

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

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 6
Частина 2

Херсон
2014

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович, доктор економічних наук, професор (декан факультету економіки і менеджменту, професор кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).

Заступник головного редактора:

Соловійова Ніна Ігорівна, доктор економічних наук (професор кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету).

Відповідальний секретар:

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

Члени редакційної колегії:

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

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

Стратонов Василь Миколайович, доктор юридичних наук, професор (декан юридичного факультету Херсонського державного університету).

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

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

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

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

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

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

Грегорі Гарднер, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.

Едвін Португал, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.

Римантас Сташис, Ph.D, професор економіки (завідувач кафедри менеджменту Клайпедського університету, Литва).

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»

включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу МОН України від 14 лютого 2014 року № 153

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet

Херсонським державним університетом
на підставі Протоколу № 11 від 27.06.2014 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію

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



ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Невесенко А.В. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	9
Никифорок О.Я. ЗАПАСИ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ВЛАСНИМ ТА ПОЗИЧКОВИМ.....	12
Оберван О.Р. СВІТОВИЙ ДОСВІД І ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	17
Олійник Г.Ю. ФОРМУВАННЯ ХОЛДИНГОВОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ.....	21
Переверзева А.В. ВПЛИВ БОРГОВОЇ КРИЗИ НА ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	27
Петриченко П.А. СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ КЛИЕНТОВ.....	31
Плотнікова М.Ф. ЕВОЛЮЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	35
Римар О.Г. ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ.....	39
Руда І.І. ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ СФЕРИ РИТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	42
Савченко М.В., Чайдак А.Г. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ВНУТРИ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СИСТЕМЫ.....	46
Сакір-Молочко Н.В. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	50
Світлоока В.Ф. ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ТА ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНУ ЗАХИЩЕНОСТІ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ВДОСКОНАЛЕНЬ ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ.....	54
Сенишин О.С. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВИХ РИНКАХ.....	58
Сівіцька С.П. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЦЕС У СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	61
Ставська Ю.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯКОСТІ.....	65
Тарасенко О.Ю. СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	69
Федяєва М.С. ОЦІНКА СТУПЕНЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ВИДАТКІВ У КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ).....	72
Черленяк І.І., Курей О.А. ЯКІСТЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	76
Шафранова К.В. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	81
Юринець З.В., Мельник Н.В. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	84

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Балдинюк А.Г. МЕНЕДЖМЕНТ ВРАЖЕНЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇЇ БРЕНДУ.....	88
Бегларашвілі О.П. РОЗВИТОК ВЕЛИКОГО, СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ОПТОВІЙ ТА РОЗДРІВНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	91
Бережна М.В. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	94
Берідзе Т.М. ФОРМУВАННЯ МОНИТОРИНГУ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	97
Бойко І.М. ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВЕНЬ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	101
Бойко Т.Л. ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	104
Бондаренко К.А. СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА ЯК ПІДҐРУНТЯ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ.....	108
Букреева Д.С. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОЕТАПНОГО ПРОЦЕСУ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ КОНТРОЛІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	112
Бутко М.П. ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	116
Волошанюк Н.В. РЕІНЖИНИРИНГ ЯК СУЧАСНА АЛЬТЕРНАТИВА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	118
Волошина С.В. ВИДОВИЙ СКЛАД ІНВЕСТИЦІЙ У ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА.....	121
Гараніна І.І., Діброва Т.Г. АУДИТ ЯК ФОРМА КОНТРОЛЮ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	124
Гаркуша О.Ю. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	128
Головко І.О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОРЕНДНИХ ОПЕРАЦІЙ В РОЗДРІВНІЙ ТОРГІВЛІ.....	133
Гомза В.М. СУЧАСНИЙ СТАН КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	137
Гончарова М.Л. ЗАСТОСУВАННЯ СИТУАЦІЙНО-АДАПТИВНОГО ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	141
Гречішкіна А.А. СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КАДРОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ».....	144
Гуржій Н.М., Шрамко Я.І., Ухова Т.В. ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОДИН ІЗ АСПЕКТІВ ЛОГІСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	147
Деренська Я.М. КІЛЬКІСНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ФАРМАЦІЇ.....	150
Дивнич О.Д. ФОРМАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТНИХ РІШЕНЬ.....	155
Ділай Н.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ХОЛДИНГУВАННЯ УКРАЇНИ.....	158



Дяченко О.П. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	162
Залунина О.М. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТРУКТУРИРОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА ОБЛАСТЕЙ УКРАИНЫ ПО МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОКАЗАТЕЛЯМ.....	166
Льченко Н.Б. ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ.....	170
Капінус Л.В., Семененко К.Ю. ВИДИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ.....	175
Карпець О.С. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ МОДЕЛЬНИЙ БАЗИС ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ.....	178
Квятковська Л.А., Кулінічев П.К. ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	183
Ключник А.В., Білозерцева І.О. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ЗБУТУ» ТА ЙОГО ФУНКЦІЙ.....	188
Князь С.В., Холявка Л.Ю. СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	191
Коваленко М.В. СТРУКТУРА ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	194
Коваленко Н.М. МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛАСТЕРІВ ПІДПРИЄМСТВ.....	199
Козіна К.Г. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ.....	203
Коновал В.В. ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	206
Кошлата М.М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ.....	210
Кравцова А.М., Костунець Т.А. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	213
Кравчук Н.О. РОЛЬ СТРУКТУРНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА У СКЛАДІ ЙОГО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ.....	216
Краснова В.В., Ямшанов В.Н. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ.....	219
Кривда О.В. ЕКОНОМІЧНА НЕОБХІДНІСТЬ ПОБУДОВИ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	222
Кужель В.В. МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ.....	226
Лазарева М.Г. ВНУТРІШНІЙ РИНОК РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДИНАМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ХОЛДИНГА.....	229
Лановська Г.І. ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	232
Латишев К.О., Пирогов Д.Л. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВАЖКОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ.....	236

CONTENTS

SECTION 3

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Nevesenko A.V. ANALYSIS OF SOCIAL DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES.....	9
Nykyforak O.Ya. STOCKS IN THE CONTEXT OF ITS OWN WORKING CAPITAL AND BORROWING.....	12
Obervan O.R. WORLD EXPERIENCE AND APPROACHES FOR SOCIAL INNOVATION POLICY IN UKRAINE.....	17
Oleinik G.Y. FORMATION OF MANAGEMENT HOLDING RAIL INDUSTRY UKRAINE.....	21
Pereverzieva A.V. THE INFLUENCE OF THE DEBT CRISIS ON HUMAN DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS.....	27
Petrychenko P.A. CONTEMPORARY MODELS OF CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT.....	31
Plotnikova M.F. EVOLUTIONARILY-INNOVATIVE RURAL DEVELOPMENT.....	35
Rymar O.G. THE PECULIARITIES OF INFLUENCE OF GLOBAL PROCESSES ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE.....	39
Ruda I.I. EVALUATION OF FINANCIAL CONDITION OF SERVICES SECTOR OF UKRAINE	42
Savchenko M., Chajