depend on their effective use. The study draws attention to the peculiarities of management of labour costs for agricultural enterprises

Key words: *expenses, cost control, wage fund, cost management, wages, labour resources.*

Постановка проблеми. Сьогодні облік витрат на оплату праці є одним із головних завдань надання керівнику підприємства необхідної, достовірної та своєчасної інформації для прийняття відповідних управлінських рішень щодо ефективного використання трудових ресурсів [1, с. 185–193].

Для ефективного вдосконалення управління витратами на оплату праці та системи розрахунків із працівниками необхідно впроваджувати і застосовувати нові методи управління, а також технічні сучасні засоби інформаційних систем, які можуть забезпечити: збір інформації про трудові витрати для більш точної оцінки за прийнятою системою оплати праці та відповідно до чинного законодавства. Необхідно враховувати витрати на оплату праці у собівартості окремих операцій чи послуг, а також здійснювати оперативний контроль над рівнем витрат на оплату праці для підвищення їх питомої ваги у собівартості послуг і загальних витратах підприємства та скорочення непродуктивних виплат. Важливо відслідковувати показник співвідношення заробітної плати і продуктивності праці, здійснювати планування та регулювання фонду оплати праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні питання обліку витрат на оплату праці досліджували багато українських і зарубіжних учених. Зокрема, значний внесок у цьому напрямі зробили такі вітчизняні науковці, як: М.Т. Білуха, Ю.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, О.В. Гамова, В.П. Завгородній, А.В. Калина, М.В. Кужельний, М.Д. Корінько, Л.С. Лісогор, О.А. Петрик, В.В. Сопко, Н.М. Ткаченко, А.В. Череп, Ю.С. Цал-Цалко та ін.

Серед зарубіжних учених, які приділили значну увагу управлінню витратами на оплату праці, виділимо М. Армстронга, А.А. Бачуріна, К. Друрі, Т.П. Карпову, З. Рахмана Г.В. Савицьку, В.В. Скобару, В.П. Суйца, О.Д. Шеремета.

Проте не всі питання щодо формування теоретико-методичних основ процесу управління витратами залишаються вирішеними. Особливу увагу необхідно звернути на вдосконалення процесу формування системи управління витратами на оплату праці у сільськогосподарських підприємствах.

Постановка завдання. Метою статті є визначення та вплив витрат на оплату праці підприємств сільського господарства з огляду на їх доцільність для виробництва. Наукове значення дослідження полягає у вивченні поглиблення знань про витрати на оплату праці, в удосконаленні їхньої класифікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система бухгалтерського обліку призначена забезпечувати надання необхідної об'єктивної та достовірної інформації. Бухгалтерський фінансовий облік законодавчо жорстко регламентований, не враховує специфічних особливостей під-

приємства і не здатний повною мірою своєчасно задовольнити інформаційні потреби керівництва. Фінансовий облік переважно зорієнтований на зовнішніх користувачів і надає достовірну, реальну інформацію, на яку вже неможливо вплинути.

Керівництво ж підприємства потребує інформації, аналіз якої дає можливість оперативно впливати і контролювати використання фонду оплати праці та трудових ресурсів, визначити подальші перспективи розвитку системи трудових відносин. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», управлінський облік визначений терміном «внутрішньогосподарський (управлінський) облік», тому отримати інформацію про управління підприємством можемо з даних управлінського обліку [2].

Враховуючи накопичений досвід застосування внутрішньогосподарського обліку, сільськогосподарські підприємства мають створювати та використовувати нові системи управляння витратами, які дадуть можливість забезпечити аналіз та контроль витрат, оперативне надання інформації для застосування заходів на їх економію шляхом створення ефективного механізму стимулювання; також це дасть можливість підвищувати рівень оплати праці до реально існуючої вартості робочої сили відповідно до нормативно-правової та соціальної політики в державі, зростання рівня надтарифного заробітку працівників за конкретні результати праці й випереджального зростання продуктивності праці над середньою зарплатою [1, с. 185–193].

Основною проблемою є постійно зростаючі витрати, що негативно відображаються на фінансових результатах діяльності підприємства.

Жорстка конкуренція на ринках, постійно зростаючі в умовах інфляції ціни на ресурси та високі тарифи спонукають підприємства до пошуку шляхів, за допомогою яких можна вдосконалити свою діяльність. Одним із найважливіших напрямів є оптимізація за критерієм витрат, що є результатом процесу управління ними, тому велике практичне значення має дослідження процесу управління витратами, його функцій і процедур [3, с. 74–77].

Особливості та специфіка сільськогосподарської діяльності потребують постійного спостереження, оглядів і перевірок фактичного стану господарських ресурсів, операцій та процедур, тому склад і величина витрат на оплату праці підприємств АПК вимагають специфічних підходів до формування систем інформаційного забезпечення управління ними [4, с. 85–88].

Необхідність постійного спостереження і перевірок наявного стану господарських та трудових ресурсів може бути задоволена системою внутрішньогосподарського контролю. Він дає можливість вчасно виявити недоліки в роботі підприємства і його структурних підрозділах та невикористані резерви ресурсів для підвищення ефективності його діяльності. Саме тому роль та значення внутрішньогосподарського контролю в системі управління сільськогосподарським господарством сьогодні є актуальними.

На думку М.Д. Корінько, загальна мета внутрішнього контролю полягає у правильному та своєчасному відображенні господарських операцій у бухгалтерському обліку і звітності, законності господарських операцій та їхньої доцільності для конкретного підприємства [6, с. 432–440].

Низка зазначених завдань не є остаточною і потребує визначення можливостей їх розширення. Під час визначення напрямів і цілей проведення контролю витрат на оплату праці у підприємстві сільського господарства слід звертати увагу на деякі важливі аспекти, що характеризують ці витрати як об’єкт контролю:

1) слід зазначити, заробітна плата – це один із найбільш важливих елементів витрат на виробництво продукції. Неконтрольовані і понаднормові витрати є першочерговим об’єктом внутрішньогосподарського контролю в системі управління підприємством;

2) низький рівень оплати праці в сільському господарстві порівняно з іншими галузями спричиняє дефіцит у кадровому забезпеченні підприємств АПК, зниження результативності та продуктивності праці, соціального забезпечення працівників. Внутрішньогосподарський контроль повинен бути інструментом попередження таких негативних явищ;

3) законодавчо-нормативне регламентування трудових відносин і відповідальність суб’єктів господарювання за порушення норм у цій сфері актуалізують увагу керівництва підприємств щодо посилення контролю розрахунків з оплати праці [6, с. 432–440].

Одним з об’єктів внутрішньогосподарського контролю будь-якого підприємства є витрати. Відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати», зазначено, що витрати операційної діяльності включають витрати на оплату праці [5].

Як правило, склад витрат на підприємстві регламентується і конкретизується колективними договором та положенням про оплату праці на підприємстві. Для здійснення ефективного контролю над витратами на оплату праці необхідно якісно і правильно застосовувати систему затверджених і розроблених нормативів, встановити тарифи на відрядні роботи, затвердити посадові оклади для кожної окремої категорії працівника залежно від умов, обсягу та складності роботи.

До завдань цього напряму можна віднести:

– контроль первинних документів і бухгалтерських розрахунків щодо правомірності та наявності підстав для нарахування заробітної плати;

– перевірку відповідності бази нарахування оплати праці обсягам робіт, виконаних у рослинництві, тваринництві, підсобних господарствах, за відрядної формі оплати праці та фактично відпрацьованим годинам – за погодинної;

– правильність оформлення та нарахування складників оплати праці: основної, додаткової заробітної плати, доплат, премій, компенсацій, виплат за невідпрацьований час (оплата відпусток та тимчасової непрацездатності) тощо;

– перевірку витрат на оплату робіт за договорами підряду, іншими договорами цивільно-правового характеру, виплат сезонним робітникам та ін.;

– контроль над правильністю включення витрат на оплату праці до собівартості продукції рослинництва, тваринництва, собівартості робіт, послуг тощо;

– перевірку правильності нарахування єдиного соціального внеску на фонд оплати праці [6, с. 245–251].

Контроль над додержанням нормативів, своєчасний аналіз відхилень та їх суттєвості, оперативне надання інформації для керівництва дадуть змогу максимально оптимізувати процес управління сільськогосподарським виробництвом. Одне з основних завдань контролю й управління – формування реальної величини витрат та їх зниження, від чого залежать фінансові результати, політика ціноутворення, платоспроможність [5].

У межах інтегрованої системи обліку витрати на оплату праці накопичуються на рахунках обліку витрат за функціональною ознакою: 23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності». До витрат на виробництво і збут, загальновиробничих й адміністративних витрат, витрат на капітальні інвестиції, дослідження і розробки та тих, що є складником первісної вартості запасів, правомірно буде включати лише виплати працівникам, що входять до складу ФОП [1, с. 185–193].

А.П. Неживенко зазначив, що сучасним бухгалтерським законодавством не передбачено поняття фонду матеріального заохочення. Відповідно, всі виплати працівникам, пов'язані з фінансуванням їхніх особистих потреб (вихідна допомога, цільова й благодійна матеріальна допомога, оплата навчання інші), доцільно відображати у складі інших витрат операційної діяльності, оскільки вони безпосередньо не пов'язані з виконанням трудової функції, визначеної у трудовому договорі, хоча й передбачені законодавством про працю та соціальне страхування [1, с. 185–193].

На думку А.П. Неживенко, на автотранспортних підприємствах для забезпечення обліку витрат на оплату праці для подальшого детального аналізу в різних управлінських аспектах план рахунків на рівні підприємства необхідно розширити введенням додаткових аналітичних рахунків до субрахунку 811 «Виплати, пов'язані з оплатою праці», попередньо здійснивши їх класифікацію залежно від мети, поставленої керівництвом. Автором пропонується відкривати рахунки аналітичного обліку (табл. 1).

Вважаємо такі ж аналітичні рахунки можна застосовувати і використати у сільськогосподарських підприємствах. Це дасть можливість краще здійснювати контроль над виконанням плану виробництва, збільшити продуктивність праці та раціонально здійснювати розподіл коштів на оплату праці за виконану роботу.

Крім того, накопичення інформації на запропонованих рахунках дасть змогу аналізувати співвідношення між тарифною та надтарифною системами оплати, гарантованої державою та соціальною політикою підприємства.

Такий спосіб нарахування забезпечень пропонується використовувати і до премій, які нараховуються щорічно, і за вислугу років, а також за підсумками роботи підприємства за рік, виплат на оплату додаткових відпусток та інші виплати, це дасть змогу оптимізувати витрати.

Для доцільного та раціонального управління витратами на оплату праці необхідно державне фінансування сільськогосподарських підприємств. Бюджетне фінансування забезпечить планування діяльності підприємства на певний період та дасть змогу сформувати якісну систему управління трудовими ресурсами.

Введення в дію системи бюджетного фінансування витрат на оплату праці дасть підприємству можливість забезпечити ефективність та результативність праці і, таким чином, зможе усунути нераціональні витрати ще під час планування.

На думку вчених-економістів, успішність бюджетування витрат на оплату праці на досліджуваних підприємствах залежатиме передусім від таких чинників:

– активної участі вищого керівництва в координації всього процесу бюджетування;

– досягнення узгодженості між стратегією підприємства та цілями окремих керівників підрозділів;

– побудови принципово нової системи стимулювання працівників;

– навчання персоналу та обов'язкового впровадження прогресивних інформаційних технологій на базі корпоративних програмних продуктів [1, с. 185–193].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, підприємство повинно самостійно вибрати систему управління витратами, яка найбільше буде допомагати підвищувати конкурентоспроможність та прибутковість на ринку. Також необхідно сказати, що в управлінні витратами на

Таблиця 1

Удосконалені підходи до обліку витрат на оплату праці та інші виплати

Рахунок аналітичного обліку	Види виплат, що обліковуються на рахунку
8111 «Оплата праці, пов'язана з кількістю праці»	Заробітна плата за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці за трудовими договорами; винагороди за цивільно-правовими договорами; доплати за суміщення професій, виконання обов'язків тимчасово відсутнього працівника
8112 «Оплата праці, пов'язана з якістю праці»	Надбавки за високу професійну майстерність, класність водіям, високі досягнення у праці; премії за виконання і перевиконання виробничих завдань, підвищення продуктивності праці, поліпшення кінцевих результатів діяльності
8113 «Компенсаційні виплати за особливі умови праці»	Доплати за роботу у важких і шкідливих умовах праці, за роботу в нічний (вечірній) час, із ненормованим робочим днем водіям, за розривний графік роботи; вартість безоплатно наданого працівникам спецодягу та харчування
8114 «Оплата за невідпрацьований час»	Оплата щорічних і додаткових соціальних відпусток за законодавством, додаткових відпусток у зв'язку з навчанням
8115 «Індексаційні й компенсаційні виплати»	Виплати, пов'язані з індексацією зарплати; суми компенсації працівникам втрати частини заробітку у зв'язку з порушенням термінів її виплати, у т. ч. за невчасно проведену індексацію
8116 «Виплати заохочувального характеру»	Винагороди за вислугу років (щорічні й щомісячні); премії за результатами року; виплати до свят та ювілеїв
8117 «Соціальні пільги»	Матеріальна допомога систематичного характеру; безоплатне харчування, вартість проїзних квитків та путівок працівникам, передбачені трудовою угодою (контрактом)
8118 «Непродуктивні виплати»	Оплата праці за невиконання норм виробітку не з вини працівника; оплата наднормових робіт, робіт у святкові й вихідні дні; доплати до розміру середньої зарплати працівникам, що вимушено працювали скорочений робочий час; виплати за час перебування у відпустках з ініціативи адміністрації та страйку

оплату праці обов'язково потрібно звертати увагу на особливість виробничого процесу на сільськогосподарських підприємствах.

Дослідження проблеми контролю та формування витрат на оплату праці в сільському господарстві дає можливість виявити потребу у факторах, як внутрішніх, так і зовнішніх, впливу на управління діяльністю сільськогосподарського підприємства.

Підприємство використовує комп'ютерну техніку для обробки інформації під час нарахування оплати праці та інших виплат працівникам, так забезпечується економія часу. Отже, створення потужних аналітичних функцій з удосконалення автоматизованого обліку дасть змогу надавати оперативну інформацію, проводити моніторинг правильності проведених розрахунків і рівня витрат на оплату праці та проводити аналіз відхилень основних кількісних та якісних трудових показників.

Своєю чергою, бюджетування сільського господарства змусить їх бути більш відповідальними за виробництво своєї продукції, дасть можливість контролювати витрати та завчасно здійснювати їх розподіл, також підвищиться продуктивність праці, тому що кожен матиме змогу побачити обсяг роботи та справедливу оплату за її виконання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Неживенко А.П. Особливості організації обліку витрат на оплату праці автотранспортних підприємств. Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2013. № 11. С. 185–193. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_11_26. Назва з екрану.

2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 № 996-XIV-ВР, зі змін. і доп. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main/996-14. Назва з екрану.

3. Муляр Т.С. Особливості управління витратами сільськогосподарських підприємств. Економіка та держава. 2014. № 6. С. 74–77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJR/ecde_ 2014_6_17. Назва з екрану.

4. Бабич І.І. Формування витрат на оплату праці: контрольний аспект. Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. 2012. Вип. 39. С. 85–88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2012_39_21. Назва з екрану.

5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 135 «Витрати»: Наказ Мінфіну України № 568 від 18.05.2012. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0903-12. Назва з екрану.

6. Корінько М.Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація: монографія. К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2007. С. 464.

REFERENCES:

1. Nezhyvenko A. P. (2013) Osoblyvosti orhanizatsii obliku vytrat na oplatu pratsi avtotransportnykh pidpryiemstv [Features of the organization of accounting for the costs of labor remuneration of motor companies]. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V. V. Dokuchaieva, [Bulletin of Kharkiv National Agrarian University named after. V. V. Dokuchaev. Sir: Economic Sciences], no. 11,

pp. 185-193. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_11_26 (in Ukrainian)

2. Zakon Ukrainy Pro bukhhalterskyi oblik i finansovu zvitnist v Ukraini vid 16.07.99 roku, №.996-KhIV-VR zi zmin. i dopov. [On Accounting and Financial Reporting in Ukraine Law of Ukraine dated 16.07.99, No. 996-XIV-BP on Amendments. and listens.] – Retrieved from: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main/996-14 (in Ukrainian)

3. Muliar T. S. (2014) Osoblyvosti upravlinnia vytratamy silskohospodarskykh pidpryiemstv [Features of cost management of agricultural enterprises]. Ekonomika ta derzhava, [Economy and the state], no. 6, pp. 74-77. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2014_6_17 (in Ukrainian)

4. Babich I. I. (2012) Formuvannia vytrat na oplatu pratsi: kontrolnyi aspekt [Formation of labor costs: a control aspect]. Visnyk Lvivskoi komertsiinoi akademii. Seriia ekonomichna, [Visnyk of the Lviv Commercial Academy. The series is economical], Vol. 39, pp. 85-88. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2012_39_21 (in Ukrainian)

5. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku v derzhavnomu sektori 135 “Vytraty”: zatv. nakazom Minfin Ukrainy № 568 vid 18.05.2012 r. [National accounting (public) accounting standard in the public sector 135, Expenses, approved by the order of the Ministry of Finance of Ukraine, no.568, 18 May, 2012] Retrieved from http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0903-12

6. Korinko M. D. (2007) Kontrol ta analiz diialnosti subiektiv hospodariuvannia v umovakh yii dyversyfikatsii: teoriia, metodolohiia, orhanizatsiia [Control and analysis of business entities in the conditions of its diversification: theory, methodology, organization]. Kyiv. Information and analytical agency, pp. 464. (in Ukrainian)

Tomchuk O.F.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Analysis and Statistics,
Vinnytsia National Agrarian University
Mashevska A.A.
Postgraduate Student,
Assistant Lecturer at Department of Analysis and Statistics,
Vinnytsia National Agrarian University

CONTROL AND MANAGEMENT OF LABOUR COSTS

Today, the account of labour costs is one of the main tasks of providing the head of the company with the necessary, reliable, and time-sensitive information for making appropriate management decisions on the efficient use of labour forces.

To improve the management of labour costs and employees’ payment systems efficiently, it is necessary to implement and apply new management methods, as well as technical modern means of information systems that can provide: data collection on labour costs for a more accurate assessment by virtue of accepted payment system and in accordance with the current legislation. It is necessary to take into account labour payment expenses in prime cost of individual operations or services, as well as to carry out operational control over the level of labour payment expenses in order to increase their relative share in the prime cost of services and total costs of the enterprise and reduction of unproductive payments. It is important to monitor the ratio of wages and labour productivity, to plan and regulate salary budget.

Taking into account the obtained experience of the application of internal accounting, agricultural enterprises should create and use new costs management systems, which will give the opportunity to assure analysis and control of costs, prompt provision of information for the application of measures for their saving by virtue of creation of an effective incentive mechanism, it will also make it possible to raise the level of labour remuneration to the factual value of labour power in accordance with the regulatory and social policy of the state, the growth of level of above-wage earnings of workers for specific labour results and outrunning growth of labour productivity over the average salary.

The main problem is the ever-increasing costs that negatively affect the financial performance of the enterprise.

Severe competition in markets, constantly rising price of resources, and high tariffs in the context of inflation encourage enterprises to find ways, which will improve their business. One of the most important areas is the optimization upon the cost criterion, which is the result of the process of their management. Therefore, the study of cost management process, its functions, and procedures has great practical importance.

It is necessary to pay attention to ways of reduction of enterprise’s costs in whole, as it is necessary to change the nature of their management as an integral part of costs control for the effective use of labour resources.

Consequently, an enterprise should independently choose a cost management system that will most likely help to increase competitiveness and profitability in the market. It worth to say that in labour costs management, it is necessary to pay attention to the peculiarity of the production process at agricultural enterprises.

РОЛЬ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

THE ROLE OF PROFIT AND LOSS STATEMENT FOR THE INFORMATION SUPPORT OF THE FINANCIAL ANALYSIS OF THE ENTERPRISE

УДК 657.62

Томчук О.Ф.
к.е.н., доцент, доцент кафедри аналізу та статистики
Вінницький національний аграрний університет
Томчук В.В.
к.е.н., помічник аудитора
ТОВ «Файненс Лоу Аудіт Груп»

У статті розглянуто етапи визначення чистого фінансового результату підприємства, їх інформаційну наповненість, методику аналізу Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід). Обґрунтовано пропозиції, які підвищать інформаційне забезпечення Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) під час аналізу фінансового стану підприємства. Проаналізовано формування фінансових результатів та прибутковість капіталу.
Ключові слова: *прибуток, збиток, Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), інформаційне забезпечення, фінансовий стан.*

В статье рассмотрены этапы определения чистого финансового результата предприятия, их информационное наполнение, методика анализа Отчета о финансовых результатах (Отчета о совокупном доходе). Обоснованы предложения, которые повысят информационное обеспечение Отчета о финансовых результатах при анализе финансового состояния предприятия. Проанализировано формирование финансовых результатов и прибыльность капитала.
Ключевые слова: *прибыль, убыток, Отчет о финансовых результатах (Отчет о совокупном доходе), информационное обеспечение, финансовое состояние.*

The article examines stages for determining the net financial result of the enterprise, their information content, and methodology for analysing the Profit and Loss Statement (Gross Income Statement). The guidelines that will enhance information support of the Profit and Loss Statement (Gross Income Statement) when analysing the financial condition of the enterprise are substantiated. Formation of financial results and capital profitability is analysed.
Key words: *profit, loss, Profit and Loss Statement (Gross Income Statement), information support, financial condition.*

Постановка проблеми. Висока конкуренція вимагає від підприємств швидко реагувати на становище ринку, враховувати інтереси споживачів і забезпечувати високу конкурентоспроможність своєї продукції. Особливого значення набуває своєчасна та об'єктивна оцінка фінансового стану підприємства, яка, з одного боку, є результатом діяльності підприємства, а з іншого – виявляє передумови його розвитку. Ефективне функціонування системи аналізу фінансового стану стає можливим лише за наявності певного інформаційного забезпечення. Велике значення має проведення аналізу та прогнозування фінансових результатів діяльності, що необхідне для економічних партнерів, які співпрацюють із даним суб'єктом господарювання. Звичайно, підвищення якості аналізу фінансових результатів підприємства є важливим завданням діяльності кожного підприємства та беззаперечною умовою успішності її внутрішніх і зовнішніх взаємодій. Найбільш достовірна інформація втрачає своє значення, якщо вона надана користувачам несвоєчасно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ролі звіту про фінансові результати в інформаційному забезпеченні фінансового стану підприємства розкривають такі видатні вітчизняні вчені, як: О.Я. Базілінська, Є.Є. Іонін, Л.М. Кіндрацька, В.О. Мец, Є.В. Мних, В.К. Савчук, Ю.С. Цал-Цалко, М.Г. Чумаченко та ін. Інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану досліджується у роботах науковців країн пострадянського простору, зокрема таких, як В.В. Ковальов Г. В. Савицька, А.Д. Шеремет. У дослідженнях науковців опубліковано цілу низку методичних рекомендацій щодо проведення аналітичного дослідження фінансового стану підприємства, які успішно можуть бути використані під час оцінки показників звітності, зокрема Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід). Незважаючи на істотний внесок у розвиток і вдосконалення аналізу інформаційного забезпечення фінансового стану підприємства, теоретичні праці аналітиків потребують подальшого вдосконалення.

Постановка завдання. Мета статті – обґрунтувати значення інформації про доходи, витрати, прибутки і збитки від діяльності підприємства за звітний період і визначити її вплив на фінансовий стан підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформація, наведена у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід), з одного боку, надає можливість оцінити ділову активність та фінансову привабливість підприємства, а з іншого – дає змогу розрахувати показники, що використовуються під час прогнозування майбутньої діяльності суб'єкта господарювання. Він є складовою частиною квартальної та річної фінансової звітності підприємств.

Відповідно до НП(С)БО 1, у Звіті про фінансові результати розкривається інформація про доходи, витрати, прибутки і збитки, інший сукупний дохід та сукупний дохід підприємства за звітний період [1].

Загальні вимоги до розкриття статей Звіту про фінансові результати визначено Методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової звітності [2]. Порядок визнання доходів і витрат

та їх відображення у Звіті про фінансові результати відображено на рис. 1.

Відповідно до п. 4 р. І НП(С)БО 1, кількість статей Звіту профінансові результати не регламентована. Підприємства можуть не

наводити статті, за якими відсутня інформація до розкриття завинятком тих випадків, коли така інформація була в попередньомузвітному періоді [1].

С.О. Михайловина зазначає, що згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку № 1, чинна форма Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) складається з чотирьох розділів [3].

І розділ Звіту «Фінансові результати» призначений для відображення інформації про доходи і витрати від операційної, фінансової, інвестиційної діяльності та про фінансовий результат діяльності – чистий прибуток (збиток).

Порядок визначення чистого фінансового результату прибуток (збиток) можна розділити на чотири етапи. На першому етапі визначається валовий прибуток (збиток) як різниця між чистим доходом від реалізації і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) з урахуванням сум, наведених у додаткових статтях Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід). На другому етапі визначається фінансовий результат від операційної діяльності як алгебраїчна сума валового прибутку (збитку), іншого операційного доходу, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат з урахуванням сум, наведених у додаткових статтях Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід). На третьому етапі визначається фінансовий результат до оподаткування як алгебраїчна сума прибутку (збитку) від операційної діяльності, фінансових та інших доходів, фінансових та інших витрат з урахуванням сум, наведених у додаткових статтях Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід). На четвертому етапі визначається чистий фінансовий результат як алгебраїчна сума фінансового результату до оподаткування, податку на прибуток та прибутку (збитку) від припиненої діяльності після оподаткування (Звіту про сукупний дохід). Схему визначення чистого фінансового результату (прибутку, збитку) розглянемо на рис. 2 [3].

Для проведення аналізу фінансових результатів у сільськогосподарських підприємствах використовують такі методи аналізу звітності: горизонтальний, вертикальний, трендовий, коефіцієнтний і факторний. Більшість науковців, аналізуючи фінансово-господарську діяльність, звертає увагу на горизонтальний, вертикальний та коефіцієнтний фінансовий аналіз (84,6%). Найменш використовуваними прийомами у фінансовому аналізі є економіко-математичні й функціонально-вартісні прийоми (7,7%) [4]. Вихідні дані заносяться в аналітичні таблиці.

Крім традиційних математично-статистичних методів дослідження фінансових результатів, учені виокремлюють економічні методи, методи економічної кібернетики й оптимального програ-

Рис. 1. Мета складання та елементи Звіту про фінансові результати

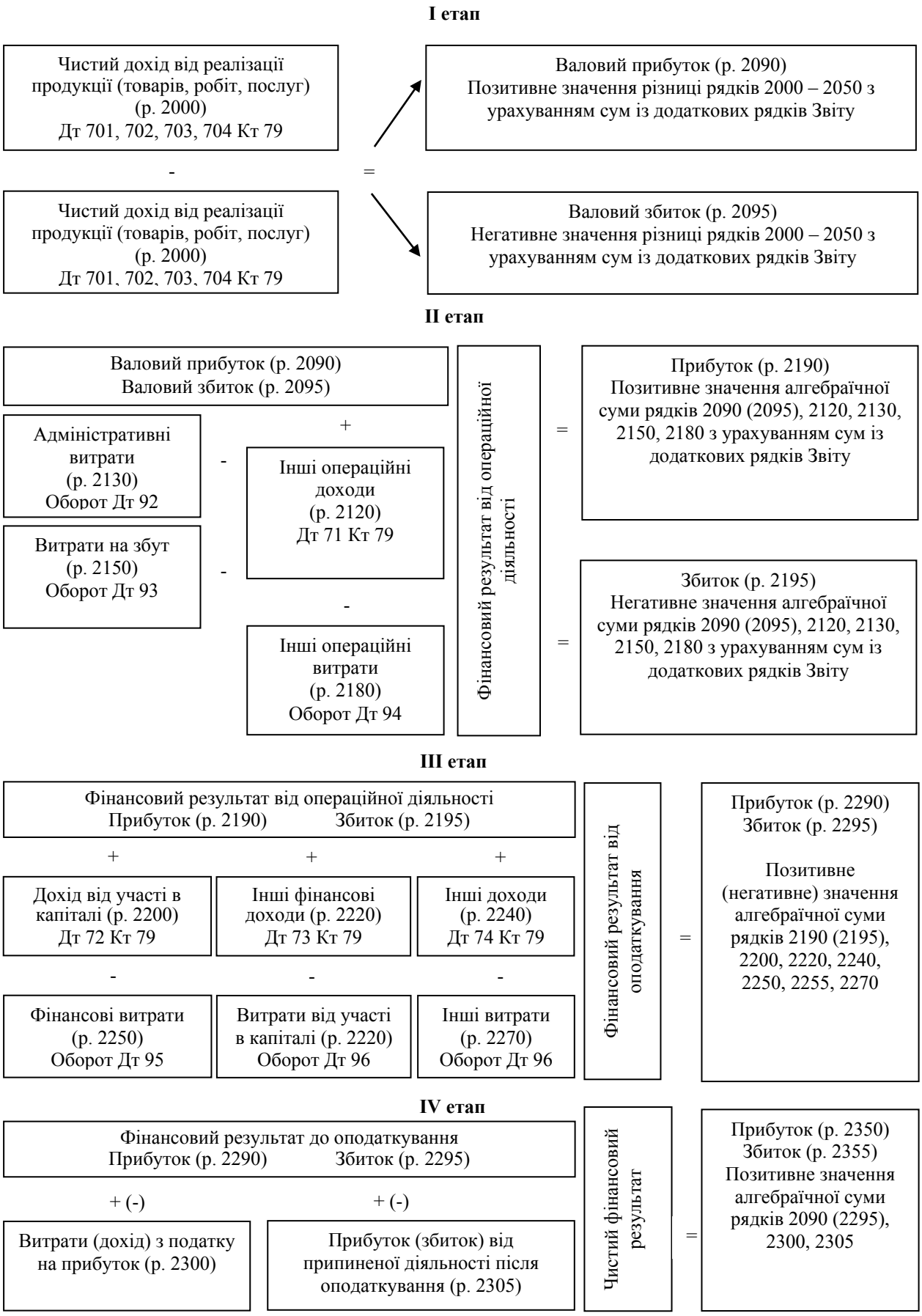


Рис. 2. Схема визначення чистого фінансового результату (прибутку, збитку)

мування, методи дослідження операцій і теорії прийняття рішень. Для глибокої оцінки фінансових результатів та точнішого обґрунтування рекомендацій для поліпшення роботи підприємства також використовуютьCVP-аналіз і концепцію фінансового важеля [5].

Аналіз динаміки звіту про фінансові результати передбачає зіставлення змін

в часі кожної статті доходів, витрат і прибутків. Аналізуючи виручку від реалізації продукції і чистий дохід, необхідно звернути увагу на динаміку зміни цих статей Звіту про фінансові результати. Зростання виручки і, відповідно, чистого доходу свідчить про зростання масштабів діяльності сільськогосподарського підприємства, розширення сфер діяльності, зміцнення позицій на ринку. Але необхідно дослідити, за рахунок чого відбулося зростання доходів – за рахунок зростання обсягів виробництва чи за рахунок зростання цін під впливом інфляційних процесів. Вплив останнього фактору не можна вважати позитивним. Також важливим є співставлення темпів зростання чистого доходу (ЧД) із темпами зростання валюти балансу (ВБ). Нормальним уважається дотримання такої нерівності:

$$Тпр_{чд} > Тпр_{вб}, \quad (1)$$

де $Тпр_{чд}$ – темп приросту чистого доходу;

$Тпр_{Вб}$ – темп приросту активів підприємства.

Протягом досліджуваного періоду Ялтушківська ДСС ІБК і ЦБ НААН мала наступне співвідношення:

– 2014 р. – 393,9 > 92,8;
– 2015 р. – 126,3 > 105,6;
– 2016 р. – 138,1 > 112,5.

Дотримання цієї нерівності вказує на те, що ресурси дослідної станції, задіяні в основній діяльності, за період дослідження використовуються ефективно.

Крім того, у ході аналізу динаміки доходів і витрат необхідно зіставити темпи приросту чистого доходу і темпи приросту собівартості реалізованої продукції, тобто перевірити умову оптимізації валового прибутку:

$$Тпр_{чд} > Тпр_{св}, \quad (2)$$

де $Тпр_{Св}$ – темп приросту собівартості.

У Ялтушківській ДСС ІБК і ЦБ НААН за 2014–2016 рр. спостерігалося таке співвідношення:

– 2014 р. – 393,9 > 327,8;
– 2015 р. – 126,3 < 149,4;
– 2016 р. – 138,1 > 126,7.

Дане співвідношення темпів приросту призводить до зниження питомої ваги повної собівартості в чистому доході підприємства і, відповідно, до підвищення ефективності поточної діяльності підприємства. У разі невиконання умов оптимізації валового прибутку необхідно виявити причини цього невиконання. Зокрема, ми бачимо, що чистий дохід зростає швидшими темпами у 2014 та 2016 рр., аніж собівартість, що є позитивним явищем, оскільки збільшує чутливість валового прибутку до зміни виручки від реалізації і, крім того, збільшує сам валовий прибуток.

Валовий прибуток сільськогосподарського підприємства характеризує ефективність діяльності виробничих підрозділів. Зростання валового прибутку свідчить про підвищення ефективності виробництва – ефективність операційної діяльності [6]. Аналізуючи інші статті операційних доходів і витрат, необхідно порівняти між собою їх питому вагу, а також оцінити темпи зростання витратних статей порівняно з дохідними. Так, наприклад, якщо протягом тривалого періоду буде спостерігатися швидке зростання постійних операційних витрат порівняно зі зростанням валового прибутку та інших операційних доходів, операційний прибуток підприємства буде зменшуватися і може перетворитися на збиток, що є дуже негативним явищем. Окрім того, зростання частки умовно-постійних витрат підприємства, до яких відносять адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати, призводить до необхідності збільшення обсягу реалізації або ціни для забезпечення точки беззбитковості.

Варто відзначити, що операційний прибуток – це один із ключових результативних показників діяльності підприємства. Операційний прибуток є відображенням ефективності основної діяльності підприємства і показує, наскільки успішним є основна діяльність підприємства без урахування інших факторів. Якщо підприємство отримує операційний прибуток, це свідчить про успішність його основної діяльності і про наявність можливостей для погашення відсотків за кредитами, фінансування інших видів діяльності, що не належить до операційної.

Важливим моментом аналізу динаміки Звіту про фінансові результати є аналіз доходів і витрат неопераційної діяльності. Так, наявність фінансових доходів, доходів від участі в капіталі, інших доходів на підприємстві, а також позитивна їх динаміка свідчать про високий ступінь диверсифікації діяльності підприємства на ринку, що забезпечує додаткові джерела доходів і є своєрідним захистом від операційних збитків.

Вважаємо, що для посилення рівня інформативності Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) необхідно включити до першого розділу звіту статті, які відображали б окремо фінансовий результат (прибуток, збиток) від фінансової та інвестиційної діяльності. Це полегшить роботу бухгалтерів та аналітиків та зробить інформацію, яка в них розкрита, більш доступною та зрозумілою для користувачів.

Аналізуючи останній рядок Звіту про фінансові результати – чистий прибуток (збиток), необхідно з'ясувати причини його позитивних чи негативних змін. Причини або фактори, що вплинули на прибуток, розкриває детальний аналіз статей доходів і витрат. Під час дослідження позитивної динаміки прибутку аналіз причин його збільшення дасть змогу спрямувати зусилля на подальше зростання позитивних результатів діяльності підприємства. Особливо важливим є аналіз причин зниження чистого прибутку та перетворення його на збиток протягом періоду, що досліджується. Виявлення причин збитковості підприємства дасть змогу вжити заходів щодо ліквідації причин збитків, якщо вони викликані внутрішніми факторами, або шукати альтернативні варіанти отримання доходів, якщо збитковість підприємства викликана зовнішніми факторами впливу.

Формування, динаміку та зміну фінансових результатів проаналізуємо в табл. 1.

Дані табл. 1 свідчать, що Ялтушківська ДСС ІБК і ЦБ НААН динамічно

розвивається. Фінансові результати її діяльності у звітному періоді значно кращі, ніж у попередніх. Кращою за результативністю є операційна діяльність дослідної станції, але темпи росту безпосередньо витрат на виробництво реалізованої продукції (84,7%, або 7 884 тис. грн.), значно вищі, ніж темпи росту прибутку до оподаткування (47,1%, або 513 тис. грн.).

Загальний фінансовий результат основної діяльності ДСС, а також операцій, що її забезпечують або виникають унаслідок її проведення, чистий прибуток також зріс на 54,7%, або на 567 тис. грн.

Відомості про розподіл чистого прибутку, зокрема про його реінвестування, що спричиняє збільшення власного капіталу, можна отримати зі звіту про рух грошових коштів та звіту про власний капітал [6]. Таким чином, у звіті про фінансові результати розкриваються причини одержання певної величини чистого прибутку, який указує на зміни в розділі І пасиву балансу. Структура першого розділу Звіту про фінансові результати надає нам інформацію про доходи і витрати з точки зору власника підприємства: розглядає прибуток здебільшого як джерело розподілу власникам (нарахування і сплати дивідендів тощо); всі витрати, пов'язані з отриманням доходу звітного періоду, у т. ч. податок на прибуток, уважає витратами звітного періоду.

ІІ розділ Звіту «Сукупний дохід» призначений для відображення інформації про доходи і витрати, отримані в результаті переоцінювання необоротних активів, фінансових інструментів та монетарних статей балансу. Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», інший сукупний доход – це доходи та витрати, не включені до фінансових результатів підприємства [1].

Зміст поняття «сукупний дохід», згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1, – це зміни у власному капіталі про-

Таблиця 1

Аналіз формування, динаміки та змін фінансових результатів, тис. грн.

№ з/п	Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Відхилення, (+,-)
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	11759	14856	20523	8764
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	9309	13903	17193	7884
3	Валовий прибуток	2450	953	3330	880
4	Інші операційні доходи	5	975	283	278
5	Адміністративні витрати	723	612	541	- 182
6	Витрати на збут	-	-	-	-
7	Інші операційні витрати	642	658	1469	827
8	Фінансові результати від операційної діяльності: - прибуток - збиток	1090	658	1603	513
9	Інші доходи	-	-	-	-
10	Інші витрати	-	-	-	-
11	Фінансовий результат до оподаткування: - прибуток - збиток	1090	658	1603	513
12	Витрати (дохід) з податку на прибуток	- 54	- 37	-	54
13	Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	-	-	-	-
13	Чистий прибуток	1036	621	1603	567

Джерело: сформовано на основі даних фінансової звітності Ялтушківської ДСС ІБК і ЦБ НААН с. Черешневе Барського району Вінницької області за 2014–2016 рр.

тягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій із власниками) [1]. Тоді виходячи з визначення не всі операції, пов'язані зі зміною в елементах власного капіталу, формують сукупний дохід.

Розділ III Звіту про фінансові результати дає змогу провести необхідний аналіз структури витрат на виробництво, управління, збут та інших операційних витрат за економічними елементами та використовується для складання звіту про рух грошових коштів (під час коригування суми нерозподіленого прибутку на негрошові статті, зокрема на суму амортизації) (рис. 3), тобто даний розділ є дзеркалом операційних витрат підприємства за елементами.

Для більш ретельного аналізу якості отриманого прибутку пропонуємо розглянуті елементи операційних витрат наводити в розрізі класифікації витрат за функціями.

Розділ IV «Розрахунок показників прибутковості акцій» стосується лише

акціонерних товариств, прості або потенційні акції яких відкрито продаються

і купуються на фондових біржах, у тому числі таких товариств, які знаходяться у процесі випуску зазначених акцій [6]. Метою цього розділу звіту є розрахунок розміру дивідендів на одну просту акцію. Для розуміння змісту цього розділу та методики його складання необхідно знати визначення таких термінів:

- середньорічна кількість простих акцій – це середньозважена кількість простих акцій, які перебували в обігу протягом звітного періоду;
- скоригована середньорічна кількість простих акцій – це середньорічна кількість простих акцій в обігу, скоригована на кількість потенційно простих акцій;
- фінансовий інструмент – це контракт, який одночасно приводить до виникнення (збільшення) фінансового активу в одному підприємстві і фінансового зобов'язання або інструмента власного капіталу в іншому;
- потенційні прості акції – це фінансовий інструмент або інший контракт, за яким у майбутньому його власнику надається право на прості акції. До них відносять облігації, які можна конвертувати у звичайні акції; привілейовані акції, які можуть бути конвертовані в прості акції; варіанти на акції; опціони на акції тощо.

Прибуток на акцію використовується для оцінки минулих результатів операційної діяльності підприємства для формування висновку щодо його потенціалу і прийняття рішень про інвестиції. Інвесторів цікавить ефективність використання підприємством ресурсів, наданих власниками простих акцій.

Тому дуже важливим є застосування всіма підприємствами однакової методики розрахунку цього показника і послідовне дотримання її під час подання фінансових звітів за кілька звітних періодів. Згідно з НП(С)БО 1 [1], фінансові аналітики та інвестори, як правило, користуються двома показниками прибутку на акцію:

- чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію обчислюється діленням чистого прибутку (збитку) періоду, які належать власникам простих акцій, на середньозважену кількість простих акцій, які перебували в обігу протягом цього періоду;
- скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію, який передбачає врахування під час його обчислення показника таких фінансових інструментів, як потенційні прості акції.

За допомогою показників Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) проводиться оцінка ділової активності та рентабельності підприємства або ступінь ризику недосягнення очікуваних результатів діяльності.

Центральне місце в аналітичному процесі посідають аналіз та оцінка рівня прибутковості господарювання підприємства. Аналіз показників

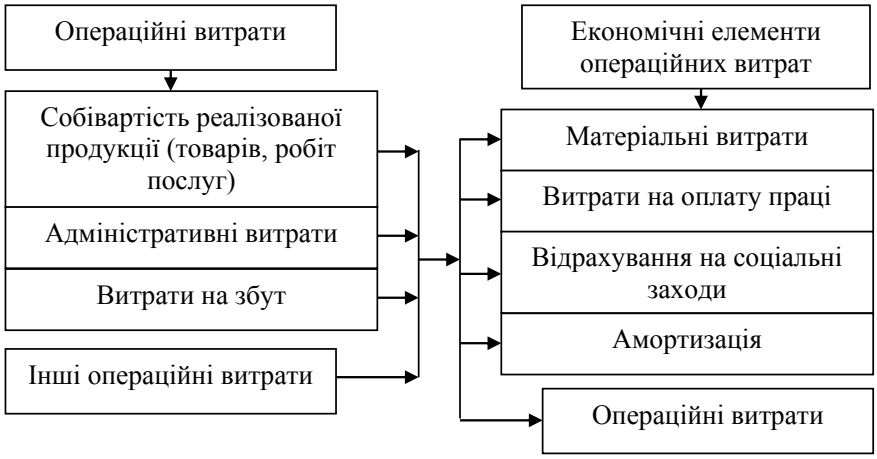


Рис. 3. Взаємозв'язок класифікації операційних витрат за функціями та економічними елементами

Таблиця 2

Аналіз прибутковості капіталу

№ п/п	Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	Відхилення, (+, -)
1	2	3	4	5	6
1.	Чистий фінансовий результат, тис. грн.	1036	621	1603	567
2.	Середня сума загального капіталу, тис. грн.	11882,5	11760,5	12842	959,5
3.	Середня сума оборотного капіталу, тис. грн.	4575	4491	10381	5806
4.	Середня сума власного капіталу, тис. грн.	8757	9585,5	10697,5	1940,5
5.	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	11759	14856	20523	8764
6.	Прибутковість загального капіталу, %	8,7	5,3	12,5	3.8
7.	Прибутковість оборотного капіталу, %	22,6	13,8	15,4	- 7,2
8.	Прибутковість власного капіталу, %	11,8	6,5	14,9	3,1
9.	Прибутковість реалізації,%	8,8	4,2	7,8	- 1

Джерело: сформовано на основі даних фінансової звітності Ялтушківської ДСС ІБК і ЦБ НААН с. Черешневе Барського району Вінницької області за 2014–2016 рр.

рентабельності є важливим для оцінки потенційних можливостей підприємства щодо формування прибутку та оцінки фінансового стану (табл. 2).

Дані таблиці свідчать, що у звітному періоді рентабельність загального і власного капіталу підвищилася. Зумовлено це значним зростанням загального прибутку і незначною зміною засобів підприємства та джерел їх покриття. Нерівномірне співвідношення зростання прибутку і середньої вартості оборотного капіталу і виручки від реалізації засвідчує про зниження рентабельності на кінець 2016 р. на 7,2% та 1% відповідно.

М.Б. Кулинич та Н.І. Коваль уважають, що показники прибутку, які впливають на оцінку фінансового стану підприємства, мають бути такими, щоб усі ті, хто пов’язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність установлення таких відносин із підприємством. У кожного з партнерів підприємства – акціонерів, банків, податкових адміністрацій – свій критерій економічної доцільності на власний вибір виходячи зі своїх інтересів [7].

Нині в Україні в умовах кризи спостерігається тенденція до значного зниження рівня рентабельності виробництва, що означає збитковість багатьох господарств, тому коли підприємство досягає точки нульового прибутку (точки беззбиткової), йому слід переглянути свою стратегію в напрямі появи можливості отримання прибутку і досягнення рентабельності підприємства. Важливим фактором, який має вплив на рентабельність роботи підприємства, є рівень реалізаційних цін. Недосконале ціноутворення перешкоджає утворенню прибутку та зростанню рентабельності. В Україні ціноутворення слабко узгоджується з динамікою виробництва і реалізації продукції, попиту та пропозиції, тому, порівнюючи показники рентабельності різних видів продукції, не можна говорити, що одна з них є ефективнішою, ніж інша. Отже, потрібно, щоб ціни на продукцію підприємства максимально відображали суспільно необхідний рівень витрат.

Таким чином, за даними Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) можна отримати оцінку діяльності суб'єкта господарювання, визначити його економічний потенціал та оцінити перспективи розвитку. Шляхом порівняння зміни валюти балансу зі змінамифінансових результатів діяльності підприємства можна здійснитизагальну оцінку динаміки фінансового стану підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) – це бухгалтерський документ, щомістить інформацію про діяльність підприємства за певний період, зокрема про його рентабельність, що необхідно для оцінки потенційних змін у складі економічних ресурсів та прогнозування здатності сільськогосподарського підприємства генерувати грошові потоки від тієї ресурсної бази, що є в наявності. Крім того, цей звіт надає інформацію про ефективність, з якою підприємство може використовувати додаткові ресурси. І лише комплексний розгляд вищезазначених розділів Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) уможливить отримання найбільш повного уявлення про поточний фінансовий стан і подальші можливості сільськогосподарських підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73. URL: http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx. Назва з екрану.

2. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності : наказ Міністерства фінансів України № 433 від 28.03.2013. URL: http://www.minfin.gov.ua. Назва з екрану.

3. Михайловина С.О. Особливості складання звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід) у сільськогосподарських підприємствах. URL: http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/757/1/2015.pdf. Назва з екрану.

4. Остап'юк Н.А. Методика оцінки фінансового стану підприємства в умовах інфляції. Вісник ЖДТУ. 2011. № 1 (55). С. 127–129.

5. Яріш П.М., Касьянова Ю.В. Методи проведення аналізу фінансових результатів діяльності організацій. Управління розвитком. 2013. № 4 (144). С. 159–162.

6. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / М.Р. Лучко, С.М. Жукевич, А.І. Фаріон. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 304 с.

7. Кулинич М.Б., Коваль Н.І. Удосконалення методики складання та аналізу фінансової звітності підприємств. Економіка і суспільство. 2016. № 6. С. 367–372.

REFERENCES:

1. Natsionalne Polozhennia (Standart) bukhhalterskoho obliku 1 "Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti" (07.02.2013) № 73 [Electronic resource]. Mode of access : http://buhgalter911.com/Res/NPSBO/NPSBO1.aspx [in Ukrainian].

2. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy "Metodychni rekomendatsii shchodo zapovnennia form finansovoi zvitnosti" (28.03.2013) № 433 [Electronic resource]. Mode of access : http://www.minfin.gov.ua [in Ukrainian].

3. Mykhailovyna S.O. (2015) Osoblyvosti skladannia zvitu pro finansovi rezultaty (zvitu pro sukupnyi dokhid) u silskohospodarskykh pidpryiemstvakh [Features of drawing up of the report on financial results (statement of comprehensive income) in the agricultural enterprises] (electronic journal). Available at : http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/757/1/2015.pdf.

4. Ostap'yuk N. A. (2011) Metodyka otsinky finansovoho stanu pidpryiemstva v umovakh infliatsii [The methodology for assessing the financial condition of the enterprise in terms of inflation]. Visnyk ZhDTU, no. 1 (55), pp. 127 – 129.

5. Yarish P. M., V. Kasianova (2013) Metody provedennia analizu finansovykh rezultativ diialnosti orhanizatsii [Methods of analysis of the financial results activities of organizations]. Upravlinnia rozvytkom. no. 4 (144), pp. 159–162.

6. Luchko M. R., Zhukevych S. M., Farion A. I. (2016) Finansovyi analiz. [Financial analysis]. Ternopil:, TNEU, pp. 304 (in Ukrainian).

7. Kulynych M.B., Koval N.I. (2016) Udoskonalennia metodyky skladannia ta analizu finansovoi zvitnosti pidpryiemstv [Improvement of the methodology and the analysis of financial statements of entities], Ekonomika i suspilstvo, no. 6, pp. 367-372.

Tomchuk O.F.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Analysis and Statistics
Vinnytsia National Agrarian University
Tomchuk V.V.
Candidate of Economic Sciences, Assistant Auditor
Finance Low Audit Group Ltd.

THE ROLE OF PROFIT AND LOSS STATEMENT FOR THE INFORMATION SUPPORT OF THE FINANCIAL ANALYSIS OF THE ENTERPRISE

The high competition requires from enterprises to respond quickly to the market situation, take into account the interests of consumers, and ensure the high competitiveness of their products.

The information provided in the Profit and Loss Statement (Gross Income Statement), on the one hand, provides an opportunity to assess business activity and financial attractiveness of the enterprise and, on the other hand, allows calculating the indicators used in forecasting future activities of a business entity.

In accordance with the National Accounting Standard No. 1, the current form of the Profit and Loss Statements (Gross Income Statement) consists of four sections.

Section I of the Profit and Loss Statement is intended to provide information on the revenues and expenses from the operating, financial, and investment activities and the financial result of activities – net profit (loss).

The procedure for determining the net profit (loss) can be divided into 4 stages. On the first stage, gross profit (loss) is defined as the difference between the net value from sales and the cost price of the sold products (goods, work, services) taking into account the amounts stated in the additional articles of the Profit and Loss Statement. On the second stage, the financial result of operating activities is determined as the algebraic sum of gross profit (loss), other operating income, administrative expenses, expenses on sales, and other operating expenses taking into account the amounts specified in the additional articles of the Profit and Loss Statement (Gross Income Statement). On the third stage, the financial result before taxation is determined as the algebraic amount of profit (loss) from operating activities, financial and other income, financial and other expenses taking into account the amounts stated in the additional articles of the Profit and Loss Statement (Gross Income Statement). On the fourth stage, the net financial result is defined as the algebraic amount of the financial result before taxation, income tax and tax on the profit (loss) from the discontinued operations after taxation (Gross Income Statement).

Analysis of financial results of the agricultural enterprises requires the application of such methods of accounting analysis as horizontal, vertical, trend, coefficient, and factor.

Analysis of the dynamics of the Profit and Loss Statement involves comparison of changes in each income, expenses, and profits item.

When analysing the last line of the Profit and Loss Statement, i.e. net profit (loss), it is necessary to find out the reasons for its positive or negative changes.

Section 2 of the Gross Income Statement is intended to present information on the income and expenses resulting from the revaluation of non-current assets, financial instruments, and monetary items on the balance sheet.

Section III of the Profit and Loss Statement enables to carry out appropriate analysis of the structure of expenses for production, management, sales, and other operating expenses by the economic elements and it is used to make the statement of cash flows (when adjusting the amount of retained profit for non-cash items, in particular, the amount of depreciation).

Section IV “Calculation of Profitability Indicators” refers only to joint-stock companies, ordinary or potential shares of which are openly traded and purchased on the stock exchanges, including such partnerships that are in the process of issuing these shares. The purpose of this section of the statement is to calculate the amount of dividends for one ordinary share.

Therefore, according to the data of the Profit and Loss Statement (Gross Income Statement), it is possible to evaluate business entity’s performance, determine its economic potential, and assess the prospects of development. General assessment of the dynamics of the financial condition of the enterprise can be performed through the comparison of changes in the balance currency and changes in the financial results of the enterprise.

РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

SIMULATION OF DEVELOPMENT OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

УДК 519.86+332.146.2

Истомин Л.Ф.
к.т.н., доцент кафедры экономики и предпринимательства
Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля

В статье представлены результаты аналитического экономико-математического и имитационного компьютерного моделирования динамики развития региональной социально-экономической системы. В модели отражены основные факторы взаимодействия элементов такой сложной системы, как регион. Системно-динамическая компьютерная модель разработана в среде Simulink пакета MATLAB. Апробация модели осуществлена на основе статистических данных Луганской области. Представлены расчеты инвестиционных сценариев для оценки возможных путей выхода кризисного региона на траекторию устойчивого социально-экономического развития.

Ключевые слова: *системно-динамический подход, регион, социально-экономическая система, экономико-математическая модель, компьютерное имитационное моделирование, устойчивое развитие, MATLAB, Simulink.*

У статті представлено результати аналітичного економіко-математичного та імітаційного комп'ютерного моделювання динаміки розвитку регіональної соціально-економічної системи. У моделі відображено основні чинники взаємодії елементів такої складної системи, як регіон. Системно-динамічна комп'ютерна модель розроблена в середовищі Simulink пакета MATLAB. Апробацію моделі здійснено на основі статистичних даних Луганської області. Наведено розрахунки інвестиційних сценаріїв для оцінки можливих шляхів виходу кризового регіону на траєкторію сталого соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: *системно-динамічний підхід, регіон, соціально-економічна система, економіко-математична модель, комп'ютерне імітаційне моделювання, сталий розвиток, MATLAB, Simulink.*

The article presents the results of analytical economic-mathematical and computer simulation modelling of the dynamics of the regional socio-economic system development. The model reflects the main factors of elements' interaction for such a complex system as the region. The system-dynamic computer model is developed in the Simulink environment of the MATLAB. The approbation of the model was carried out on the basis of statistical data of the Luhansk region. To assess possible ways for the crisis region to enter on the trajectory of sustainable social and economic development, calculations for different scenarios of investments were carried out.

Key words: *system-dynamic approach, region, socio-economic system, economic-mathematical model, computer simulation, sustainable development, Matlab, Simulink.*

Постановка проблемы. В настоящее время экономика Украины переживает период очередного кризиса и влияние множества факторов внешнего и внутреннего характера, поэтому анализ и прогнозирование возможных путей развития социально-экономической ситуации в регионах является актуальной задачей. Особую актуальность эта проблема приобретает для восточных регионов Украины, оказавшихся в наиболее сложном экономическом положении. Одним из наиболее эффективных инструментов прогнозирования на сегодняшний день является компьютерное экономико-математическое моделирование, которое при условии построения адекватной модели позволит учесть основные факторы развития региональных экономических систем и сформировать в определенной мере объективный прогноз, обосновать необходимые меры для устойчивого социально-экономического развития региона.

Анализ последних исследований и публикаций. Разработкой имитационных моделей и экономико-математическим моделированием занимается ряд современных исследователей. Эта проблема освещается в публикациях таких отечественных ученых, как Л. Дума, В. Реутов, М. Лысюк, С. Ромашко, В. Ковальчук и т.д., а также работ россиян А. Емельянова, О. Голосова, А. Янтовского. Анализ публикаций указанных и других авторов показывает, что большинство разработок относятся к проблематике развития региональных и национальных экономических систем в контексте именно их экономического развития и остаются на достаточно абстрактном уровне. Между тем стабильность развития региона предполагает не только стабильность экономики как таковой, но и надлежащий уровень социальных показателей, которые определяют уровень жизни населения региона. Частично социальные аспекты развития территории были учтены в моделях, предложенных В. Реутовым [1], Л. Думой [2], но оба автора использовали достаточно ограниченное число социальных показателей.

Постановка задания. Цель статьи – разработка и анализ системно-динамической модели региона как открытой социально-экономической системы с учетом ее взаимодействия с государственными структурами на примере такого кризисного региона, как Луганская область, и расчет сценариев возмож-

ных путей стабилизации социально-экономической ситуации в регионе.Изложение основного материала исследования. Рассмотрим регион как открытую систему, составляющими которой являются региональные органы власти, экономические (производственные) структуры бизнеса, население, социальная инфраструктура, правовая система и экология, которые взаимодействуют между собой и подвергаются влиянию внешней среды. К внешней среде в данном случае отнесем органы власти на национальном уровне, социально-политическую обстановку, внешние рынки товаров и сырья.

Таким образом, выделяем основные блоки исследуемой сложной системы:

1) производственно-экономическую подсистему (государственные и частные промышленные и сельскохозяйственные предприятия, торговые и обслуживающие предприятия и т. п.);социальную сферу (население региона, системы здравоохранения, образования и инфраструктура региона);

3) региональные органы управления (собственно управление, правоохранительные органы, социальные службы и др.).

Включены в эту систему и органы государственной власти, которые ответственны за взаимодействие с региональным бизнесом (налоги, финансирование государственных программ и т. п.), социальной сферой (социальные выплаты и программы поддержки населения) и региональным управлением (бюджетные финансовые потоки на управление, здравоохранение, образование и инфраструктуру региона).

На рис. 1 представлены основные связи в системе: A_1, A_2 – информация и материальные потоки (состояние рынков товаров и сырья); B_1, B_2 – правовая регуляторная информация государства; C_1, C_2 – материальные потоки (товары) и трудовые ресурсы; S_0 – финансовые потоки в регион; N – нормативы взаимодействия региональной власти и бизнеса; L – трудовые ресурсы, занятые в экономике региона; W – заработная плата; T_1, T_2, T_3 – налоговые отчисления в государственный и региональный бюджеты и оплата коммунальных др. услуг в бюджет региона; S, S_N, S_C – инвестиции в профобразование, социальную инфраструктуру, экологию от бизнеса и власти, финансирование социальных выплат; V – финансирование мероприятий по повышению БЖД населения региона; P – целевое финансирование образовательных программ по подготовке квалифицированных кадров.

Основные математические модели, описывающие динамику процессов в каждой из подсистем и взаимодействие экономической, социальной составляющих между собой, а также взаимодействие с государственным и региональным управлением, представлены в работах [3; 4]. Одним из существенных элементов в этих моделях является учет распределенности реализации некоторых экономических процессов во времени. Например, таковыми являются процессы реализации продукции или реализации выделенных инвестиций в развитие основных производственных фондов (ОПФ). Последнее описывается уравнениями:

$$\dot{K}(t) = -\mu K(t) + v(t),\ K(0) = K_0,$$

$$v(t) = \int_0^t \eta(t-\tau) i(\tau) d\tau, \qquad (1)$$

где $K(t)$ – ОПФ, μ – норма амортизации; $i(t)$ – темпы инвестирования; $v(t)$ – темпы реализации инвестиций в ОПФ; $\eta(t)$ – некоторая характерная для данного региона функция плотности распределения (ФПР) реализации инвестиций во времени.

Решение уравнения (1) для произвольной ФПР невозможно реализовать стандартными средствами Simulink [5]. Тогда, представляя (1) в виде:

$$\dot{v}(t) = i(t)\eta(0) + \int_0^t \dot{\eta}(t-\tau) i(\tau) d\tau, v(0) = 0, \qquad (2)$$

построим ФПР вида

$$\eta_n(t) = \frac{\lambda^{n+1}}{n!} t^n \exp\{-\lambda t\}, \qquad (3)$$

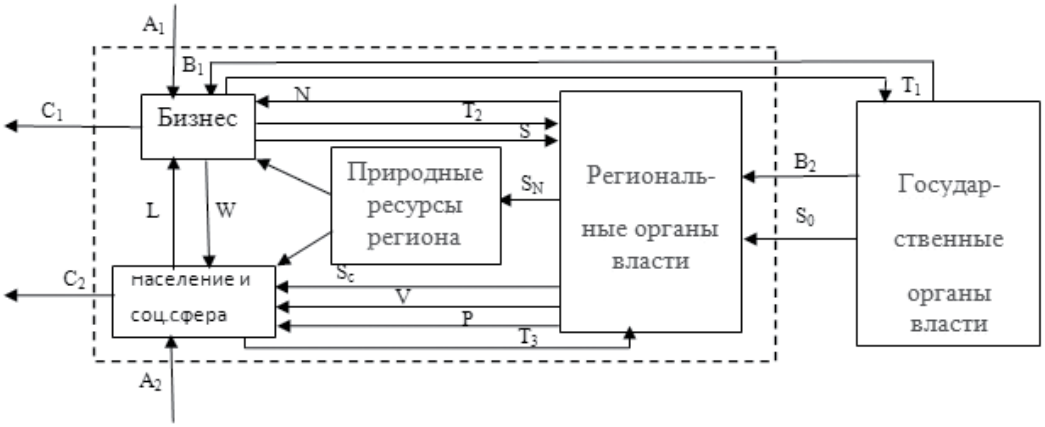


Рис. 1. Схема основных связей в системе «регион»

где $\lambda > 0, n \geq 0$ и целое, $\int_0^\infty \eta_n(t)dt = 1$, мода ФПР $t^* = \frac{n}{\lambda}$, математическое ожидание $m = \frac{n+1}{\lambda}$, дисперсия $\sigma^2 = \frac{(n+1)(n+3)}{\lambda^2}$.

Очевидно, что методом сглаживания, варьируя параметрами λ и n, можно получить ФПР, описывающую реальные процессы в системе, для чего необходимо воспользоваться заменой факториала на Гамма-функцию $x! = \Gamma(x+1)$, где x уже действительное.

Используя соотношения (2) и (3) для $n = 0$, можем получить, что:

$$v_0(t) = \int_0^t \lambda \exp\{-\lambda(t-\tau)i(\tau)d\tau \Rightarrow$$

$$v'_0(t) = \int_0^t \lambda^2 (t-\tau)\exp\{-\lambda(t-\tau)\}i(\tau)d\tau =$$

$$= \lambda\left[i(t) - \int_0^t \lambda \exp\{-\lambda(t-\tau)i(\tau)d\tau\right] = \lambda\left[i(t) - v_0(t)\right]. \quad (4)$$

Последовательно выполнив подобную процедуру для $k = 0,1,2,\ldots,n$ можем получить систему уравнений:

$$v'_0(t) = \lambda\left[i(t) - v_0(t)\right],$$

$$v'_1(t) = \lambda\left[v_0(t) - v_1(t)\right],$$

$$\ldots ..$$

$$v'_k(t) = \lambda\left[v_{k-1}(t) - v_k(t)\right],$$

$$k = \overline{1,n},\ v_l(0) = 0, l = \overline{0,n}, \quad (5)$$

решение которой реализуем стандартными средствами Simulink с управлением по λ и n, что и представлено на рис. 2, где $n = 1,2,3,4$. Свойства такой модели подробно описаны в [6].

На рис. 3 представлен головной модуль системно-динамической модели, реализованный в среде Simulink, где в качестве подсистем включены производственно-экономическая подсистема, социальная подсистема региона, подсистема приня-

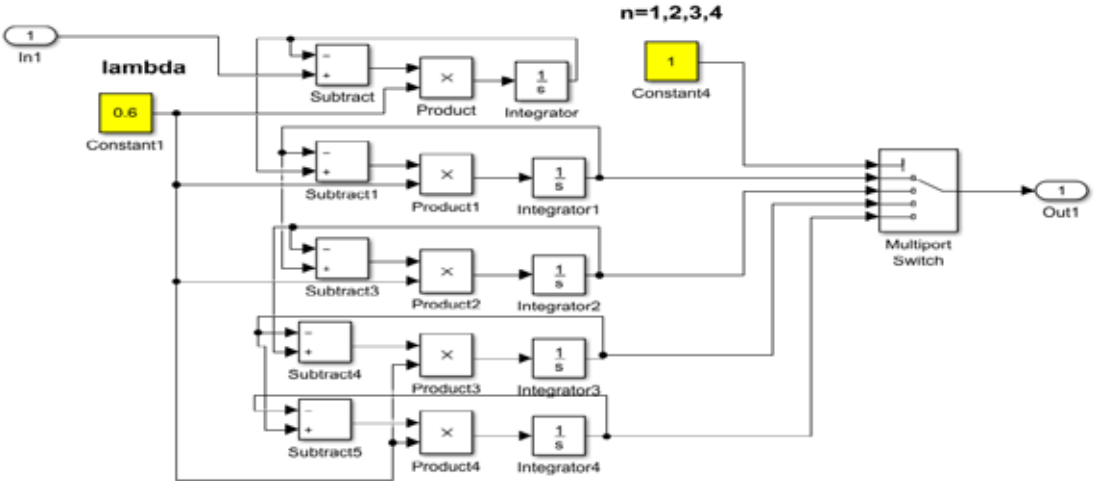


Рис. 2. Блок формирования реализации инвестиций

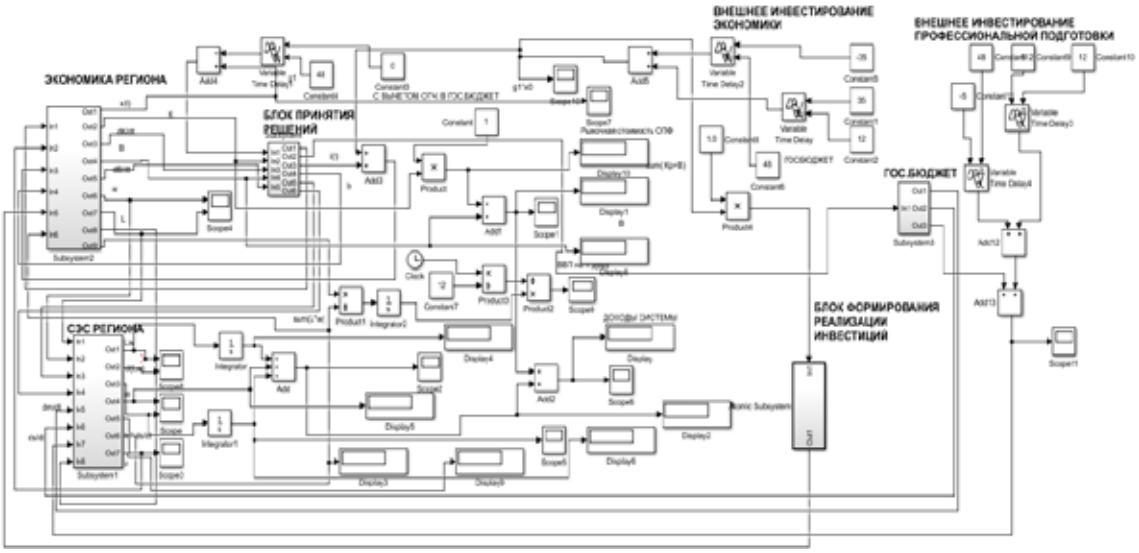


Рис. 3. Головной модуль системно-динамической модели региона

тия сбалансированных решений о распределении доходов и инвестиций в регионе и подсистема госбюджетных ресурсов, связанная с экономической подсистемой региона регуляторными действиями, потоками налогов и инвестиций, а также с социальной подсистемой, с которой она связана регуляторными действиями, социальными финансовыми потоками и бюджетными инвестициями в регион.

Анализ и оценка адекватности модели была проведена на базе статистических данных по Луганской области за 2015 г. [7]. В табл. 1 приведены для сравнения фактические и расчетные данные, откуда можно сделать вывод, что средняя погрешность составляет величину меньше 5% (4,85%), и это свидетельствует об удовлетворительном согласии модельных и фактических данных на исследуемом интервале времени.

Однако результаты также показали, что помесячная динамика экономических и социальных показателей имеет негативную тенденцию (рис. 4, 5). Здесь же можно отметить, что сравнение экономических и социальных показателей Луганской области с соседними регионами демонстрирует критическое отставание (табл. 2) [7], что свидетельствует о том, что некогда промышленно-аграрный регион с достаточно высоким уровнем социально-экономического развития, все больше приближается по типу к аграрным регионам с низкими социально-экономическими показателями и находится в кризисном состоянии.

Таким образом, актуальной является задача поиска возможных путей решения сложившейся ситуации в регионе. В связи с этим было рассмотрено два сценария развития на основе данных 2015 г. и фактических данных по государственному бюджетному финансированию региона в 2016–2018 гг. с инвестированием экономики начиная с 2016 г. Выбор данного подхода со стартовым 2015 г. был сделан исходя из того, что на период 2016–2018 гг. уже известны регуляторные действия правительства в отношении минимальных зарплат, социальных выплат, оплаты коммунальных услуг и объемов финансирования региона, что немаловажно, как и подтвердили результаты, для расчета экономических и социальных показателей.

Первый сценарий предполагает прямое инвестирование в существующую структуру экономики с неизменным характером технологий, определяющим эффективность регионального производства, в объемах 100 млн. грн. в месяц. Для параметров реализации инвестиций приняты значения: средний срок $m = 18$ месяцев и $\sigma = 24$ месяца, что наиболее характерно для нынешней структуры управления. Расчеты показали, что простое «вливание» средств в существующие технологии и экономические структуры управления

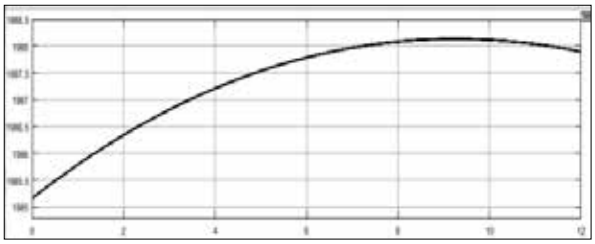


Рис. 4. Помесячная динамика экономике ВРП (млн. грн.) в 2015 г.

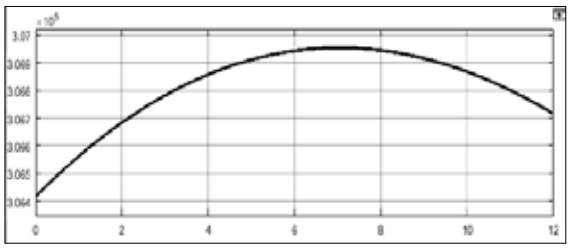


Рис. 5. Численность занятых в в 2015 р. помесячно (сотен тыс. чел.)

Таблица 1

Базовые социально-экономические показатели развития региона (по данным 2015 г.)

Показатели	Исходные данные	Расчетные данные
Экономические показатели		
Валовый региональный продукт, млн. грн.	23949	23850
ВРП на 1 чел., тыс. грн.	10,78	10,91
Основные средства, млн. грн.	27565	27680
Объем коммунальных выплат, млн. грн.	62,3	61,8
Налоговые поступления в региональный бюджет, млн. грн.	415	435,5
Производительность труда, тыс. грн./год	82	77,73
Социальные показатели		
Численность населения, тис. чел.	2205	2172
Численность занятых в экономике, тыс. чел.	306,3	306,7
Коэффициент оборачиваемости кадров, %	30,8	29,2
Среднемесячная зарплата, грн.	3427	3490
Доходы на 1 чел./месяц, грн.	1240,21	1243

не приводит к положительным сдвигам. К концу 2018 г. по отношению к 2016 г. снижение темпов ВРП составит 1,3% (рис. 6), число занятых в экономике – 3,4%, доход до налогообложения (рис. 7) опустится с -30 до -280 млн. грн. в месяц (по факту в 2016 г. без инвестиций эта цифра составляла -2 104 млн. грн. в месяц). Положительная тенденция ВРП на одного работника является очевидным следствием снижения числа занятых в экономике.

Для второго сценария избрана стратегия целевых инвестиций на развитие современных инновационных технологий и производств, подкрепленных инвестициями в профессиональную подготовку исполнительских и управленческих кадров. Выполнены расчеты двух вариантов: 1-й – для $m = 4$ месяца и $\sigma = 5$ месяцев, 2-й – для $m = 18$ месяцев, $\sigma = 24$ месяца и потери от неэффективного использования ресурсов 10%.

Как показали расчеты по первому варианту, темпы инвестиций в 25 млн. грн в месяц на развитие экономической составляющей и 5 млн. грн. на целевую профессиональную подготовку специалистов обеспечивают стабилизацию ситуации, а дополнительные 10 млн. грн. в экономику дают региону устойчивую положительную динамику во всех аспектах.

Результаты расчетов динамики основных средств и доходов до налогообложения представлены на рис. 8–9, откуда видно, что положительная тенденция в росте темпов ВРП сопровождается положительным сальдо дохода до налогообложения и составляет 150–250 млн. грн. (колебания связаны с регуляторными действиями правитель-

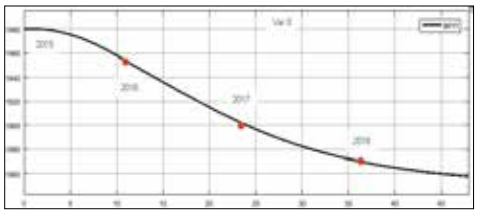


Рис. 6. Динамика ВРП

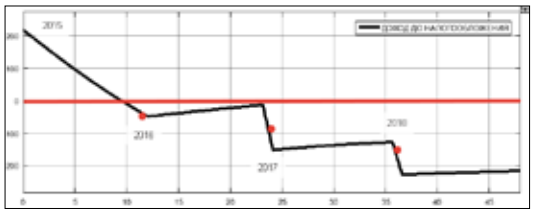


Рис. 7. Динамика доходов до налогообложения

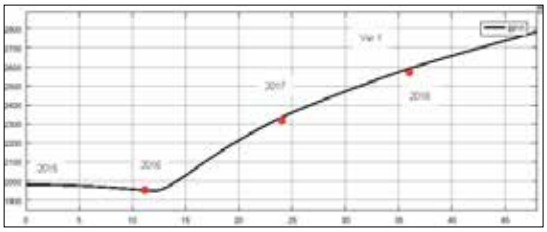


Рис. 8. Динамика основных средств, млн. грн.

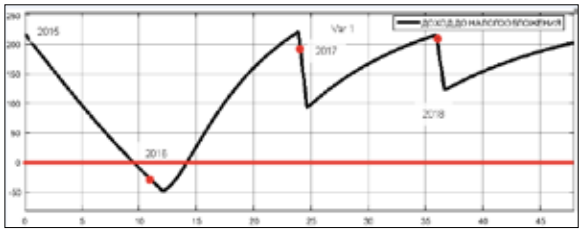


Рис. 9. Динамика дохода до налогообложения, млн. грн.

Таблица 2

Социально-экономические показатели развития восточных регионов Украины

Регион	2015	2016
ВРП на душу населения, грн.		
Украина	46413,00	47770,40
Донецкая обл.	26864,00	27587,33
Луганская обл.	10778,00	13623,10
Харьковская обл.	45816,00	47927,87
Доход на 1 человека, грн.		
Украина	2587,03	2967,51
Донецкая обл.	1716,28	1619,53
Луганская обл.	1240,21	993,31
Харьковская обл.	2621,59	3047,31
Среднемесячная заработная плата, грн.		
Украина	4195,00	5183,00
Донецкая обл.	4980,00	5989,00
Луганская обл.	3427,00	4637,00
Харьковская обл.	3697,00	4448,00

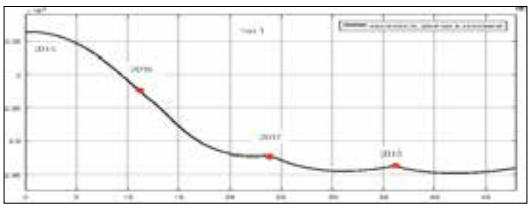


Рис. 10. Численность занятых в экономике

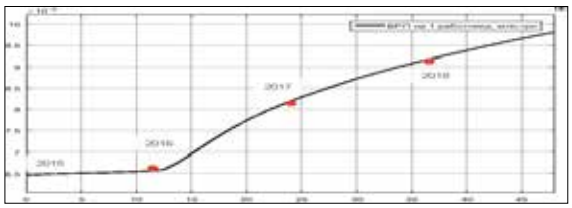


Рис. 11. ВРП на одного работника, млн. грн.

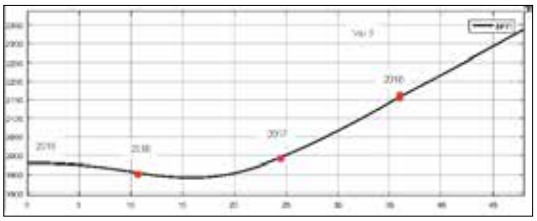


Рис. 12. Динамика основных средств, млн. грн.

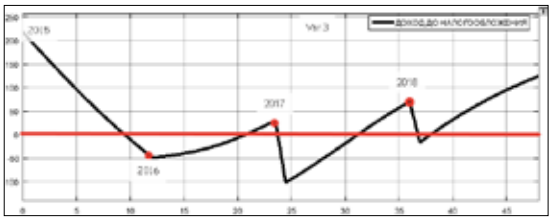


Рис. 13. Динамика дохода до налогообложения, млн. грн.

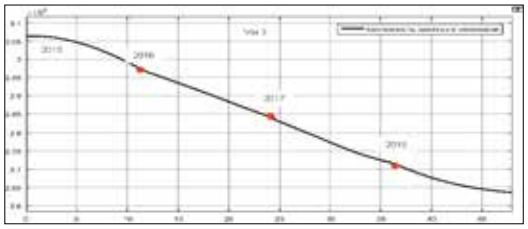


Рис. 14. Численность занятых в экономике

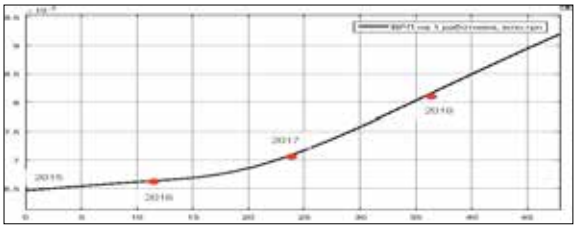


Рис. 15. ВРП на одного работника, млн. грн.

ства), а также приростом в производительности труда (рис. 11). В социальной сфере региона наблюдается стабилизация и начало подъема занятости в экономической сфере (рис. 10), что может служить региону в повышении его профессионального и научно-технического потенциала.

Для второго варианта, который соответствует нынешней системе эффективности менеджмента и исполнительности кадров, результаты приведены на рис. 12–15. Расчеты показывают существенное снижение показателей по сравнению с вариантом 1: основных средств – на 19,7%, доход до налогообложения – на 75%, численность занятых в экономике – на 8,6% и отсутствует тенденция к стабилизации, производительность – на 6,5%. Из этого следует, что состояние экономики и системы управления региона находится в критическом состоянии.

Выводы из проведенного исследования. Таким образом, можно утверждать, что для рассматриваемого региона с существующей структурой экономики и управления инвестирование в нее ресурсов по первому сценарию бесперспективно и ведет к очевидным финансовым потерям и отсутствию положительных тенденций к стабилизации. Результаты расчетов показывают, что для Луганской области перспективным является именно первый вариант второго сценария, который требует качественной перестройки технологий, эффективного производственного и финансового менеджмента, прозрачности системы экономических отношений, сбалансирования рынка труда и инвестиций в человеческий капитал.

Из всего вышесказанного следует, что реальный результат стабилизации и подъема в экономической и социальной сферах региона может быть достигнут только при жестком контроле и профессиональном менеджменте эффективных преобразований.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Реутов В.Є. Сценарне моделювання регіонального розвитку. Інвестиції: практика та досвід. 2010. № 5. С. 29–35.

2. Дума Л.В. Імітайціне моделювання прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України в умовах нестаціонарності. Науковий вісник НЛТУ України. Серія «Економіка». 2017. Вип. 27. № 2. С. 174–177.

3. Істомін Л.Ф. Імітаційне моделювання функціонування та управління виробничою системою. Вісник СНУ ім. В. Даля. 2017. № 6 (267). С. 119–124.

4. Истомин Л.Ф. Динамическая имитационная модель взаимодействия производителя и региона. Розвиток суб'єктів господарювання України: сучасні реалії та перспективи: колективна монографія; за заг. ред. Л.М. Бандоріної, Л.М. Савчук. Дніпро: Пороги, 2017. С. 125–139.

5. Цисарь И.Ф. MATLAB Simulink. Компьютерное моделирование экономики. М.: СОЛОН – Пресс, 2013. 256 с.

6. Истомин Л.Ф. Моделирование динамических распределенных во времени экономических процессов. Стратегічні напрями економічної та соціальної політики у ринкових умовах: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 10 березня 2018 р.). К.: Київський економічний науковий центр, 2018. С. 95–99.

7. Статистичний щорічник «Регіони України» 2017. Ч. І / За ред. І.Є. Вернера. К.: Державна служба статистики України, 2017. 323 с.

REFERENCES:

1. Reutov V. Ye. (2010) Stsenarne modeliuvannia rehionalnoho rozvytku [Scenario modeling of regional development] / V. Ye. Reutov // Investytsii: praktyka ta dosvid – № 5. – pp. 29-35. (in Ukrainian)

2. Duma L. V. (2017) Imitaitsine modeliuvannia prohnozuvannia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrainy v umovakh nestatsionarnosti [Simulation for forecasting of socio-economic development of regions of Ukraine in conditions of uncertainty] / Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. Seriia: ekonomika – vol. 27, № 2 – pp. 174-177. (in Ukrainian)

3. Istomin L.F. (2017) Imitatsiine modeliuvannia funktsionuvannia ta upravlinnia vyrobnychoiu systemoiu [Simulation of the functioning and management for the production system] // Visnyk SNU im.V. Dalia, № 6 (267), pp. 119-124. (in Ukrainian)

4. Istomin L.F. (2017) Dinamicheskaya imitatsionnaya model' vzaimodeystviya proizvoditelya i regiona. [Dynamic simulation model of interaction between producer and region] // Rozvytok subyektiv hospodaryuvannya Ukrainy: suchasni realiї ta perspektyvy [The development of business entities in Ukraine: current realities and prospects:]: kolektyvna monografiya / za zah. red. L.M. Bandorinoyi, L.M. Savchuk. – Dnipro: Porohy, pp. 125-139 (in Russian)

5. TSisar' I.F. (2013) MATLAB Simulink. Komp'yuternoye modelirovaniye ekonomiki. [MATLAB Simulink. Computer modeling of the economy] M.: SOLON – Press. – 256 p. (in Russian)

6. Istomin L.F. (2018) Modelirovaniye dinamicheskikh raspredelennykh vo vremeni ekonomicheskikh protsessov [Modeling of dynamic time-distributed economic processes].//Stratehichni napryamy ekonomichnoyi ta sotsialnoyi polityky u rynkovykh umovakh:Proceedings of the Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii Stratehichni napryamy ekonomichnoyi ta sotsialnoyi polityky u rynkovykh umovakh,(m.Kyiv, 10 bereznya 2018 r.). – K.: HO "Kyivskyi ekonomichny naukovy tsentr", pp. 95-99. (in Russian)

7. Statystychnyi shchorichnyk "Rehiony Ukrainy" 2017.(2018) [Statistical Yearbook "Regions of Ukraine" 2017],Part I / za red. I. Ye. Vernera – K.: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2017. – 323 p. (in Ukrainian)

Istomin L.F.
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Economics and Entrepreneurship
Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

SIMULATION OF DEVELOPMENT OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

The Ukrainian economy is experiencing today a period of another crisis and the influence of many external and internal factors. Therefore, analysis and search for possible ways to overcome the social and economic situation in the regions is an actual task. This problem is especially topical for the eastern regions of Ukraine, which are in the most difficult economic situation. The computer-based economic and mathematical modelling provided by adequate models of the interaction of system elements can indicate as a result the necessary ways for the achievement of a sustainable region socio-economic development.

Based on the presented economic-mathematical models a set of subsystems for simulating the evolution of the socio-economic system REGION in the MATLAB Simulink package was developed. To analyse and assess the adequacy of the behaviour of the presented simulation dynamic model, the data for Luhansk region in 2015 was used. Comparison of actual and calculated data showed that the average error is less than 5% (4.85%), which indicates a satisfactory agreement between model and real data in the time interval under study.

As the next step, two development scenarios with an investment of the economy since 2016 based on 2015 data and actual data on the state budget financing of the region in 2016–2018 and regulatory actions of the government were considered.

The first scenario involves direct investment in the existing structure of the economy with an unchanged type of technology and management that determines the efficiency of regional production in the amount of 100 million UAH per month. The second scenario, which was implemented in the model, consists in targeted investments for the development of modern innovative technologies and industries (35 million UAH per month), backed by investments in special professional training of specialists and management personnel (5 million UAH per month).

The results of the calculations had demonstrated that for the region under consideration, with the existing structure of the economy and management, investing resources in it under the first scenario is not perspective and leads to obvious financial losses and social collapse. The second scenario (with total costs 2.5 times less) ensures sustainable growth of both economic and social indicators in the region.

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ

APPLICATION OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL METHODS IN THE PROCESS OF FORMING A LOAN PORTFOLIO OF THE BANK

УДК 338.58:65.014

Стадник Ю.А.
к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики
Львівський національний університет імені Івана Франка
Волянюк Х.І.
студентка
Львівський національний університет імені Івана Франка

Статтю присвячено застосуванню методів теорії ймовірностей та математичного програмування у процесі здійснення банківською установою кредитних операцій.
Ключові слова: *кредитний портфель, банківський кредит, очікуваний дохід, схильність до ризику, кредитний ризик, економіко-математичне моделювання.*

Статья посвящена применению методов теории вероятностей и математического программирования в процессе осуществления банковским учреждением кредитных операций.
Ключевые слова: *кредитный портфель, банковский кредит, ожидаемый доход, склонность к риску, кредитный риск, экономико-математическое моделирование.*

The article is devoted to the application of methods of probability theory and mathematical programming in the process of carrying out credit operations by a bank institution.
Key words: *loan portfolio, bank credit, expected income, bank's attitude to risk, credit risk, mathematical modelling in economics.*

Постановка проблеми. Дослідження проблеми формування прибуткового кредитного портфеля банку, що реалізується з позиції реальної практики, є необхідним для підвищення ефективності діяльності кожного банку. Кредитний портфель комерційного банку є одним із найризикованіших напрямів і найвагоміших компонентів структури відсоткових доходів. Головна мета управління кредитним портфелем комерційного банку полягає у забезпеченні максимальної доходності за певного рівня ризику. Доходність і ризик є основними параметрами, що характеризують якість кредитного портфеля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблеми оцінки кредитного ризику та оптимізації процесу управління кредитним портфелем банку приділяли увагу такі українські вчені, як: В. Грушко, Н. Жукова, І. Семенча, О. Молдавська, В. Базилевич, В. Геєць, О. Корольов, І. Ткаченко, О. Устинко; серед зарубіжних – М. Грубер, А. Гроппелі, Е. Елтон, Дж. Лінтнер, Дж. Нейман, У. Шарп та ін.

Постановка завдання. Мета статті – виконати оцінку очікуваного доходу на рівні окремої позики та кредитного портфеля банку із застосуванням економіко-математичних методів та моделей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кредитний портфель – це сукупність кредитів, наданих банком на певну дату для одержання доходу у вигляді відсотків. В умовах фінансово-економічної кризи, коли значна кількість суб'єктів господарювання ризикує втратити свою платоспроможність, ситуація в банківській сфері є особливо важкою, оскільки постає проблема неповернення коштів позичальниками, що спричиняє послаблення фінансової стабільності банківських установ. Така ситуація вимагає вкладання коштів у розвиток банківського ризик-менеджменту, який узяв би на себе функції захисту кредитного портфеля банку від проблемних позик, відсіювання потенційно ненадійних позичальників ще до прийняття рішення про надання кредиту. Все це потребує розвитку наявних та створення нових методик управління ризиком як на рівні окремої позики, так і на рівні формування кредитного портфеля банку та створення резервів під кредитні операції.

Спочатку розглянемо завдання зменшення кредитного ризику на рівні опрацювання кредитних запитів окремих потенційних позичальників.

Кредитний запит характеризується розміром позики V, тривалістю кредитної угоди T та графіком повернення позичкових коштів та відсотків за кредит на проміжку часу $\left[0, T\right]$. Цей графік містить інформацію про розміри майбутніх платежів D_i, які здійснюватимуться позичальником у календарні моменти часу t_i, $i = \overline{1, m}$, де m – загальна кількість таких платежів [2].

Вважатимемо для визначеності, що тривалість T кредитної угоди вимірюється у місяцях, а платежі здійснюватимуться щомісяця у фіксованому розмірі D грошових одиниць, тобто за весь час дії кредитної угоди позичальник повинен зробити T таких платежів.

Нехай r – вибрана банком місячна нормативна ставка дисконту.

За відсутності ризику зведений чистий дохід N банку становитиме величину

$$N = -V + \sum_{t=1}^{T} \frac{D}{(1+r)^t} = -V + D\sum_{t=1}^{T} \frac{1}{(1+r)^t} = -V + \frac{D}{r}\left(1 - \frac{1}{(1+r)^T}\right),$$

тобто $$N = -V + \frac{D}{r} - \frac{D}{r(1+r)^T}. \qquad (1)$$

Оскільки у момент надання кредиту існує ризик майбутньої втрати платоспроможності позичальника, зведений чистий дохід кредитної установи є випадковою величиною. Потрібно визначити закон розподілу цієї випадкової величини.

Нехай θ – момент часу в майбутньому, коли позичальник утратить свою платоспроможність і з моменту часу θ всі його платежі кредитній уста-

нові припиняються. Потрібно визначити функцію розподілу ймовірностей $P(t)$ неперервної випадкової величини θ.

Можна зробити припущення, що ймовірність утрати позичальником платоспроможності на нескінченно малому проміжку часу довжиною $\Delta t > 0$ дорівнює $\lambda\Delta t + o(\Delta t)$, тобто пропорційна довжині проміжку Δt з точністю до нескінченно малої величини більш високого порядку малості, ніж Δt. Вважатимемо також, що множник $\lambda > 0$, який характеризує конкретного позичальника з огляду на його можливу неплатоспроможність у майбутньому, не залежить від моменту часу, коли починається проміжок Δt. Фактично показник $\lambda = 1$ означає, що позичальник повністю погашає весь кредит.

За наведених припущень для функції $P(t)$ розподілу імовірностей випадкової величини θ випливає рівність $P(t+\Delta t) = P(t) + (1 - P(t))(\lambda\Delta t + o(\Delta t)$, тобто $\frac{P(t+\Delta t) - P(t)}{\Delta t} = (1 - P(t))(\lambda + \frac{o(\Delta t)}{\Delta t})$.

Після переходу до границі за $\Delta t \to 0$ одержимо таке диференціальне рівняння щодо невідомої функції $P(t)$:

$$P'(t) = \lambda - \lambda P(t).$$

Розв'язок цього диференціального рівняння визначається за початкової умови $P(0) = 0$:

$$P(t) = 1 - e^{-\lambda t},\ t \ge 0, \qquad (2)$$

що свідчить про показниковий закон розподілу випадкового моменту часу θ, коли позичальник утратить свою платоспроможність.

З'ясуємо властивості параметра λ, який характеризує можливу неплатоспроможність позичальника. Для цього, насамперед, обчислимо середню тривалість $\bar{\theta}$ такого проміжку часу, впродовж якого позичальник зберігає свою платоспроможність:

$$\bar{\theta} = \int_0^{+\infty} tP'(t)dt = \int_0^{+\infty} t\lambda e^{-\lambda t}dt = -te^{-\lambda t}\Big|_0^{+\infty} + \int_0^{+\infty} e^{-\lambda t}dt = -\frac{1}{\lambda}e^{-\lambda t}\Big|_0^{+\infty} = \frac{1}{\lambda}.$$

Отже, по-перше, $\frac{1}{\lambda}$ – це очікувана тривалість випадкового проміжку часу, впродовж якого позичальник залишатиметься платоспроможним.

По-друге, оскільки тривалість кредитної угоди дорівнює T одиниць часу, параметр λ визначає ймовірність події, що позичальник буде платоспроможним до самого закінчення терміну дії кредитного договору. Зазначена подія – це подія $\{\theta > T\}$, імовірність якої дорівнює: $1 - P(T) = e^{-\lambda T}$.

По третє, параметр λ визначається імовірністю q_0 події, що позичальник залишиться платоспроможним упродовж першого року дії кредитного договору. Дійсно, якщо тривалість проміжку часу, який починається з моменту отримання позичальником позики та має довжину один рік, позначити через T_0 (йдеться про використання вибраних для дослідження одиниць виміру часу), з рівності $q_0 = e^{-\lambda T_0}$ одержимо: $\lambda = -\frac{\ln q_0}{T_0}$.

Ці та інші властивості параметра λ дають змогу оцінювати його значення за результатами аналізу наявної у кредитній установі статистики виконання позичальниками кредитних угод, об'єктивної інформації про конкретного позичальника з використанням скоригованих моделей тощо.

Нехай τ – це кількість платежів, які зробить позичальник до моменту втрати ним платоспроможності. Подія $\{\tau = t\}$ – тобто позичальник зробить саме t платежів до моменту втрати ним платоспроможності, ймовірність такої події дорівнюватиме:

$$p_t = \begin{cases} e^{-\lambda t} - e^{-\lambda(t+1)}, & 0 \le t \le T-1; \\ e^{-\lambda T}, & t = T. \end{cases}, \qquad (3)$$

Знайдемо чистий зведений дохід N_t банку, якщо позичальник зробить точно t платежів. За аналогією з (1) одержимо:

$$N_t = -V + \frac{D}{r} - \frac{D}{r(1+r)^t}, \quad 0 \le t \le T. \qquad (4)$$

Формули повністю визначають закон розподілу імовірностей випадкового зведеного чистого доходу банку за умов ризику щодо майбутньої платоспроможності позичальника.

Корисність випадкового прибутку дорівнює очікуваній корисності його можливих значень, тому для детермінованого еквіваленту $\hat{N}$ випадкового зведеного чистого доходу банку за окремим кредитним запитом справджується рівняння:

$$f(\hat{N}) = \sum_{t=0}^{T} f(N_t)p_t \qquad (5)$$

Функція корисності f у разі нейтрального ставлення кредитної установи до ризику є лінійною, тому детермінований еквівалент $\hat{N}$ збігатиметься з очікуваним рівнем $\bar{N}$ випадкового чистого зведеного доходу:

$$\hat{N} = \bar{N} \equiv \sum_{t-0}^{T} N_t p_t \qquad (6)$$

Користуючись для значень N_t формулами (4), остаточно одержимо:

$$\hat{N} = -V + \frac{D}{r} + \frac{1}{c}\ln\sum_{t=0}^{T} e^{-\frac{cD}{r(1+r)^t}} p_t, \qquad (7)$$

де параметр $c \ne 0$ відповідає ставленню кредитної установи до ризику ($c < 0$ у разі несхильності і, навпаки, $c > 0$ у разі схильності до ризику).

Аналіз кредитного запиту завершується висновком про доцільність чи недоцільність подальшого розгляду цього запиту щодо можливості включення його до кредитного портфеля банку. Кредитний запит слушно рекомендувати до потенційно прийнятних, якщо очікувана величина доходу

Таблиця 1

Дані про розмір кредитів, відсоткові ставки, терміни позик та місячні платежі для погашення

	Розмір кредиту, V, (грн.)	Відсоткова ставка, r, (%)	Термін позики в місяцях, T, (місяці)	Місячний платіж для погашення позики, D (грн.)
Кредит 1	65000	17,50%	10	7 759,02
Кредит 2	200000	19,00%	15	18 383,62
Кредит 3	120000	25,50%	10	14 556,04
Кредит 4	450000	27,00%	15	35 679,83
Кредит 5	130000	26,00%	15	12 418,91
Кредит 6	180000	22,50%	24	9382,57
Кредит 7	125000	18,00%	9	15 011,44
Кредит 8	400000	26,50%	15	38 309,44
Кредит 9	150000	26,00%	18	10 078,77
Кредит 10	400000	26,50%	18	31 519,66

Таблиця 2

Очікуваний доход з урахуванням імовірності втрати платоспроможності позичальником

	Доход банку від кредитного запиту за нульової ймовірності втрати клієнтом платоспроможності N (грн.)	Очікуваний доход з урахуванням імовірності втрати платоспроможності позичальником та ставлення банку до ризику (грн.)
Кредит 1	4 831,059	3 759,02
Кредит 2	21 773,59	18 383,62
Кредит 3	10 982,46	10 556,04
Кредит 4	99 082,78	35 679,83
Кредит 5	19 027,01	12 418,91
Кредит 6	45 181,72	9 382,57
Кредит 7	25 585,66	15 011,44
Кредит 8	125910	38 309,44
Кредит 9	31 417,88	10 078,77
Кредит 10	60 045,89	31 519,66

банку за цим запитом, розрахована за формулою (7) невід'ємна ($\hat{N} \geq 0$). А якщо очікувана величина доходу від'ємна ($\hat{N} < 0$), відповідний запит є для банку економічно невигідним, з огляду на індивідуальне ставлення кредитної установи до ризику.

Для обчислення очікуваного доходу поданого до розгляду потенційними позичальниками кредитного запиту використовується формула, яка має вигляд:

$$\hat{N} = -V + \frac{D}{r} + \frac{1}{c}\ln\sum_{t=0}^{T} e^{-\frac{cD}{r(1+r)^t}} p_t \,, \qquad (8)$$

де V – розмір позики;

T – тривалість кредитної угоди (зараз у місяцях);

D – розмір щомісячних платежів;

r – вибрана кредитною установою місячна нормативна ставка дисконту;

c – параметр, що відбиває ставлення кредитної установи до ризику;

p_t, $t = 0, 1, \ldots, T$ – імовірність події.

Значення параметра c, що відображає ставлення кредитної установи до ризику, може бути визначене двома способами:

1) за ймовірністю отримання прибутку $c = \frac{1}{W}\ln\frac{1-p}{p}$, де p – ймовірність отримання доходу, W – очікуваний розмір доходу;

2) за детермінованим еквівалентом $\hat{w}$ очікуваного доходу $c = \frac{\ln v}{W}$, де $\hat{w}$ – детермінований еквівалент лотереї $< -W; W >$, в якій з однаковими ймовірностями можна або отримати дохід у розмірі W, або збиток – W; v – відмінний від одиниці корінь рівняння $2v^{\frac{\hat{w}}{W}} = v + \frac{1}{v}$.

Визначимо очікуваний доход кредитних запитів умовних позичальників банківської установи. Результати розрахунку доходу банку від кожного кредитного запиту за нульової ймовірності втрати клієнтом платоспроможності та очікуваного доходу з урахуванням ймовірності втрати платоспроможності позичальниками і ставлення банківської установи до ризику наведено в табл. 2.

Як показують розрахунки, серед розглянутих кредитних запитів немає економічно невигідних, оскільки очікуваний доход за ними з урахуванням імовірності втрати платоспроможності позичальником та ставлення банку до ризику є додатнім.

Наступним кроком є формування структури кредитного портфеля банку з розглянутих позик з урахуванням обсягу наявних у банку коштів для проведення активних операцій, джерел формування та динаміки його пасивів; структури та доходності раніше сформованого портфеля активів тощо. Крім того, комерційний банк повинен дотримуватися регулюючих нормативів, установлених НБУ, що стосуються обсягів здійснюваних операцій та інших аспектів діяльності банку. Це завдання доцільно вирішувати із застосуванням апарату математичного програмування.

Комерційний банк планує свою кредитну діяльність у наступному періоді. Розміщення мобілізованих ресурсів може здійснюватися у т видів кредитів різних форм і видів, юридичним, фізичним особам, банкам.

Нехай основною метою діяльності банку на даний момент часу є отримання максимально можливого доходу від розміщення своїх активів. Величина відсотків за і-м кредитом, в який розглядається можливість вкладення, розраховується за формулою:

$$d_i = x_i \cdot l_i \cdot p_i \cdot T_i , \qquad (9)$$

де x_i – бінарна змінна, яка може приймати значення 1 або 0 залежно від того, чи буде кредит виданий *i*-му позичальнику, чи ні відповідно;

l_i – тіло і-го кредиту;

p_i – ставка відсотка, під яку видається *i*-й кредит;

T_i – термін, на який видається *i*-й кредит.

Цільова функція моделі, що максимізує очікуваний доход банківської установи від здійснення кредитних операцій, може бути записана так:

$$\sum_{i=`1}^{n} x_i \cdot l_i \cdot p_i \cdot T_i \to \max \qquad (10)$$

У сфері кредитування комерційним банком установлюються ліміти на можливий обсяг кредиту, у розрахунку на окремого позичальника залежно від виду кредиту, що записується обмеженням:

$$l_i \cdot x_i \le s_i, \;\; i = \overline{1,n}, \qquad (11)$$

де s_i – величина кредитного ліміту для *i*-го кредиту.

Наявні у банку кошти для здійснення кредитних операцій розподіляються у межах залишків коштів на кореспондентському рахунку в НБУ з урахуванням коштів для створення резервів для відшкодування втрат у разі невиконання позичальником умов кредитного договору.

Для визначення відповідної величини резерву по окремій кредитній угоді (r_i), в межах установленого діапазону, використовують формулу:

$$r_i = r_i^{\min} + \frac{r_i^{\max} - r_i^{\min}}{\sigma_i^{\max} - \sigma_i^{\min}} (\sigma_i - \sigma_i^{\min}), \;\; i = \overline{1,m}, \qquad (12)$$

де $r_i^{\min}$ – ліва границя відповідного діапазону;

$r_i^{\max}$ – права границя відповідного діапазону;

$\sigma_i^{\min}$ – мінімальне значення середньоквадратичного відхилення очікуваного доходу за *i*-ю кредитною угодою;

$\sigma_i^{\max}$ – максимальне значення середньоквадратичного відхилення очікуваного доходу за *i*-ю кредитною угодою [5].

Тоді загальна величина резервного фонду (*R*) кредитного портфеля розраховується за формулою $R = \sum_{i=1}^{n} x_i \cdot l_i \cdot r_i$.

Умову неперевищення вкладеннями банку в кредитний портфель, наявних у нього ресурсів із вирахуванням коштів, необхідних для формування резерву, можна записати у вигляді:

$$\sum_{i=1}^{n} x_i \le A - \sum_{i=1}^{n} x_i \cdot l_i \cdot r_i . \qquad (13)$$

де *A* – наявні у банку кошти для здійснення кредитних операцій.

Отже, модель оптимізації кредитного портфеля комерційного банку для максимізації доходу від здійснення кредитних операцій можна записати так:

$$\sum_{i=`1}^{n} x_i \cdot l_i \cdot p_i \cdot T_i \to \max$$

$$l_i \cdot x_i \le s_i, \;\; i = \overline{1,n},$$

$$\sum_{i=1}^{n} x_i \le A - \sum_{i=1}^{n} x_i \cdot l_i \cdot r_i ,$$

$$\frac{N_a + \sum_{i=1}^{m} x_i \cdot l_i}{P} \ge H5 ,$$

$$x_i = \begin{cases} 1, \text{ у випадку надання і-го кредиту,} \\ 0, \text{ у потилежному випадку} \end{cases}, \;\; \mathrm{i} = \overline{1,\mathrm{n}}. \qquad (14)$$

За цією моделлю були виконані розрахунки, за результатами яких до включення у кредитний портфель рекомендовано всі кредити, крім 1-го та 6-го, що дасть можливість сформувати високодоходний кредитний портфель з урахуванням описаних обмежень.

Висновки з проведеного дослідження. Кредитний портфель вимагає грамотного управління. Його якість може змінюватися, і завдання банківської установи – не допустити підвищення ризиків і фінансових утрат. Тому важливим завданням банківської установи є раціональна оцінка ризику як на рівні окремої позики, так і на рівні портфеля банківських кредитів. Описані у статті економіко-математичні методи та моделі дають можливість виконати оцінку очікуваного доходу за кредитами з урахуванням імовірності втрати платоспроможності позичальником та ставлення банку до ризику та сформувати кредитний портфель банку за умов обмеженості кредитних ресурсів та регулюючих нормативів НБУ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бугель Ю. Аналіз якості структури кредитного портфеля комерційних банків в ринкових умовах господарювання. Українська наука: минуле, сучасне,

майбутнє. Тернопіль: Економічна думка, 2011. Вип. 11. С. 51–57.

2. Гергель А. Напрями аналізу якості кредитного портфеля банку. Управління розвитком. Х.: ХНЕУ ім. Семена Кузнеця, 2014. С. 92–94.

3. Сєрик Ю.В. Управління кредитним портфелем банку. Економіка і управління. 2012. № 4. С. 70–75.

4. Тептя О.В. Організація системи управління кредитним портфелем у комерційному банку. Вісник ХНУ. Економічні науки. 2014. № 5. Т. 2. С. 141–144.

5. Український банківський портал. URL: http://banker.ua/officialrating/investment/credit.

REFERENCES:

1. Bugel Y. (2001) Analysis of the quality of the structure of the loan portfolio of commercial banks in the market conditions of management / Yu. Bugel // Ukrainian science: past, present, future: a collection of scientific works. – Ternopil: Economic Thought, – pp. 51-57. (in Ukrainian)

2. Gergel A. (2014) Directions of the analysis of the quality of the loan portfolio of the bank / A. Gergel // Development Management. – Kh.: KhNEU them. Seeds of Kuznets, pp. 92-94.

3. Serik Yu. V. (2012) Managing the Bank's Credit Portfolio / Yu.V. Serik / / Economics and Management. – pp. 70-75.

4. Teptya O. V. (2014) Organization of a system for managing a loan portfolio in a commercial bank / O. V. Teptya // Bulletin of the KhNU. Economic sciences. – pp. 141-144.

5. Ukrainian Banking Portal. Official site [Elementary resource] – Access mode http://banker.ua/officialrating/investment/credit.

Stadnyk Yu.A.
Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Economic Cybernetics
Ivan Franko National University of Lviv
Volyanyuk Kh.I.
Student
Ivan Franko National University of Lviv

APPLICATION OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL METHODS IN THE PROCESS OF FORMING A LOAN PORTFOLIO OF THE BANK

The study of the problem of forming a profitable loan portfolio of the bank, which is realized from the standpoint of real practice, is necessary for increasing the efficiency of each bank's activity. The purpose of the work is to evaluate the expected income at the level of a separate loan and loan portfolio of the bank using economic and mathematical methods and models.

The article is devoted to the application of methods of probability theory and mathematical programming in the process of carrying out credit operations by a bank institution. The estimation of the expected income of the bank from lending taking into account a single loan and a bank loan portfolio has been done in the paper. The estimation of the expected income for individual loans is carried out taking into account the probability of a loss of solvency by the borrower and the bank's attitude to the risk using the methods of probability theory and mathematical statistics. The authors present an example of the practical implementation of the methodology of such estimation. The model of forming of a bank loan portfolio is presented as a task of mathematical programming which takes into account the conditions of the limited credit resources and the regulating norms of the National Bank of Ukraine and the model is also carried by the authors through the practical calculations based on bank data.

A loan portfolio requires competent management. Its quality may also change the tasks of the banking institution – prevent the increase of risks and financial losses. Therefore, an important task of a banking institution is a rational risk assessment both at the level of a separate loan and at the level of the portfolio of bank loans.

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНО-ОРІЄНТОВНОЇ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

STAGES OF FORMATION COMPETITIVE-ORIENTED MARKET STRATEGY OF DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

УДК 338.4

Шеремет О.О.
к.е.н., доцент,
директор Навчально-наукового інституту економіки і управління Національного університету харчових технологій

У статті розглянуто основні етапи формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії розвитку суб'єктів харчової промисловості, обґрунтовано важливість, сутність, складові й необхідність проведення кожного із зазначених етапів для формування ефективної конкурентно-орієнтованої ринкової стратегії у галузі. Сформовано методологію забезпечення та побудови конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості, яка передбачає комплекс базових рішень, функціональних дій, системних внутрішньогалузевих процесів і принципів, які формуються на основі результатів оцінки ринкової ситуації у макроекономічному середовищі та потенційних можливостей суб'єктів харчової промисловості, їх пріоритетних конкурентних позицій, спрямованих на досягнення галузевих стратегічних цілей.

Ключові слова: *ринкова стратегія, харчова промисловість, конкурентні переваги, концепція стратегічного розвитку, етапи формування стратегії.*

В статье рассмотрены основные этапы формирования конкурентно-ориентированной рыночной стратегии развития субъектов пищевой промышленности, обоснованно важность, сущность, составляющие и необходимость проведения каждого из указанных этапов для формирования эффективной конкурентно-ориентированной рыночной стратегии в отрасли. Сформирована методология обеспечения и построения конкурентно-ориентированной рыночной стратегии в пищевой промышленности, которая предусматривает комплекс базовых решений, функциональных действий, системных внутриотраслевых процессов и принципов, которые формируются на базе результатов оценки рыночной ситуации в макроэкономической среде и потенциальных возможностей субъектов пищевой промышленности, их приоритетных конкурентных позиций, направленных на достижение отраслевых стратегических целей.

Ключевые слова: *рыночная стратегия, пищевая промышленность, конкурентные преимущества, концепция стратегического развития, этапы формирования стратегии.*

The article considers the main stages of forming a competitive market strategy for the development of food industry subjects, substantiates the importance, essence, components and necessity of carrying out each of these steps to form an effective competitive market strategy in the industry. It is formed the methodology of providing and building a competitive-oriented market strategy in the food industry, which envisages a complex of basic decisions, functional actions, systemic intra-industry processes and principles, which are formed on the basis of the results of the assessment of the market situation in the macroeconomic environment and the potential opportunities of food industry enterprises, their priority competitive positions and aimed of achieving sectoral strategic goals

Key words: *market strategy, food industry, competitive advantages, concept of strategic development, stages of formation strategy.*

Постановка проблеми. Процес формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості складається з відповідних взаємопов'язаних етапів.

Теорія стратегічного управління та методологія стратегічного процесу у суб'єктів господарювання знаходяться на стадії активного формування. Специфічним проявом розвитку теорії стратегії є наявність великої кількості концептуальних підходів, які являють собою неузгоджену (а іноді – суперечливу) сукупність поглядів на можливості вирішення стратегічних проблем суб'єктів національної економіки [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню формування ефективних конкурентно-орієнтовних ринкових стратегій присвячені праці таких учених як О. Востряков, О. Гребешкова, Г. Григор'єв, Є. Масленніков, Ю. Мельник, О. Побережець, Ю. Сафонов.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення етапів формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії розвитку суб'єктів харчової промисловості та формування методології забезпечення і побудови конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологічні засади стратегічного процесу у харчовій промисловості суттєво віддзеркалюють основні гіпотези або припущення, на яких ґрунтується дослідження функціонування та розвитку суб'єктів галузі.

Гіпотеза – це форма стратегічного мислення, яке зосереджується на основних припущення про існування та розвитку певного закономірного зв'язку між явищами, процесами, діями тощо, та причини виникнення яких можливо невідомі.

Методологія забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості фокусується на наступних основних гіпотезах:

– гіпотеза залежності від макросередовища, визначає оптимальну модель поведінки суб'єктів харчової промисловості у національному макроекономічному середовищі, має системно-орієнтовний підхід;

– гіпотеза випадковості, зосереджує увагу на різних наборах певних типів управлінської поведінки суб'єктів, які притаманні окремим видам проблем, та фокусується на ситуаційно-орієнтовному підході;

– гіпотеза конгруентності, для досягнення галузевого стратегічного успіху, рівень агресивності стратегії суб'єктів харчової промисловості має відповідати рівню турбулентності у національному макроекономічному середовища, фокусується на динамічно-ситуаційному підході;

– гіпотеза когнітивності вважає, що конкурентно-орієнтовна ринкова стратегія у харчовій промисловості оптимальна, якщо когнітивні здатності ключових суб'єктів стратегічного процесу є подібними та не суперечливими, фокусується на когнітивному підході;

– гіпотеза збалансованості та конвергенції підтверджує, що для кожного рівня турбулентності відповідного галузевого середовища можна визначити комбінацію або векторне спрямування елементів, що забезпечить суб'єктам харчової промисловості стратегічний успіх, фокусується на комплексно-орієнтовному підході;

– гіпотеза цілісності орієнтує, що галузевий стратегічний успіх визначається взаємодією та взнаємодоповненням ключових елементів (структура, стратегія, людський капітал тощо) суб'єктів харчової промисловості, та фокусується на інтеграційно-орієнтовному підході;

– гіпотеза транспарентності орієнтує, що відкритість та прозорість системи функціонування суб'єктів харчової промисловості забезпечить їх стратегічний розвиток й успіх, фокусується на системному підході.

Гіпотези у методології забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості має відповідати вихідним принципам дослідження. Гіпотези повинні розкривати механіку функціонування суб'єктів харчової промисловості та передбачати перспективи їх розвитку з обов'язковим врахуванням негативних факторів впливу.

На початковому етапі формується концепція стратегічного розвитку суб'єктів харчової промисловості, яка є найбільш статичною у всьому процесі галузевого стратегічного планування. Для галузевих суб'єктів розробка концепції полягає у визначенні їх місії, цілей, завдань, а також організаційно-адміністративної системи управління. Місія суб'єктів харчової промисловості полягає в декларації бачення ними своєї ролі у національному макроекономічному середовищі та внутрішньогалузевій системі. Тобто, місія – публічна транспарентна мета господарської діяльності суб'єктів харчової промисловості. Вона впливає на їх ставлення до своїх партнерів, працівників, конкурентів, контрагентів, державних або регіональних інституцій та інших стейкхолдерів.

Чітке розуміння місії дозволяє суб'єктам господарювання виділитися серед потенційних конкурентів і завоювати довіру партнерів і споживачів їх результатів операційної діяльності. У ході визначення місії, управлінський персонал суб'єктів господарювання повинен отримати обґрунтовані відповіді на наступні питання:

– сучасне уявлення про бізнес-середовище галузі та суб'єкта господарювання;

– потенційний перелік стейкхолдерів;

– основні внутрішньогалузеві переваги суб'єкта господарювання;

– ціннісні орієнтації споживачів;

– майбутнє бізнес-середовище галузі та суб'єкта господарювання;

– перспективні внутрішні та зовнішні ринки товарів, робіт, послуг, які виробляються суб'єктом.

У процесі формування місії суб'єкта господарювання необхідно враховувати вплив наступних основних елементів:

– історичні передумови розвитку галузі та суб'єкта господарювання, їх господарська політика та досягнення, не врахування яких не можливе;

– пріоритетні цілі основних стейкхолдерів, які обов'язково повинні враховуватися при визначені стратегії функціонування та розвитку суб'єкта господарювання;

– сучасний стан національного макросередовища;

– інституційне регулювання національної економіки, а саме вплив відповідних інституцій на діяльність суб'єктів галузі та ринкову кон'юнктуру; позиціювання ринкових принципів;

– ресурсне забезпечення суб'єкта господарювання, яке визначає можливі горизонти його функціонування та розвитку і, отже, вони повинні бути реалістичними, досяжними та безпечними.

– людський капітал суб'єкта господарювання та певні ділові здібності персоналу;

– новаторські підходи у галузевому бізнес-середовищі.

Місія суб'єкта господарювання повинна відрізнятися наступними рисами:

– системна концентрація уваги на обмеженій кількості цілей, у першу чергу, соціальних;

– визначення пріоритетів функціонування та розвитку суб'єкта;

– фокусування на стратегічних завданнях суб'єкта;

– визначення основних аспектів внутрішньогалузевої конкуренції;

– інституційна підтримка галузі та її суб'єктів господарювання.

Дослідження сутнісних характеристик соціально-орієнтовної ринкової економіки, виявлення національних особливостей її формування та розвитку, є найважливішою умовою функціонування харчової промисловості та її сегментної складо-

вої. Концептуальна підтримка змістовних характеристик соціально-орієнтовної ринкової економіки завжди націлена на реалізацію інтересів певних соціальних груп, класів тощо, тому, необхідно наголосити, що соціально-нейтральних економічних систем не буває, у них завжди є певний соціальний адресат. Таким чином, будь-яка місія суб'єктів господарювання повинна враховувати соціально-орієнтовні аспекти ринкової економіки.

На другому етапі процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості визначаються пріоритетні цілі її суб'єктів. Цілі суб'єктів харчової промисловості орієнтуються на тактичні та довгострокові результати, які вони планують отримати від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Отже, визначення чітких та стратегічно-орієнтовних цілей допомагає сформувати ефективну конкурентно-орієнтовну ринкову стратегію у харчовій промисловості та дозволяє трансформувати місію суб'єктів галузі у конкретні ефективні господарські дії.

Суб'єкти харчової промисловості можуть ставити перед собою наступні стратегічно-орієнтовні цілі:

– збільшення результатів операційної діяльності у натуральному та вартісному виразі;

– удосконалення товарної стратегії на внутрішньому зовнішньому ринках;

– активізація експортно-імпортних процесів;

– орієнтація на компетентнісний підхід при формуванні людського капіталу;

– запровадження сучасного контролю та нагляду за дотриманням внутрішньо-корпоративних та галузевих стандартів;

– максимізація фінансових результатів, у тому числі в абсолютних і відносних цифрах);

– задоволенню потреб всіх стейкхолдерів, у тому числі прагнення гарних відносин з боку акціонерів, контрагентів, працівників, відповідних інституцій та суспільства);

– формування та управління іміджем суб'єкта, що забезпечить стратегічне його позиціювання на всіх ринках.

Визначені стратегічно-орієнтовні цілі безпосередньо пов'язані з позиціонуванням суб'єктів харчової промисловості на галузевому ринку, характеризують ступінь їх орієнтації на внутрішніх або зовнішніх споживачів, на масові або концентровані продажі товарів, робіт або послуг. Цілі повинні бути ясними, конкретними, вимірними, обґрунтованими, досяжними, не повинні суперечити одна одній, мати ознаки компліментарності та мотивувати управлінський персонал на високоефективну працю, тому що вони мають значний вплив на їх стратегічний розвиток. Система реалізації стратегічно-орієнтовних цілей суб'єктів харчової промисловості сформовано на рис. 1.

Стратегічна мета галузевого розвитку фокусується на стратегічних орієнтирах, досягнення яких забезпечить перехід харчової промисловості у новий якісний стан, що відповідає інтересам її суб'єктам господарювання з обов'язковим урахуванням потреб споживачів.

На третьому етапі процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості здійснюється маркетингове дослідження. Воно повинно здійснюватися до заздалегідь визначеними завданнями, застосовуючи найбільш ефективний або раціональний інструментарій та охоплювати всі напрями господарської діяльності у галузі. Досліджуючи, аналізуючи та оцінюючи багато факторів маркетингового середовища, суб'єкти харчової промисловості можуть визначити цільові ринки, на яких необхідно зосередити відповідні маркетингові зусилля та орієнтири.

Тип цільового галузевого ринку має достатнє значення для суб'єктів харчової промисловості, тому що саме на ньому вони можуть використовувати свої конкурентні дії та переваги. При виборі типу цільового галузевого ринку необхідно враховувати орієнтацію:

– на масовий ринок – орієнтація на продаж товарів, робіт, послуг широкому спектру галузевих внутрішніх та зовнішніх споживачів;

– сегмент ринку – орієнтація на певну групу галузевих споживачів товарів, робіт, послуг;

– кілька сегментів – націлювання суб'єктів харчової промисловості на задоволення потреб декількох груп галузевих споживачів із використанням різних підходів до кожної окремої групи.

Відмітимо, що вибір цільового галузевого ринку істотно впливає на різні стратегічні рішення суб'єктів харчової промисловості.

Необхідно підкреслити, що процес переходу до маркетингової орієнтації повинен носити індивідуальний характер і залежати від сформованих зв'язків, обсягів виробництва продукції, географічного розташування суб'єкта. Проведенню маркетингових досліджень повинен передувати аналіз зовнішнього середовища і внутрішніх факторів (можливостей), оцінка кон'юнктури галузевого ринку. Аналіз повинен бути акцентований на знаходження сильних і слабких сторін у самого господарюючого суб'єкта галузі, причому сильні сторони потрібно максимально використовувати, а слабкі – виключити або розвивати [4].

Тому, у теоретичному та практичному аспекті, необхідність оновлення методологічної парадигми дослідження сутнісних характеристик маркетингової складової, як найважливішого структурного елемента конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості, є безумовно пріоритетною.

Маркетинг представляє собою ринкову концепцію управління науково-технічною, виробничою

Рис. 1. Система реалізації стратегічно-орієнтовних цілей суб'єктів харчової промисловості

та збутовою діяльністю у харчовій промисловості. Отже, дана концепція спрямована на дослідження галузевого ринку з наступною орієнтацією на сучасні та майбутні запити споживачів.

У сучасних трансформаційних перетвореннях треба говорити, як мінімум, про наступні аспекти галузевого маркетингу:

– аналітичний – дослідження галузевого ринку і його сучасних та майбутніх потреб;

– системи забезпечення – формування матеріально-технічного, інформаційного, регулюючого та іншого забезпечення;

– практичний – розробка інноваційних продуктів і просування їх на галузевих ринках;

– ідеологічний – способи мислення, філософії підприємницької діяльності тощо.

У визначенні сутності галузевого маркетингу має бути відображено широкоформатний зміст маркетингової діяльності суб'єктів харчової промисловості – від вивчення й аналізу галузевого ринку, тенденцій його динамічного функціонування до фінансування інноваційних (науково-технічних) досліджень, сучасних новаторських розробок, виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг відповідно до можливостей господарюючих суб'єктів і попитом потенційних галузевих споживачів.

Таким чином, методологія забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості повинна характеризуватися системністю та міждисциплінарністю. Тобто, обґрунтоване комплексне дослідження галузевого ринку і ринкової системи макроекономічного середовища у цілому повинен здійснюватися на всю траєкторію та глибину ринкових трансакцій.

При формуванні конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості повинні актуалізуватися завдання інституційного підприємництва, яке націлене на створення таких формальних норм і неформальних обмежень, у рамках яких, кожен стейкхолдер мав би причетність до функціональних видів діяльності суб'єктів харчової промисловості.

Поглиблене розуміння природи внутрішньогалузевих ринкових сил і потреб споживачів, а також який внесок можуть здійснити структурні одиниці галузі в створення більшої цінності для замовників, є необхідним, якщо суб'єкти харчової промисловості хочуть навчитися адекватно і ефективно реагувати на запити галузевого ринку.

Необхідно зазначити, що методологія забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості орієнтується на стратегічний та операційний маркетинг у галузі. Аспекти стратегічного маркетингу спрямовуються, перш за все, на діагностування стану та виявлення перспектив розвитку галузевого ринку, виокремлення факторів внутрішнього та зовнішнього впливу, визначення основних його потреб, які, так само як і технології операційної діяльності, постійно змінюються.

Практика успішної господарської діяльності суб'єктів харчової промисловості підтверджує тезу про те, що ефективний внутрішньогалузевий стратегічний маркетинг повинен ґрунтуватися на всебічному знанні галузевого ринку, наявності обґрунтованих та цілеспрямованих планів проникнення на галузевий ринок, активної політики ціноутворення, реклами та збуту продукції, робіт, послуг.

Відмітимо, що без солідної стратегічної галузевої бази успішного операційного маркетингу у харчовій промисловості не може бути. Для забезпечення відповідного рівня рентабельності галузі та її суб'єктам господарювання, операційний маркетинг повинен базуватися на стратегічному мисленні та логічної послідовності, яке, у свою чергу, спирається на сучасні та майбутні потреби галузевого ринку під впливом еволюційних факторів.

Дослідження взаємозв'язків і взаємозалежності між стратегічним та операційним маркетингом, суттєво впливає на процеси формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості.

На четвертому етапі процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості досліджується збалансованість основних складових:

– врахування причинно-наслідкових внутрішньогалузевих зв'язків між відповідними стратегіями суб'єктів галузі та з урахуванням сегментних аспектів;

– виокремлення критеріїв, параметрів та їх індикаторів, які використовуються для вираження ступеня досягнення галузевих стратегічних та тактичних цілей;

– дослідження та побудова системи внутрішньогалузевих заходів, які дозволяють поєднати стратегічні цілі галузі з оперативними завданнями суб'єктів харчової промисловості.

На п'ятому етапі процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості розробляється система планів, прогнозів, методів, механізмів і моделей управління, які забезпечують досягнення стратегічних цілей галузі та її структурних одиниць. Окремі елементи стратегії показують послідовність активного впливу на галузевий ринок, механізм його формування та завоювання цільових для суб'єктів харчової промисловості позицій.

Відмітимо, що мета формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості полягає у визначенні пріоритетних орієнтирів, напрямів і варіантів функціонування та розвитку галузевих суб'єктів господарювання з урахуванням матеріальних джерел їх забезпечення й обсягу попиту на ринку споживачів галузевої продукції. Конкурентно-орієнтовна ринкова стратегія у харчовій промисловості передбачає:

– визначення різних стратегій суб'єктів харчової промисловості;

– розробка заходів щодо досягнення стратегічно-орієнтовних цілей суб'єктів харчової промисловості;

– застосування сучасного методологічного інструментарію, який забезпечить вирішення поставлених завдань;

– забезпечення основи для прийняття наступних довгострокових рішень, які пов'язані з динамічним розвитком галузі.

Отже, конкурентно-орієнтовна ринкова стратегія у харчовій промисловості повинна бути спрямована на оптимальне використання можливостей її суб'єктів, інституційної підтримки та запобігання помилкових дій, які можуть привести до зниження загальної галузевої ефективності.

Таким чином, конкурентно-орієнтовна ринкова стратегія у харчовій промисловості – це комплекс базових рішень, функціональних дій, системних внутрішньогалузевих процесів і принципів, які формуються на основі результатів оцінки ринкової ситуації у макроекономічному середовищі та потенційних можливостей суб'єктів харчової промисловості, їх пріоритетних конкурентних позицій і спрямованих на досягнення галузевої стратегічної мети, яка фокусується на динамічному зростанні результатів господарювання, соціально-економічному задоволенні потреб суспільства та забезпечує необхідний рівень продовольчої безпеки країни.

Формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості повинно враховувати обов'язково конкурентні переваги суб'єктів галузі з урахуванням переваги ринкової сили, за допомогою яких будуть досягнуті галузеві стратегічні цілі. На підставі певних переваг виокремлюється базова галузева стратегія, яка визначається положенням суб'єктів на ринку, фокусується на лідерах, претендентах, послідовниках або які займають якусь іншу галузеву нішу.

У запропонованій методології актуалізується необхідність виявлення та обґрунтування конкретних форм внутрішньогалузевого взаємозв'язку конкурентно-орієнтовних ринкових стратегій суб'єктів харчової промисловості й сучасних тенденцій становлення соціально-орієнтовного ринкового середовища. Для цього імперативний характер набуває пошук інформаційно-аналітичної підтримки, яка у відомому обсязі вже міститься у ринковій практиці.

Стратегічний успіх суб'єктів харчової промисловості на галузевому ринку залежить не стільки від їх господарських можливостей, скільки від ступеня орієнтації їх результатів на споживача, від того, наскільки грамотно вони задовольняють потреби особистості і суспільства у галузевій продукції.

Результати досліджень галузевого ринку та його потреб допомагають скорегувати операційну

діяльність господарюючих суб'єктів до вимог суспільства та індивідуальних споживачів. Тому, основним стратегічним завданням комплексного дослідження галузевих ринків і їх потреб є надання допомоги управлінському персоналу суб'єктів господарювання на всіх рівнях в ухваленні правильних і своєчасних рішень з оперативних або тактичних питань у всіх сферах їх багатопланової діяльності, яка забезпечить максимізацію ефективності діяльності у харчовій промисловості.

При цьому, інформаційно-аналітичне забезпечення слід розглядати як основу для прийняття системно-зважених, обґрунтованих і адекватних ситуації рішень, які дозволять сформувати конкурентно-орієнтовну ринкову стратегію у харчовій промисловості.

Ефективне внутрішньогалузеве інформаційно-аналітичне забезпечення, яке складає базис реалізації функцій стратегічного управління у харчовій промисловості, характеризується як найважливіший інструмент формування, як всієї внутрішньогалузевої системи управління, так і системи управління на інших рівнях.

Важливим аспектом забезпечення економічної обґрунтованості управлінських рішень виступає зміст, якість, склад, а також актуальність інформаційних ресурсів. Тому зазначені елементи, їх наповненість формують підґрунтя для прийняття правильних та своєчасних рішень. Процес формування та використання відповідних інформаційних груп, які містять економічні, виробничо-технологічні, соціальні та екологічні дані, забезпечує нормальне функціонування управлінського процесу на всіх рівнях харчової промисловості [5].

Основним джерелом об'єктивної, неупередженої та достовірної інформації в більшості випадків є спеціальні внутрішньогалузеві польові дослідження, які важливі для успішного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Тому, дані дослідження необхідні виключно для отримання аналітичної інформації, яка дозволяє:

– по-перше, знизити ризик прийняття неефективних рішень, які можуть призвести до несприятливих результатів;

– по-друге, з більшою ймовірністю дозволяють приймати обґрунтовані рішення, які забезпечать динамічне зростання ефективності результатів господарської діяльності на галузевому ринку.

Отримана таким чином аналітична внутрішньогалузева інформація може стати ринковою конкурентною перевагою суб'єктів харчової промисловості, що у свою чергу дозволить їм не тільки утримувати зайняті позиції на галузевому ринку, але й помітно їх покращувати.

У теоретико-методичному значенні, у сучасних умовах динамічного розвитку національної економіки, набувають параметри трансформації і використання інформації, які акумулюють зміст терміну «інформаційне забезпечення». Із позицій стратегічного менеджменту інформаційне забезпечення – це, насамперед, процес задоволення потреб користувачів у інформації, необхідній для обґрунтування і прийняття стратегічних рішень в процесі господарювання [6].

Базовими принципами інформаційно-аналітичної підтримки методології забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості є:

– принцип внутрішньогалузевої структурованості;
– принципи обґрунтованості й якості;
– принцип системності та своєчасності;
– принцип інтеграційного застосування;
– принцип гнучкості;
– принцип методологічної єдності.

Перелічені принципи враховують внутрішньогалузеву специфіку функціонування інформаційно-аналітичного середовища суб'єктів харчової промисловості та створюють сприятливі умов ефективного управління в галузі.

На рис. 2 запропонована система інформаційно-аналітичної підтримки методології забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості, яка забезпечить її ефективне використання у практичній площині.

Ефективність формування та реалізації внутрішньогалузевих рішень напряму залежить від якості інформаційно-аналітичного забезпечення процесу управління на всіх рівнях харчової промисловості.

На шостому етапі процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості визначається тактика поведінки суб'єктів харчової промисловості. Їх тактика полягає у визначенні та виокремленні оперативних (короткострокових) завдань на шляху досягнення стратегічних цілей суб'єкта та галузі. Тактичні плани конкретизують галузеві стратегічні плани, які розроблені на більш довгостроковий термін.

Тактична поведінки суб'єктів харчової промисловості може включати в себе короткострокові плани, які орієнтуються на відповідну: добу, тиждень, декаду, місяць і квартал. Тактична поведінка зосереджується на поточного моніторингу галузевого ринку, оперативного управління ринком збуту, вирішення поточних питань, які пов'язані з операційною діяльністю, ціноутворенням, налагодження та розвитку комунікації зі стейкхолдерами, контрагентами тощо. У процесі прийняття тактичних рішень необхідно брати до уваги такі фактори: поточний попит на галузеву продукцію; зростання економічної активності на міжнародних ринках; дії основних конкурентів у макроекономічному просторі; вплив факторів глобалізації.

На сьомому етапі процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій

Рис. 2. Система інформаційно-аналітичної підтримки методології забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості

промисловості визначається регулюючий влив державних інституцій на функціонування та розвиток галузі. Роль інституційного впливу на підвищення ефективності діяльності господарюючих галузевих суб'єктів в умовах соціально-орієнтованої національної економіки достатньо вагома.

У макроекономічній площині інституційне – це діяльність, відповідних державних та регіональних інституцій, яка спирається на певні принципи та цінності з метою впливу на суб'єктів господарювання. У сучасних філософських та ідеологічних системах інституційне регулювання функціонує з відповідною обґрунтованістю.

Відомо, що будь-яка ідеологія спирається на сформовану сукупність наукових знань та вибір стратегічних орієнтирів. Певна ідеологія втілює інтереси різних соціальних груп населення країни, а її вибір – визначає чиї інтереси держава буде перш за все задовольняти [1].

Забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості можна тільки при суттєвій трансформації неефективної та неадекватної системи державного та регіонального рулювання підприємницької діяльності. Тому, подолання відповідних дисбалансів у розумінні та здійсненні регулюючих функцій відповідних інституцій, може забезпечити соціально-економічне зростання у національному макроекономічному середовищі з орієнтацією на якісні орієнтири галузі.

Таким чином, регулюючі інституції повинні забезпечити та підтримати суб'єктів харчової про-

мисловості у реалізації галузевої конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії за рахунок дотримання відповідних принципів та визначених суспільних функцій. Відповідні інституції повинні бути допоміжним регулятором соціальних, фінансових та економічних процесів у харчовій промисловості та орієнтуватися на стратегічний перерозподіл ресурсів у національні економіці з урахуванням факторів екзогенного й ендогенного спрямування.

Заключний, восьмий етап процесу формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості визначає моделі та механізми контролю. Під час розробки галузевої конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії, суб'єкти господарювання повинні враховувати, що прийнята стратегія не є чимось остаточним і незмінним. Зміни внутрішніх і зовнішніх факторів макроекономічного середовища можуть привести до необхідності перегляду окремих елементів і етапів стратегії, тому перед управлінським персоналом суб'єктів галузі постають завдання, які пов'язані з необхідністю розробки дієвої моделі та сучасного механізму контролю, який дозволить проводити аудит їх діяльності, але і своєчасно вносити корективи у конкурентно-орієнтовну ринкову стратегію, а також у тактику своєї поведінки на галузевому ринку. Одним із шляхів вирішення визначених аспектів є застосування внутрішньогалузевого контролінгу.

На думку деяких науковців, контролінг – це окрема інформаційна підсистема суб'єкта господарювання для стратегічного управління на основі синтезу знань з менеджменту, маркетингу, фінансового й управлінського обліку, статистики, аналізу, контролю та прогнозування [7].

У наукових дослідженнях Є. Масленнікова, контролінг визначається, як відповідна підсистема управління у суб'єкта господарювання, яка дає змогу виявити відхилення від прийнятих і затверджених процедур, положень, правил та надати оцінку причин цих відхилень, конкретизувати їх за ступенем участі в них працівників підприємства [8].

Контролінг, в нашому розумінні, – це сучасний методичний інструментарій системи внутрішньогалузевого управління, за допомогою якого забезпечується тривале стійке функціонування суб'єкта харчової промисловості та розвиток галузі.

Наявність стратегічної ознаки спонукають до застосування стратегічного контролінгу у методології забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості.

На підставі системного та конструктивно-цілеспрямованого підходу визначимо, що стратегічний контролінг – це практичний інструмент в системі методології забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості, який формує належну інформаційно-аналітичну підтримку в галузевому управлінні з метою забезпечення ефективного функціонування та пріоритетного стратегічного розвитку суб'єктів харчової промисловості під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Основним елементом цього процесу є аналіз та оцінка відповідності вихідних стратегічних установок суб'єктів харчової промисловості наявним ринковим можливостям, а якщо вони мають ознаки істотної невідповідності, проводиться коригування планів, прогнозів, які забезпечать досягнення галузевих стратегічних цілей і успішної реалізації конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості.

Зауважимо, що формування та розвиток соціально-орієнтовного ринкового господарства пов'язано не стільки з функціональними аспектами визначення стратегічної мети, скільки з пошуком шляхів становлення та розвитку такого суб'єкта, який на науковій основі, в рамках всієї національної економіки, може створити і запустити модельовані механізми об'єктивних соціально-спрямованих ринкових перетворень у макроекономічному середовищі. Таким суб'єктом є, і повинна бути, правова держава, яка діє на користь національного суспільства та його індивідуумів.

Стихійні непередбачувані сили ринкового механізму у галузевому аспекті не формують соціально-орієнтовану національну економіку. Таке середовище створюють та підтримують відповідні інституції за допомогою відповідних сил, які іманентні конкурентному ринку. Можна стверджувати, що соціальна-орієнтовна ринкова економіка виникає в результаті взаємодії об'єктивних сил ринкового механізму і суб'єктивних соціальних орієнтирів державних та регіональних інституцій.

У запропонованій методології простежується актуальність дослідження діалектики стратегічного, тактичного й оперативного спрямування в умовах масштабної соціально-економічної трансформації та формування нових стандартів у національному макроекономічному середовищі.

У сучасних макроекономічних умовах актуалізується потреба у моделюванні процесу забезпечення та формування конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості з метою більш повного задоволення потреб суспільства та суб'єктів господарювання. Основним принципом багатогранної ефективної діяльності у харчовій промисловості є принцип пріоритетності споживача.

Дослідження підтверджує, що імператив нової якості динамічного економічного зростання у харчовій промисловості, подолання галузевих структурних криз вимагають розробки перспективних концептуально-теоретичних і нормативно-прикладних підходів, які орієнтовані на досягнення

соціально-орієнтовного розвитку у національному макроекономічному середовищі. Сталий розвиток суб'єктів харчової промисловості у значній мірі залежить від ефективності функціонування галузі. Це підтверджує світова практика та досвід становлення та розвитку країн, у яких національна економіка орієнтується на агропромисловий комплекс.

Висновки з проведеного дослідження. Сформовано методологію забезпечення та побудови конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості, яка передбачає комплекс базових рішень, функціональних дій, системних внутрішньогалузевих процесів і принципів, які формуються на основі результатів оцінки ринкової ситуації у макроекономічному середовищі та потенційних можливостей суб'єктів харчової промисловості, їх пріоритетних конкурентних позицій і спрямованих на досягнення галузевих стратегічних цілей. Забезпечення конкурентно-орієнтовної ринкової стратегії у харчовій промисловості є органічним поєднанням логіки розробки стратегічних орієнтирів, програм, проектів, планів, специфічного методологічного інструментарію та підходів, цілісної системи індикаторів, які відображають результативність функціонування галузевого сегмента, а також комплексу методів складання та обґрунтування оптимальності прогнозних і планових показників результативного господарювання суб'єктів харчової промисловості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мельник Ю. М. Теоретико-методологічні засади регулювання розвитку промисловості у національній економіці : монографія. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. 365 с.

2. Григор'єв Г. С. Теоретико-методологічні засади державного регулювання фінансово-економічних процесів в умовах глобалізації : монографія. Херсон : Олді-плюс, 2017. 380 с.

3. Востряков О. В., Гребешкова О. М. Методологія стратегічного процесу на підприємстві: проблеми та напрями розвинення. URL.: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/625/Vostryakov.pdf;jsessionid=393C3ED8A8F441E640F9A31E7887BDBE?sequence=1

4. Войт Д. С. Вдосконалення маркетингової діяльності підприємств харчової промисловості. Ефективна економіка № 9. 2014. URL.: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3588

5. Побережець О. В. Управління результатами діяльності промислового підприємства: теорія і методологія: дисерт. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.04. Київ, 2016. 513 с.

6. Побережець О.В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства : монографія. Херсон : Видавництво : Грінь Д.С., 2016. 500 с.

7. Пушкар М. С., Пушкар Р. М. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту. Тернопіль: Карт-бланш, 2004. 370 с.

8. Масленніков Є.І. Концептуальна модель контролінгу в системі управління фінансовою стійкістю промислового підприємства. Економіка. Фінанси. Право. 2014. № 11/1. С. 42-45.

REFERENCES:

1. Melnyk Yu. M. (2018) Teoretyko-metodolohichni zasady rehuliuvannia rozvytku promyslovosti u natsionalnii ekonomitsi [Theoretical and methodological principles of regulation of industrial development in the national economy]. Kherson: OLDI-PLIUS, p. 365. (in Ukrainian)

2. Hryhoriev H. S. (2017) Teoretyko-metodolohichni zasady derzhavnoho rehuliuvannia finansovo-ekonomichnykh protsesiv v umovakh hlobalizatsii [Theoretical and methodological principles of state regulation of financial-economic processes in the conditions of globalization]. Kherson: OLDI-PLIUS, p. 380. (in Ukrainian)

3. Vostriakov O. V., Hrebeshkova O. M. (2010) Metodolohiia stratehichnoho protsesu na pidpryiemstvi: problemy ta napriamy rozvynennia [Methodology of strategic process at the enterprise: problems and directions of development]. Vcheni zapysky. Zbirnyk naukovyh prats' [Scientists notes. Collection of scientific papers.] vol. 11, no. 115, pp. 10−14. Available at: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/625/Vostryakov.pdf;jsessionid=393C3ED8A8F441E640F9A31E7887BDBE?sequence=1

4. Voit D. S. (2014) Vdoskonalennia marketynhovoi diialnosti pidpryiemstv kharchovoi promyslovosti [Improvement of marketing activity of food industry enterprises]. Efektyvna ekonomika [An efficient economy] (electronic journal) vol. 11, no. 9, pp. 10−14. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3588

5. Poberezhets O. V. (2016) Upravlinnia rezultatamy diialnosti promyslovoho pidpryiemstva: teoriia i metodolohiia [Management of results of industrial enterprise activity: theory and methodology] (PhD Thesis), Kyiv, p. 500. (in Ukrainian)

6. Poberezhets O.V. (2016) Teoretyko-metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennia systemy upravlinnia rezultatamy diialnosti promyslovoho pidpryiemstva [Theoretical, methodological and practical principles of research of the management system of the results of industrial enterprise activity]. Kherson: Hrin D.S., p. 500. (in Ukrainian)

7. Pushkar M. S., Pushkar R. M. (2004) Kontrolinh – informatsiina pidsystema stratehichnoho menedzhmentu [Controlling is an information subsystem of strategic management]. Ternopil: Kart-blansh, p. 370. (in Ukrainian)

8. Maslennikov Ye. I. (2014) Kontseptualna model kontrolinhu v systemi upravlinnia finansovoiu stiikistiu promyslovoho pidpryiemstva [Conceptual model of controlling in the financial stability management system of an industrial enterprise]. *Economy. Finances. Law.*, vol. 11, no. 1, pp. 42-45.

Sheremet O.O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of the Educational and Scientific Institute of Economics
and Management
National University of Food Technologies

STAGES OF FORMATION COMPETITIVE-ORIENTED MARKET STRATEGY OF DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

The article is considered eight stages of formation competitive-oriented market strategy of development of food industry enterprises: building up the concept of strategic development of food industry enterprises, definition of priority goals, marketing research, research of balance of main components, development of system of plans, forecasts, methods, mechanisms and models of management, determining the behavior tactic of enterprises of food industry, determining the regulator influence of state institutions, identifying models and control mechanisms.

The main goal of this paper is a presented the main hypotheses on which methodology of providing and formation competitive-oriented market strategy in the food industry focusing on. It is substantiated of importance, essence, components and necessity of carrying out each of these stages of formation an effective competitive-oriented market strategy in the food industry.

This study combines a new theoretical and methodological approach to understanding the key focus of the development of regional information management in the context of the development of socio-economic processes.

It is formed the methodology of providing and building a competitive-oriented market strategy in the food industry, which envisages a complex of basic decisions, functional actions, systemic intra-industry processes and principles, which are formed on the basis of the results of the assessment of the market situation in the macroeconomic environment and the potential opportunities of food industry enterprises, their priority competitive positions and aimed of achieving sectoral strategic goals. Ensuring a competitive-oriented market strategy in the food industry is an organic combination of the logic of developing strategic guidelines, programs, projects, plans, specific methodological tools and approaches, a comprehensive system of indicators that reflect the effectiveness of function the sectoral segment and a complex of methods for compiling and justifying the optimality of the forecast and planned indicators of resulting management of food industry enterprises.

In the conditions of creating by Ukraine the new national IRM system the issue of formation and development of managerial capital in healthcare sphere is of great importance. It should be considered in the current process of Ukrainian governance system's reformation to avoid the mistakes.

Thus, summarizing all the above building up the concept of strategic development of food industry enterprises, definition of priority goals, marketing research, research of balance of main components, development of system of plans, forecasts, methods, mechanisms and models of management.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ У ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT SYSTEM MODELING IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY

УДК 330.101

Дименко Р.А.
к.е.н., завідувач кафедри
підприємництва, торгівлі
та біржової діяльності
Навчально-науковий інститут
менеджменту та підприємництва
Державний університет телекомунікацій

У постійних трансформаційних процесах актуалізуються питання моделювання системи управління у телекомунікаційній індустрії, яка забезпечить її стратегічний розвиток та сприятиме підтримки системи державного регулювання внутрішньогалузевого середовища. Нові реалії сьогодення призводять до того, що визначені раніше управлінські рішення щодо розв'язання відповідного питання вимагають уточнення, удосконалення, сучасного обґрунтування та інших підходів вирішення, які забезпечать ефективне функціонування телекомунікаційної індустрії та її суб'єктів. Управління як предмет наукового дослідження розглядається в економічні та управлінні у вигляді складної багатокомпонентної системи з мультифакторними проявами внутрішніх і зовнішніх зв'язків.

Ключові слова: *ринок інформаційно-телекомунікаційних технологій, інформатизація суспільства, системи управління, емерджентність.*

В постоянных трансформационных процессах актуализируются вопросы моделирования системы управления в телекоммуникационной индустрии, которая обеспечит ее стратегическое развитие и будет способствовать поддержанию системы государственного регулирования внутриотраслевого среды. Новые реалии приводят к тому, что определенные ранее управленческие решения по решению соответствующего вопроса требуют уточнения, совершенствования, современного обоснования и других подходов к решению, которые обеспечат эффективное функционирование телекоммуникационной индустрии и ее субъектов. Управление как предмет научного исследования рассматривается в экономии и управлении в виде сложной многокомпонентной системы с мультифакторными проявлениями внутренних и внешних связей.

Ключевые слова: *рынок информационно-телекоммуникационных технологий, информатизация общества, системы управления, эмерджентность.*

In constant transformation processes, the issues of modeling the management system in the telecommunications industry are relevant, which will ensure its strategic development and help support the system of state regulation of the intra-industry environment. The new realities of today lead to the fact that the previously defined management decisions to address the issue require clarification, improvement, modern justification and other solutions that will ensure the effective functioning of the telecommunications industry and its actors. Management as a subject of scientific research is considered in economic and management in the form of a complex multi-component system with multifactorial manifestations of internal and external relations.

Key words: *market of information and telecommunication technologies, informatization of society, management systems, emergence.*

Постановка проблеми. Відповідно до концепції стратегічного управління зусилля підприємств телекомунікаційної галузі мають бути зосереджені на ключових, довготривалих факторах успіху, на виробці найбільш важливих для телекомунікаційного підприємства довготривалих орієнтирів у відповідності до еволюції технології і ринку телекомунікаційних послуг, змінам найбільш важливих для цих підприємств макроекономічних, політичних, технологічних і соціокультурних факторів, на тлі яких виконується повсякденна операторська діяльність підприємств і будуються його взаємовідносини із усіма учасниками ринку.

Постановка завдання. Метою статті є визначення науково-методичного забезпечення системи формування політики ціноутворення у інформаційно-телекомунікаційній сфері.

Виклад основного матеріалу. У соціально-економічній системі телекомунікаційній індустрії та в її сегментах, керованої й керуючої системах, функціонують відповідні системи меншого рівня та розміру. При цьому організаційна, інформаційна, технічна, технологічна та функціональна системи забезпечують організаційно-функціональну особливість управління у телекомунікаційній індустрії, а економічна й соціальна – соціально-економічну.

Тому, зазначені аспекти визначає пріоритетну роль системно-синергетичного підходу як базової методології у формуванні моделі управління з урахуванням інноваційної складової, що найбільш точно відповідає складному середовищу наукомістких ринків, які притаманні інформаційно-комунікаційних технологіям і сервісам.

Система – це базовий аспект управління у телекомунікаційні галузі, в якій впорядкована сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів і компонентів. Цілеспрямована взаємодія між елементами та компонентами системи управління у телекомунікаційні галузі породжує у неї такі властивості, які відсутні у жодного елементу або компоненту даної системи. У наукових публікаціях таке явище толкується як принцип емерджентності.

Емерджентність (emergence) – виникнення нового, поява інших властивостей.

У теорії систем, емерджентність – це наявність системи особливих властивостей, які не власні її

підсистемам та сегментам, а також сумі компонентів не пов'язаних системоутвореними зв'язками, а також неможливість зведення властивостей системи до суми властивостей її сегментних компонентів. Синонімом принципу емерджентності – є системний ефект.

Емерджентність в управлінні телекомунікаційною індустрією – це властивість системи внутрішньогалузевого управління, яка формує уявлення щодо об'єкту, який має особливі властивості, які не можуть бути відокремлені як наслідок із властивостей окремих сегментів об'єкта, а саме системи управління.

У дослідженням з менеджменту з цим терміном пов'язане поняття емерджентних стратегій – виникають спонтанно в процесі здійснення управлінських зусиль та утворюють своєрідний план дій суб'єкта й притаманні майже всім суб'єктам господарювання, які цілеспрямовано намагаються протистояти викликам відповідного середовища та прагнуть вирішити визначені завдання та досягнути сформованої мети [1].

Застосування принципу емерджентності у моделюванні системи управління в телекомунікаційній індустрії забезпечить визначення індикаторів стратегічного її розвитку та галузевих суб'єктів господарювання.

Наукові дослідження різноманітних систем спонукали до появи наступних наукових напрямів:

– загальної теорії систем;
– синергетика;
– кібернетика;
– теорія управління;
– теорія організації;
– інші.

Нагадаємо, що кібернетика як наука про управління складними системами не набула необхідного розвитку в середині XX-століття, але в даний період відбувалося поступове накопичення й узагальнення знань про конкретні природні, соціальні, технічні, економічні та суспільні системи.

Паралельно з кібернетикою розвивалася загальна теорія систем, а ідея її створення належить Л. фон Берталанфі – австрійському біологу, засновнику узагальненої системної концепції, яка іменується «загальна теорія систем» [2].

Основний шлях реалізації системної концепції Л. фон Берталанфі з фокусував на пошук структурно-компонентної подібності законів, які установлені у відповідних сегментах наукового простору. Основні його досягненнями пов'язані з узагальненням трактування відкритої системи та всебічне усвідомлення значення обміну речовиною, інформацію й енергією між відповідною системою та навколишнім середовищем для її функціонування.

Характерним внутрішньогалузевим системам управління притаманні властивості синергізму. Синергізм у телекомунікації – це галузева співпраця або співдружність між її сегментами.

Погодимося, що ефект синергії – це здатність до комбінованої цілеспрямованої дії будь-яких елементів у відповідній системі, підсумковий ефект від якої перевищує вплив, що виникає з кожного компонента управлінської системи окремо. Стійкий прояв ефекту синергії називається законом синергії – це сукупність елементів, які утворюють систему управління суб'єктом, яка організована таким чином, що загальний потенціал системи управління більше суми потенціалів елементів, які входять окремо в неї [1].

Таким чином, система управління у телекомунікаційні індустрії та її суб'єктів господарювання – це сукупність внутрішньогалузевих елементів і компонентів, які закономірно взаємопов'язані в єдине ціле, комплексно та мультиваріативно взаємодіють між собою, має визначені властивості, відсутніми у елементів і відносини, які її утворюють із врахуванням їх адаптації до внутрішнього середовища.

Моделювання системи управління у телекомунікаційній індустрії повинне враховувати:

– місію;
– стратегічні орієнтири;
– цілі;
– завдання;
– функціональні дії.

Місія надає стейкхолдерам загальне уявлення про суб'єкт, про його призначення та прагнення, які засоби готовий використовувати у своїй діяльності, управлінська філософія тощо.

Місія суб'єкта телекомунікаційної індустрії фокусується на загальній характеристиці, яка у загальному випадку поглинає функціональні цілі та стратегічні завдання його розвитку під впливом ендогенних та екзогенних факторів ринку інформаційно-комунікаційних послуг і сервісів. Місія суб'єктів телекомунікаційної індустрії – це сукупність загальних орієнтирів і принципів, які визначають їх призначення та роль на ринку інформаційно-комунікаційних послуг і сервісів та взаємини з іншими соціально-економічними сегментами у національному та міжнародному телекомунікаційному середовищі.

Цілі суб'єктів телекомунікаційної індустрії повинні бути спрямовані на досягнення прогнозованих, планованих і бажаних результатів, та на досягнення яких спрямована їх господарська діяльність. Складність телекомунікаційної індустрії та її суб'єктів обумовлює її багатоцільовий характер. Серед всіх цілей різного рівня виділяється перш за все головна цільова функція, або місія суб'єкта, яка визначається суспільним поділом праці та визначає основні напрямки його діяльності.

Визначені аспекти підтверджують, що суб'єктивна місія це:

– філософія та призначення суб'єкта телекомунікаційної індустрії;

– сенс існування суб'єкта на ринку інформаційно-комунікаційних послуг і сервісів;

– відмінність суб'єкта та його індивідуальна харизма.

Розробка місії є базовою точкою будь-якого вдосконалення системи управління у телекомунікаційній індустрії, тому що визначення місії необхідно для того, щоб представити уявлення про основні завдання суб'єкта та будь-яку його діяльність підпорядкувати та спрямувати на їх вирішення.

Моделювання системи управління у телекомунікаційній індустрії потребує дослідження критичної оцінки існуючих моделей визначення мети із врахуванням галузевих с особливостей.

Модель максимізації темпів зростання суб'єкта телекомунікаційної індустрії. У складі моделі враховуються темпи зростання сукупного доходу суб'єкта та основні пропорції його розподілу, а також найважливіші структурні параметри фінансового та соціально-економічного стану суб'єкта господарювання.

Дана модель є альтернативою моделям максимізації прибутку або об'ємів реалізації. Даній моделі притаманні також певні недоліки: модель в якості цільової функції може функціонувати лише в умовах стійкого попиту на телекомунікаційні товари, послуги та сервіси; у модель фіксується в якості основної передумови фактично досягнутий рівень чистого прибутку суб'єкта господарювання, при цьому не оцінюється ступінь його достатності для вирішення стратегічних завдань розвитку суб'єкта телекомунікаційної індустрії.

Модель максимізації доданої вартості у суб'єкта телекомунікаційної індустрії. Дана модель спрямована на максимізацію соціально-економічних інтересів не тільки працівників, а й власників бізнесу. Даний цільовий параметр має довготривалий характер та у достатній мірі може враховувати інвестиційно-інноваційні потреби суб'єкта телекомунікаційної індустрії. Але запропонована модель може вступати в конфлікт із соціально-економічними інтересами кінцевого покупця телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів.

Модель максимізації обсягу реалізації товарів, послуг і сервісів. Основні переваги цієї моделі пояснюються наступними:

– даний цільовий параметр найкращим чином відображає результати ділової активності суб'єкта телекомунікаційної індустрії на ринку інформаційно-комунікаційних послуг і сервісів;

– максимізація обсягу реалізації інтегрує у своєму складі і максимізує прибуток від діяльності;

– зростання обсягу реалізації товарів, послуг і сервісів вимагає не тільки активізації маркетингових зусиль суб'єкта телекомунікаційної індустрії на ринку інформаційно-комунікаційних послуг і сервісів, але й постійних змін у всіх господарських процесах;

– ефективно сприяє адаптації в умовах посиленої внутрішньогалузевої конкуренції.

Об'єктивна оцінка цієї моделі показує також відповідні недоліків: споживчий вибір телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів є функцією ринкового середовища, яка відрізняється мінливістю під впливом безлічі внутрішніх та зовнішніх факторів; цільова функція не пов'язані з економією витрат.

Модель мінімізації трансакційних витрат у суб'єкта телекомунікаційної індустрії. Зазначена модель базується на теоретичних підходах неоінституционалізма, зокрема, його основоположника – лауреата Нобелівської премії з економіки Р. Коуза («Природа фірми», «Проблеми соціальних витрат»), який вперше ввів в наукову сфери термін «трансакційні витрати», які визначаються як витрати з обслуговування угод на відповідному ринку.

Вони складаються з витрат ресурсів суб'єктів телекомунікаційної індустрії, витрат часу на здійснення угод, а також з втрат, які непередбачені при укладанні угоди. Запропонований цільовий параметр функціонування господарюючого суб'єкта має певні недоліки: параметри мінімізації трансакційних витрат не враховують прагнення суб'єкта до комплексної економії ресурсної складової, так як при цьому поза поле зору залишаються всі інші види його витрат, які не пов'язані з обслуговуванням певних угод, що пов'язані з реалізацією телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів. Тому, економія витрат суб'єкта телекомунікаційної індустрії не може носити характер глобальної мети його функціонування у макроекономічному середовищі, оскільки вона не пов'язана з його розвитком та соціально-економічними інтересами учасників внутрішньгосподарського процесу.

Модель максимізації прибутку. Модель максимізації прибутку передбачає, що основна мета суб'єкта телекомунікаційної індустрії фокусується на максимізація його вартості у майбутніх періодах. Оскільки вартість суб'єкта у довгостроковому періоді визначається потоком майбутніх доходів, які можуть відповідати, а можуть і не відповідати його очікуванням, то запропонована модель містить поточну вартість майбутніх грошей і концепцію ризику.

Дана модель була піддана критиці багатьма економістами та управлінцями. По-перше, обліковий процес у всіх країнах виділяє тільки бухгалтерський прибуток, який представляє собою різницю між доходами суб'єкта господарювання та його зовнішніми витратами. Ця модель не враховує цілий ряд внутрішніх витрат суб'єктів телекомунікаційної індустрії, тобто тих витрат, які обліко-

вим процесом не враховуються. Тому, для оцінки реального результату господарювання необхідно орієнтуватися на економічний прибуток, який враховує доходи та витрати (внутрішні та зовнішні).

На погляд автора дослідження, суб'єкти телекомунікаційної індустрії повинні підтримувати справедливий і працездатний баланс між вимогами всіх стейкхолдерів, як внутрішніх так і зовнішніх.

Основним аргументом неспроможності моделі максимізації прибутку є об'єктивний факт індивідуалізації на ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів, що призвело до зміні концепції маркетингу. Зміна характеру попиту в телекомунікаційній індустрії від стандартних товарів, послуг і сервісів до параметрів їх якості, унікальності, інтелектуальності та інноваційності призвело до диференційованого ринку телекомунікацій, що складається з значної кількості індивідуалізованих сегментів. Така конструкція ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів не створює умови для максимізації прибутку, а орієнтується на повне задоволення вимог споживачів.

П. Друкер зробив парадоксальний для менеджменту XX століття висновок: «Максимізація прибутку є помилковою концепцією, будь то вона короткострокова або довгострокова». В якості головної мети суб'єкта господарювання він запропонував розглядати саме його виживання в «ближньому, середньому та далекому» горизонті часу [4].

Таким чином, у ринкових умовах, максимізація прибутку – це основне завдання суб'єкта телекомунікаційної індустрії, але не його основна мета функціонування.

Модель забезпечення конкурентних переваг на ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів. Визначена концепція відображає результати господарювання всіх структурних сегментів суб'єкта телекомунікаційної індустрії: конкурентні переваги можуть бути досягнуті за рахунок розробки нових послуг, товарів, сервісів; удосконалення їх якості; ефективного маркетингу; ефективної цінової політики; субсидіювання та ін. Конкурентні переваги на ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів забезпечують формування у суб'єкта господарювання надлишкової прибутковості.

Але запропонована модель також має певні недоліки: термін «конкурентна перевага» характеризується цілим рядом індикаторів, які складно інтегрувати в одному вимірнику; не враховуються фактори адаптивності на ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів. Тому, забезпечення конкурентних переваг може розглядатися як тактичне завдання основних функціонально-орієнтовних систем управління, але не як основна мета господарювання суб'єкта телекомунікаційної індустрії.

Модель максимізації ринкової вартості суб'єкта телекомунікаційної індустрії., яка характеризується наступними особливостями:

– модель визначає власників як основних внутрішніх стейкхолдерів соціально-економічних інтересів суб'єкта телекомунікаційної індустрії, що робить їх зацікавленими в ефективному управлінні бізнес-процесами;

– індикатори ринкової вартості наділені більш широким фінансовим спектром і глибшим потенціалом зростання в порівнянні з іншими цільовими індикаторами;

– крім зростання доходів і зниження витрат, зростання ринкової вартості суб'єкта телекомунікаційної індустрії може забезпечуватися зростанням його нематеріальної складової (іміджу, організаційної культурою тощо) та використанням ефекту синергізму;

– динаміка ринкової вартості суб'єкта телекомунікаційної індустрії є найбільш всеосяжним критерієм ефективності використання його капіталу.

Кількісним виразом цього критерію виступає співвідношення ринкової вартості суб'єкта телекомунікаційної індустрії до суми його чистих активів.

Дослідження моделей цільової функції суб'єктів телекомунікаційної індустрії показує, що до XXI столітті найбільш прийнятною була модель максимізації його ринкової вартості.

Максимізація ринкової вартості бізнесу узгоджувалася з базовим принципом XX століття англо-американської моделі корпоративного управління: «поведінка суб'єкта, яка орієнтована на максимізацію багатства акціонерів – достатня умова для підвищення добробуту суспільства».

У сучасних умовах функціонування телекомунікаційного ринку змінюється вектор пріоритетів на споживчому ринку товарів, послуг і сервісів. Добробут власників телекомунікаційного бізнесу не може бути основною метою господарської діяльності. Європейська модель корпоративного управління (Рейнська модель соціального партнерства) заснована на принципі соціально-економічної взаємодії.

Коріння цього принципу знаходяться у глибоких традиціях європейської економічної системи, орієнтованої на кооперацію та соціальну злагоду в прагненні до національного процвітання й багатства [4].

Принцип соціальної взаємодії спрямований на досягнення балансу інтересів всіх стейкхолдерів, які пов'язані з ринком телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів.

Світовим трендом останнього десятиріччя постає соціальна переорієнтація бізнесу у телекомунікаційній індустрії. Сучасна економіка телекомунікаційної сфери потребує принципово нової економічної парадигми, яка буде спиратися на соціально-економічні концепції функціонування

суб'єктів, які функціонують на ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів.

Еволюція цільової орієнтації соціально-економічного розвитку обумовлює принципові зміни у всій господарській системі телекомунікаційної сфери. Перетворення ринку споживача телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів в домінуючий, означає, що класична ринкова економіка перетворюється в соціально-орієнтовану, де основною фігурою стає споживач, а механізм досягнення високої ефективності та конкурентоспроможності будується на основі соціально-економічних факторів.

Крім того, змінюються параметри споживчих переваг на ринку телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів – від стандартних товарів, послуг і сервісів, їх якості та інноваційності до інтелектуального продукту, який враховує методи роботи, імідж, репутацію, престижність суб'єкта телекомунікаційної індустрії.

Перехід до нової моделі економічного зростання у телекомунікаційній індустрії включає в себе пряме та повне підпорядкування економіки соціально-економічним цілям стейкхолдерів. Соціальна сфера з похідного, другорядного компонента перетворюється в пріоритетний напрям розвитку галузевої економіки. Посилення соціальної спрямованості економічного зростання у телекомунікаційної індустрії передбачає підвищення соціально-економічної ефективності на основі створення соціально-економічних цінностей для всіх стейкхолдерів та суспільства. Тому, принципово змінюється місія суб'єктів телекомунікаційної індустрії на ринку інформаційно-комунікаційних послуг і сервісів.

Соціально-економічна місія суб'єктів телекомунікаційної індустрії полягає в необхідності задоволення не тільки матеріальних, а й культурних потреб кінцевих споживачів шляхом створення та реалізації соціально-значущих телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів, які відповідатимуть міжнародним, у тому числі європейським стандартам якості, і, таким чином, вирішальною соціально-економічні та культурно-етичні проблемні питання національного суспільства. У результаті трансформації бізнесу у телекомунікаційній індустрії на макро- та мікрорівнях на основі соціально-економічної та культурно-етичної концепції управління повинна бути створена ефективна соціальна ринкова економіка на принципах обґрунтованого дотримання нормативних, правових, моральних, культурних, етичних та інших норм.

В останні десять років змінюється характер конкурентних переваг на ринку телекомунікаційної індустрії – вони набувають більше соціально-економічного характер (рис. 1).

З огляду на соціальну спрямованість галузевої економіки суб'єктів телекомунікаційної індустрії, яка визначається відповідною державною політикою в сфері телекомунікацій, всі аспекти господарської діяльності суб'єктів повинні мати соціальний акцент, який реалізується через випуск соціально значимих телекомунікаційних товарів, послуг і сервісів, врахування інтересів внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, створення соціально-орієнтованої інфраструктури у телекомунікаційному бізнесі.

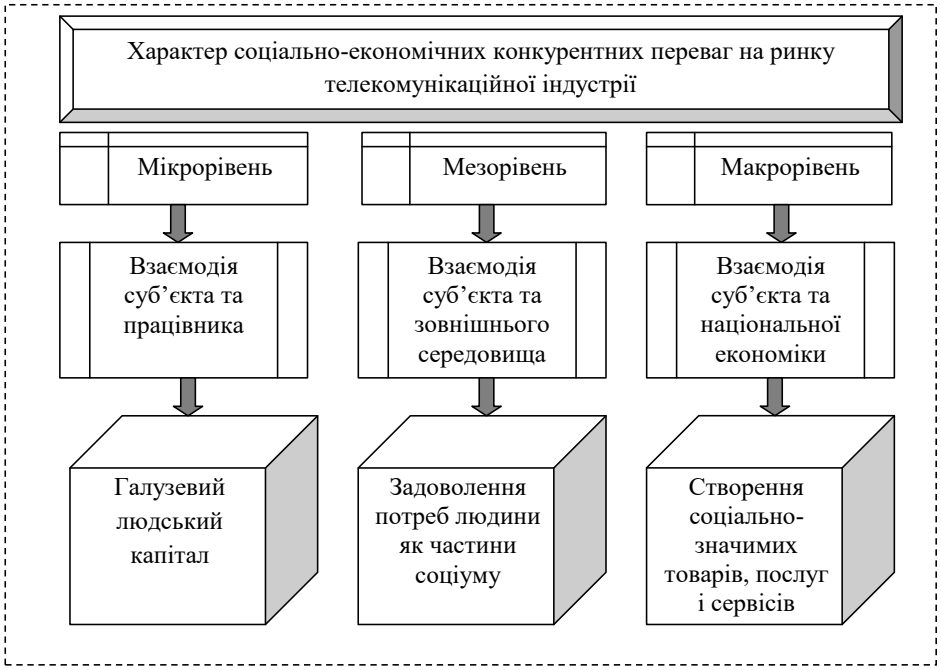


Рис. 1. Характер соціально-економічних конкурентних переваг на ринку телекомунікаційної індустрії

В основу теоретичного базису управління у телекомунікаційній сфері об'єктивно вбудовується нова парадигма – соціально-економічна мотивація прибутку суб'єкта господарювання.

Важливою проблемою є створення умов для реалізації соціально-економічної концепції у телекомунікаційному бізнесі, тому з цією метою відповідну зацікавленість має західноєвропейський досвід корпоративного управління на всіх рівнях.

Відмінною рисою європейської моделі управління є обов'язкова участь:

1) банка як провідного акціонера, який є основним кредитором, фінансовим аналітиком, інвестиційним консультантом, інноватором ідей, депозитарною установою, брокером – основний стейкхолдер;

2) пенсійного фонду, який покликаний вирішувати питання соціально-економічного забезпечення та захисту працівників у телекомунікаційній індустрії – провідний стейкхолдер;

3) страхової компанії, яка несе фінансово-економічну відповідальність за нормативно-правову сторону взаємин з ринковими партнерами і компенсує, у разі необхідності, страхові випадки – провідний стейкхолдер.

Така конструкція бізнесу, прийнята у більшості європейських країн та дозволяє залучити наявний на ринку інвестиційний капітал для розвитку суб'єктів господарювання, а державні інституції при цьому регулюють процес залучення капіталу великих банків до акціонування, що забезпечує інвестиційний клімат у відповідному макроекономічному середовищі. Таким чином, державні інституції беруть на себе роль забезпечення бізнесу джерелами фінансування, а завдання максимізації прибутку відходить на другий план.

Відмітимо, що завдання максимізації ринкової вартості суб'єкта господарювання є першочерговим для суб'єктів американського бізнесу, для європейських акціонерів не є визначальною, тому що для них результативність господарюючих суб'єктів визначається не рівнем дивідендів, а стратегічною можливістю розвитку та зростання господарської діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. У цих сприятливих умовах зосередження системи управління спрямовано на соціально-економічну складову бізнесу: виробництво соціально значимим телекомунікаційних товарів, послуг або сервісів, створення або підтримка соціальної інфраструктури, формуванні соціального бренду та інтелектуалізація соціально-економічних процесів в господарський діяльності.

Дана модель управління у телекомунікаційній індустрії є дієздатною, так як обов'язковим для акціонерів є їх участь у роботі управлінської ради, що підвищує рівень відповідальності, професіоналізму, компетентності й якості прийнятих стратегічних управлінських рішень.

Наукове дослідження теоретичного або експериментального характеру спирається на ідеї моделювання, яке в теорії пізнання є однією з основних категорій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Побережець О.В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства : монографія. Херсон : Видавництво : Грінь Д.С., 2016. 500 с.
2. Bertalanffy L. von. General System Theory – A Critical Review. General Systems. Vol. VII. 1962. P. 1-20.
3. Горбань О. М., Бахрушин В. Є. Основи теорії систем і системного аналізу. Запоріжжя : ГУ «ЗІ-ДМУ», 2004. 204 с.
4. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти : монографія. Вип. 3 / за ред. д.е.н., доц. Коваленко О. М., д.е.н., проф. Є.І. Масленнікова. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. 634 с.

REFERENCES:

1. Poberezhets O.V. Teoretyko-metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennia systemy upravlinnia rezultatamy diialnosti promyslovoho pidpryiemstva : monohrafiia. Kherson : Vydavnytstvo : Hrin D.S., 2016. 500 p.
2. Bertalanffy L. von. General System Theory – A Critical Review. General Systems. Vol. VII. 1962. P. 1-20.
3. Horban O. M., Bakhrushyn V. Ye. Osnovy teorii system i systemnoho analizu. Zaporizhzhia : HU «ZI-DMU», 2004. 204 p.
4. Innovatsiina ekonomika: teoretychni ta praktychni aspekty : monohrafiia. Vol. 3 / za red. d.e.n., dots. Kovalenko O. M., d.e.n., prof. Ye.I. Maslennikova. Kherson: OLDI-PLIuS, 2018. 634 p.

Dymenko R.A.
PhD in Economic sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Enterprise, Trade and Exchange Activities
State University of Telecommunications

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT SYSTEM MODELING IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY

In constant transformation processes, the issues of modeling the management system in the telecommunications industry are relevant, which will ensure its strategic development and help support the system of state regulation of the intra-industry environment. The new realities of today lead to the fact that the previously defined management decisions to address the issue require clarification, improvement, modern justification and other solutions that will ensure the effective functioning of the telecommunications industry and its actors.

Management as a subject of scientific research is considered in economic and management in the form of a complex multi-component system with multifactorial manifestations of internal and external relations.

Socio-economic systems are both a subject and an object of management, which are constantly interacting and confirmed by their influence on each other. Note that the control system – the subject of control in telecommunications acts as part of the controlled – the object of control, but the size and boundaries of the control system depend on the object. Therefore, the functioning of the subject of management in the telecommunications industry is determined taking into account the characteristics of the object of this area.

The main goal of this paper is to determine the scientific and methodological support of the pricing policy system in the information and telecommunications sector.

According to the concept of strategic management, the efforts of telecommunications companies should be focused on key, long-term success factors, the development of long-term goals for the telecommunications company in accordance with the evolution of technology and telecommunications services market, changes in macroeconomic, political, technological and socio-cultural factors, against which the daily operator activities of enterprises are performed and its relationships with all market participants are built.

In the socio-economic system of the telecommunications industry and in its segments, managed and control systems, there are corresponding systems of smaller level and size. At the same time, organizational, informational, technical, technological and functional systems provide organizational and functional features of management in the telecommunications industry, and economic and social – socio-economic.

Therefore, these aspects determine the priority role of the system-synergetic approach as a basic methodology in forming a management model based on the innovation component, which most closely corresponds to the complex environment of knowledge-intensive markets, which are inherent in information and communication technologies and services.

Given the social orientation of the sectoral economy of the telecommunications industry, which is determined by the relevant state policy in the field of telecommunications, all aspects of economic activity of entities should have a social emphasis, which is realized through the production of socially significant telecommunications goods, services and services. and external stakeholders, creating a socially-oriented infrastructure in the telecommunications business.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Журба О.М.
РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ……3

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Богоявленський О.В.
НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ ЯК ШЛЯХ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ……12

Коваленко Ю.О.
МАРКЕТИНГОВА ДЕТЕРМІНАНТА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ……18

Ковальчук С.Я.
ТАРИФНИЙ ЗАХИСТ УКРАЇНСЬКОГО СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИКА……22

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Асташкин И.И., Акимова М.С., Улицкая Н.Ю.
МОНИТОРИНГ НЕИСПОЛЬЗУЕМЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ЗЕМЕЛЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БЕСПИЛОТНЫХ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ (НА ПРИМЕРЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)……28

Глущенко Я.І., Ящук Д.А.
КОНЦЕПЦІЯ РОЗШИРЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС НА ЗАСАДАХ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ……33

Довгань Л.І., Довгань Ю.В.
СИСТЕМА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ДОРАДНИЦТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІПШЕННЯ ДОБРОБУТУ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ……40

Кривонос К.О.
НАСЛІДКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ ДЛЯ ПРИЙМАЮЧИХ КРАЇН: ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ……46

Малюк О.С., Малий Р.Ю.
АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ……53

Пішенін І.К.
ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТЕЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ АГРОБІЗНЕСУ……59

Семенова Т.В.
ПРОГНОЗУВАННЯ ЄМНОСТІ ТА СТРУКТУРИ РИНКУ ЛИТИХ ЗАГОТІВОК……63

Сержанов В.В.
АРХІТЕКТОНІКА ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ……68

Данніков О.В., Січкаренко К.О.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ*……73

Стеблюк Н.Ф., Копєйкіна Є.В.
МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ……80

Стрій Л.О., Голубєв А.К., Богатирьова Л.Д., Савицький Д.І.
МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ В УМОВАХ УПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ……88

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Бабаченко Л.В., Хоменко І.О.
ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ГОСПОДАРЮВАННЯ У РИНКОВИХ УМОВАХ……95

Бакало Н.В., Стригун В.Ю., Чорноморд О.І.
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ……100

Бас С.С.
УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА І НАПРЯМИ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ……105

Білик О.М., Полошко А.В.
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ……111

Боковець В.В., Денисевич Є.С., Зайцева Д.Є.
ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ..... **119**

Воронько-Невіднича Т.В., Потапюк І.П., Петракій Н.О.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... **124**

Доронін С.А.
АНАЛІЗ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ Й ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ЖИТТЯ ПРАЦІВНИКІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... **130**

Запащук Л.В.
ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА..... **137**

Квіта Г.М., Шіковець К.О.
ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СУЧАСНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУРАХ..... **145**

Шашина М.В., Кньовець В.В.
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ..... **150**

Косарєва І.П., Лисенко Д.Д.
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ НАДІЙНОСТІ ТА СТІЙКОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ..... **156**

Мартиненко В.П., Кушик І.Л.
ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ..... **163**

Марченко О.А., Самокіш А.О., Стребкова К.М.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ..... **169**

Пономаренко І.В., Віннікова І.І.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ..... **174**

Приходько Д.О., Мазур Ю.О.
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДУ ХАРЧУВАННЯ..... **181**

Пустова В.В., Пильнєв В.Г.
ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ДЖЕРЕЛА ЗАЛУЧЕННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ..... **188**

Свінцицька О.М., Богоявленська Ю.В.
ТЕОРЕТИЧНІ І ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КОУЧИНГУ ЛІДЕРСТВА В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТАХ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ..... **192**

Ситник Ю.С., Кузьмінська Н.Л.
РОЛЬ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «МВВФ «ЕНЕРГЕТИК»..... **198**

Соковніна Д.М.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ САДІВНИЦТВА..... **203**

Соколенко В.А., Рибицька Ю.Л.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ..... **208**

Стукан Т.М.
ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ..... **213**

Терлецька Н.М., Ємець Ю.М.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ШЛЯХОМ АКТИВІЗАЦІЇ ЙОГО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ **220**

Ус М.І.
ОЦІНЮВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІДПОВІДНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ..... **225**

Філіпковська Л.О., Орленко В.Г.
СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ..... **235**

Чернецька О.В., Саванчук Т.М.
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: СУТНІСТЬ ТА ПОЛІТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ..... **242**

Чернишов В.В.
АНАЛІЗ НАПРЯМІВ УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ ДІАГНОСТИКИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ..... **248**

Шаповал А.С., Янчук Т.В.
ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ..... **258**

Шестакова О.А.
СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА СУТНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА..... **263**

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Вахович І.М., Купира М.І.
АРХІТЕКТУРА ФОРМУВАННЯ ПОЛЮСІВ РОСТУ ДЕПРЕСИВНОГО РЕГІОНУ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ..... **267**

Гірна О.Б., Глинський Н.Ю., Кобилюх О.Я.
ВИЗНАЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ТА ОБ'ЄКТІВ УПРАВЛІННЯ В ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ..... **272**

Іванова Н.В.
ПОТЕНЦІАЛ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ УТВЕРДЖЕННЯ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ..... **278**

Клочковська В.О.
КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕГІОНУ **286**

Коваль В.В.
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ КОНЦЕСІЇ У СФЕРІ ПОРТОВОГО ГОСПОДАРСТВА..... **290**

Сімків Л.Є.
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ У РЕГІОНАХ..... **295**

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Бєлобородова М.В.
ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ..... **300**

Лисенко В.В., Лисенко В.П., Піддубна Л.В.
ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТА РОЗВИТКУ..... **307**

РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Туріянова М.М., Данилко В.К., Шпиталенко Г.А., Богоявленська Ю.В., Свінцицька О.М.
СОЦІАЛЬНА Й ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ: ДНК, СТРАТЕГІЧНЕ ТА ПРОЕКТНЕ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ..... **312**

Буркіна Н.В., Фурман Т.Ю.
МЕТОДИКИ ФОРМУВАННЯ ІНДЕКСУ ЕКОНОМІЧНОГО ДОБРОБУТУ ЯК БАЗОВОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ..... **320**

Винничук Р.О., Юрченко Г.М.
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОСПОДАРСЬКОГО МЕНТАЛІТЕТУ УКРАЇНСЬКОЇ ТА РОМСЬКОЇ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПОЛІЕТНІЧНИМИ КОЛЕКТИВАМИ..... **327**

Юрчик Г.М.
СУТНІСТЬ ТА СУБ'ЄКТНО-ОБ'ЄКТНА СПРЯМОВАНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СВІТЛІ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО ДИСКУРСУ..... **334**

РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Алескерова Ю.В., Вигівська А.О.
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСУВАННЯМ ПРИВАТНОЇ ШКОЛИ ТА ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ..... **343**

Великий Ю.М., Сукрушева Г.О., Подлесецька І. А.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СТРУКТУРИ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА..... **351**

Дідур С.В., Крот Л.М., Ніколаєнко А.С.
ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ..... **356**

Колупаєв Ю.Б., Мельничук І.О.
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ БЮДЖЕТУ ЄС..... **363**

Литвинчук І.В., Прохорчук Н.О.
МІСЦЕ ПОДАТКОВИХ ПЕРЕВІРОК У СФЕРІ ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ..... **369**

Шостак Л.В., Михальчук М.О.
СОЦІАЛЬНІ ГАРАНТІЇ ЯК ФІНАНСОВИЙ ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ..... **375**

Момот Ю.Г., Дунайчук С.М.
СТРАТЕГІЯ ХЕДЖУВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ..... **382**

Мордань Є.Ю., Відменко Ю.В., Кобець Ж.О.
ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ..... **391**

Світлична В.Ю., Овчелупова О.М.
БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПОШУК ШЛЯХІВ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ..... **400**

Стеценко Т.В., Яременко В.Г., Баташова А.В.
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ СУБВЕНЦІЙ В УКРАЇНІ.....**405**
Сукрушева Г.О., Горопашна Л.Г.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....**413**
Ткаченко О.І.
СУЧАСНА БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОЧІКУВАННЯ.....**417**
Шевченко Н.В.
БЮДЖЕТНА ПРОГРАМА ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ.....**424**

РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Глазко Н.Д.
ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІТИЧНОЇ РОБОТИ ЯК ГАРАНТ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....**429**
Голуб Н.О.
НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ: ЗНАЧЕННЯ ТА ОБЛІК.....**437**
Карпенко Є.А., Шийка Г.І.
ОБЛІК ДОХОДІВ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ.....**441**
Маначинська Ю.А.
5D-ПАРАДИГМА АКТУАРНОГО ОБЛІКУ ТА ПІДГОТОВКА БУХГАЛТЕРІВ НОВОГО ПОКОЛІННЯ.....**447**
Томчук О.Ф., Машевська А.А.
КОНТРОЛЬ ТА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ **457**
Томчук О.Ф., Томчук В.В.
РОЛЬ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АНАЛІЗУ
ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....**462**

РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Истомин Л.Ф.
ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.....**471**
Стадник Ю.А., Волянюк Х.І.
ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ
КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ.....**478**
Шеремет О.О.
ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНО-ОРІЄНТОВНОЇ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ
РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....**483**
Дименко Р.А.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ
У ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ ІНДУСТРІЇ.....**493**

CONTENTS

SECTION 1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Zhurba O.M.
REGULATION OF THE CURRENCY MARKET OF UKRAINE
IN THE CONTEXT OF REALIZATION OF NATIONAL INTERESTS..... **3**

SECTION 2. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Bohoiavlenskyi O.V.
NATIONAL BRANDING AS A WAY OF IMPROVING
THE COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN PRODUCTS..... **12**

Kovalenko Yu.O.
MARKETING DETERMINANT OF ENTERPRISE INNOVATIVE ACTIVITY IN FOREIGN MARKETS..... **18**

Kovalchuk S.Ya.
TARIFF SHELTER OF UKRAINIAN AGRICULTURAL PRODUCER..... **22**

SECTION 3. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Astashkin I.I., Akimova M.S., Ulitskaya N.Yu.
MONITORING OF UNUSED AGRICULTURAL LAND WITH THE USE OF THE UNMANNED
AERIAL VEHICLE (ON THE EXAMPLE OF THE PENZA REGION OF THE RUSSIAN FEDERATION)..... **28**

Hlushchenko Y.I., Yashchuk D.A.
THE CONCEPT OF EXPANDING ECONOMIC COOPERATION OF UKRAINE
WITH THE EU COUNTRIES ON THE BASIS OF INCREASING ENERGY EFFICIENCY..... **33**

Dovhan L.I., Dovhan Y.V.
AGRICULTURAL EXTENSION SYSTEM AS AN INSTRUMENT
FOR IMPROVING THE RURAL POPULATION WELFARE..... **40**

Kryvonos K.O.
THE EFFECTS OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS' ACTIVITIES
FOR THE HOST COUNTRIES: ECOLOGICAL AND ECONOMIC ASPECTS..... **46**

Maliuk O.S., Malyi R.Iu.
ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF ENERGY RESOURCES CONSUMPTION IN UKRAINE..... **53**

Pishenin I.K.
INNOVATIVE AND INVESTING DEVELOPMENT TRENDS IN LABOUR POTENTIAL
OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE OF AGRIBUSINESS..... **59**

Semenova T.V.
FORECASTING OF THE CAPACITY AND STRUCTURE OF THE MARKET OF CAST SECTIONS..... **63**

Serzhanov V.V.
ARCHITECTONICS OF STATE INVESTMENT POLICY..... **68**

Dannikov O.V., Sichkarenko K.O.
UKRAINIAN ECONOMY'S DIGITALIZATION: CONCEPTUAL GROUNDS..... **73**

Stebliuk N.F., Kopeikina Ye.V.
METHODOLOGICAL TOOLS FOR EVALUATING COMPETITIVE STRATEGIES
OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS..... **80**

Striy L.O., Golubev A.K., Bogatyryova L.D., Savitskiy D.I.
MARKETING ANALYSIS OF THE MOBILE COMMUNICATION SERVICES MARKET
IN THE CONDITIONS OF INTRODUCTION OF THE NEWEST TECHNOLOGIES..... **88**

SECTION 4. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Babachenko L.V., Khomenko I.O.
INDUSTRIAL MARKETING AS A METHOD OF HOUSING IN MARKET CONDITIONS..... **95**

Bakalo N.V., Stryhun V.Y., Chornomord O.I.
MANAGEMENT OF COMPETITIVE POSITION OF SERVICE BUSINESS
BY USING MODERN INFORMATION TECHNOLOGY..... **100**

Bas S.S.
MANAGEMENT OF INTERNATIONAL OPERATIONS OF THE ENTERPRISE
AND DIRECTIONS FOR THEIR OPTIMIZATION..... **105**

Bilyk O.M., Poloshko A.V.
FORMATION OF AN EFFECTIVE CORPORATE MOTIVATION SYSTEM AT THE ENTERPRISE..... **111**

Bokovets V.V., Denysevych Y.S., Zaitseva D.Y.
INNOVATION AS A FACTOR WHICH INCREASES OVERALL COMPETITIVENESS
OF AN ENTERPRISE IN THE FIELD OF TOURISM..... **119**

Voronko-Nevidnycha T., Potapyuk I., Petrakiy N.,
FEATURES OF SALES ACTIVITY MANAGEMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES..... **124**

Doronin S.A.
ANALYSIS OF PROFESSIONAL MOBILITY AND QUALITY OF WORKING LIFE
OF EMPLOYEES OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM..... **130**
Zapashchuk L.V.
ENERGY MANAGEMENT AS A BASIS FOR THE PROVISION OF ENERGY EFFICIENCY
OF THE PRODUCTION ACTIVITY OF THE ENTERPRISE..... **137**
Kvita G.M., Shikovets K.O.
OPTIMIZATION OF PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM
IN A MODERN BUSINESS STRUCTURE..... **145**
Shashina M.V., Knovets V.V.
ENHANCING THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE INSTITUTIONAL STRUCTURE
OF CONFECTIONERY SECTOR..... **150**
Kosareva I.P., Lysenko D.D.
FEATURES OF ASSESSMENT OF FINANCIAL RELIABILITY AND STABILITY
OF INSURANCE COMPANIES OF UKRAINE..... **156**
Martynenko V.P., Kushyk I.L.
ASSESSMENT OF THE MANAGEMENT OF THE PROCESS FOR FORMING
THE BENEFIT OF THE ECONOMIC ENTITY..... **163**
Marchenko O.A., Samokish A.O., Strebkova K.M.
FEATURES OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE SPHERE OF TOURISM
AND HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY..... **169**
Ponomarenko I.V., Vinnikova I.I.
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF DIGITAL MARKETING INVESTIGATION..... **174**
Prykhodko D.O., Mazur Ju.O.
INCREASING THE COMPETITIVENESS OF FOOD ESTABLISHMENTS..... **181**
Pustova V.V., Pylniev V.G.
INTERNAL AND EXTERNAL RESOURCES OF ENTERPRISE STAFF ATTRACTION:
A COMPARATIVE ANALYSIS..... **188**
Svintsytska O.M., Bogoyavlenska Yu.V.
THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF LEADERSHIP COACHING
IN INNOVATIVE PROJECTS THROUGH CREATIVE MANAGEMENT..... **192**
Sitnik Yu.S., Kuzminskaya N.L.
THE ROLE OF MARKETING POLICY IN ENSURING THE STABLE ACTIVITY
OF MPVF ENERGETIK LLC..... **198**
Sokovnina D.M.
THEORETICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT AND REALIZATION
OF THE MARKETING STRATEGY OF HORTICULTURE ENTERPRISES..... **203**
Sokolenko V.A., Rybytska Yu.L.
THEORETICAL ASPECTS OF ENTERPRISE RESTRUCTURING..... **208**
Stukan T.M.
ECONOMIC CONTENT OF INNOVATIONS FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES..... **213**
Terletska N.M., Yemets Yu.M.
ENSURING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE BY ACTIVATION
OF ITS INNOVATIVE ACTIVITY..... **220**
Us M.I.
ASSESSMENT OF PROFESSIONAL CONFORMITY OF PARTNERSHIP ENTERPRISES..... **225**
Filipkovska L.O., Orlenko V.G.
THE SYSTEM OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE ANTI-CRISIS MANAGEMENT
OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISE..... **235**
Chernetska O.V., Savanchuk T.N.
FINANCIAL AND ECONOMIC SAFETY IN THE SYSTEM OF BUSINESS MANAGEMENT:
PROVIDING NATURE AND POLICY..... **242**
Chernyshov V.V.
ANALYSIS OF DIRECTIONS OF FINANCIAL DIAGNOSIS SYSTEM IMPLEMENTATION
AT ENGINEERING ENTERPRISES..... **248**
Yanchuk T.V., Shapoval A.S.
INTERNET ADVERTISING: TRENDS AND PROSPECTS..... **258**
Shestakova O.A.
CURRENT VIEW ON NATURE OF ENTERPRISE INTERNATIONAL COMPETITIVE STRATEGY..... **263**

SECTION 5. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Vakhovitch I.M., Kupyra M.I.
ARCHITECTURE FOR THE DEVELOPMENT OF POLES IN THE DEPRESSED REGION
IN THE SYSTEM OF SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY..... **267**

Girna O.B., Hlynskyy N.Yu., Kobyliukh O.Ya.
DETERMINATION OF SUBJECTS AND OBJECTS OF MANAGEMENT
IN TERRITORIAL MARKETING.....272

Ivanova N.V.
THE POTENTIAL OF WATER TRANSPORT OF UKRAINE IN THE CONTEXT
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT PARADIGM.....278

Klochkovska V.O.
CLUSTER APPROACH IN PROVIDING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF A REGION.....286

Koval V.V.
STATE REGULATION OF DEVELOPMENT OF CONCESSION IN THE SPHERE
OF THE PORT AGENCY.....290

Simkiv L.Ye.
THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM
OF STIMULATION OF ECONOMIC GROWTH IN REGIONS.....295

SECTION 6. ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

Bieloborodova M.V.
EVALUATION OF THE ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....300

Lysenko V.V., Lysenko V.P., Piddubna L.V.
ECOLOGICAL TOURISM IN UKRAINE: TRENDS IN MANAGEMENT AND DEVELOPMENT.....307

SECTION 7. DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS

Turiyanova M.M., Danylko V.K., Shpytalenko G.A., Bogoyavlenska Yu.V., Svintsytska O.M.
SOCIAL AND INNOVATION POLICY IN UKRAINE: DNA, STRATEGIC AND PROJECT MANAGEMENT
IN THE CONDITIONS OF THE SOCIALLY ORIENTED ECONOMY.....312

Burkina N.V., Furman T.Y.
METHODS OF CREATION OF THE INDEX OF ECONOMIC WELL-BEING
AS A BASIC INDICATOR OF THE STANDARD OF LIVING.....320

Vynnychuk R.O., Yurchenko H.M.
COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THE ECONOMIC MENTALITY OF UKRAINIAN
AND ROMAN COMMUNITY IN THE CONTEXT OF POLYETHNIC COLLECTIVES MANAGEMENT.....327

Urchik G.M.
ESSENCE AND SUBJECT-OBJECTIVE DIVERSITY OF SOCIAL POLICY
IN THE LIGHT OF THE MODERN SCIENTIFIC DISCUSSION.....334

SECTION 8. MONEY, FINANCES AND CREDIT

Aleskerova Yu.V., Vygs'ka A.O.,
MANAGEMENT OF FINANCING PRIVATE SCHOOL AND ITS IMPROVEMENT.....343

Velikij Yu.M., Sukrusheva A. O., Podlesetskaya I. A.
THE THEORETICAL BASIS FOR THE FORMATION OF AN EFFECTIVE STRUCTURE
OF FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE.....351

Didur S.V., Krot L.M., Nikolaenko A.S.
THE MAIN ASPECTS OF ENTERPRISES FINANCIAL STATE EVALUATION.....356

Kolupayev Yu. B., Melnychuk I. O.
PROBLEM ASPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE EU BUDGET.....363

Lytvynchuk I.V., Prochorchuk N.O.
PLACE OF TAX AUDITS IN THE FIELD OF TAX CONTROL.....369

Shostak L.V., Mykhalchuk M.O.
SOCIAL GUARANTEES AS A FINANCIAL FACTOR PROVIDING
POPULATION'S STANDARD OF LIVING.....375

Momot Yu.G., Dunaichuk S.M.
CURRENCY CROSS-RATE RISKS HEDGING STRATEGY IN RESPECT
TO FOREIGN TRADE ACTIVITY OF ENTERPRISES.....382

Mordan Ye.Yu., Vidmenko Y.V., Kobets Zh.O.
VENTURE INVESTMENT IN UKRAINE AND THE WORLD: CURRENT TRENDS
AND FEATURES OF DEVELOPMENT.....391

Svitlychna V.Yu., Ovchelupova O.M.
BANKING SECTOR: CURRENT ISSUES OF ACTIVITY AND FINDING WAYS
OF OVERCOMING THE CRISIS.....400

Stetsenko T.V., Yaremenko V.H., Batashova A.V.
FEATURES OF INVESTMENT SUBVENTIONS' APPLICATION IN UKRAINE.....405

Sukrusheva A.O., Goropashna L.G.
THE THEORETICAL BASIS OF FINANCIAL PLANNING AT THE ENTERPRISE
IN MODERN CONDITIONS..... **413**
Tkachenko O.I.
THE CURRENT BANKING SYSTEM OF UKRAINE: TRENDS AND EXPECTATIONS..... **417**
Shevchenko N.V.
THE BUDGET PROGRAM AS AN OBJECT OF STATE FINANCIAL AUDIT..... **424**

SECTION 9. ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Glazko N.D.
ORGANIZATION OF ANALYTICAL WORK AS GUARANTOR OF EFFICIENT ACTIVITY
OF AGRICULTURAL ENTERPRISES..... **429**
Golub N.O.
NON-MATERIAL ASSETS: VALUE AND ACCOUNT..... **437**
Karpenko E.A., Shyika H.I.
ACCOUNT OF INCOME FROM SALES UNDER INTERNATIONAL AND NATIONAL STANDARDS..... **441**
Manachynska Yu.A.
5D-PARADIGM OF ACTUARIAL ACCOUNTING AND PREPARATION
OF NEW GENERATION OF ACCOUNTANTS..... **447**
Tomchuk O.F., Mashevska A.A.
CONTROL AND MANAGEMENT OF LABOUR COSTS..... **457**
Tomchuk O.F., Tomchuk V.V.
THE ROLE OF PROFIT AND LOSS STATEMENT FOR THE INFORMATION SUPPORT
OF THE FINANCIAL ANALYSIS OF THE ENTERPRISE..... **462**

SECTION 10. MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Istomin L.F.
SIMULATION OF DEVELOPMENT OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS..... **471**
Stadnyk Yu.A., Volyanyuk Kh.I.
APPLICATION OF ECONOMIC AND MATHEMATICAL METHODS IN THE PROCESS
OF FORMING A LOAN PORTFOLIO OF THE BANK..... **478**
Sheremet O.O.
STAGES OF FORMATION COMPETITIVE-ORIENTED MARKET STRATEGY
OF DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES..... **483**
Dymenko R.A.
THEORETICAL FUNDAMENTALS OF MANAGEMENT SYSTEM MODELING
IN THE TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY..... **493**

Наукове видання

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 17

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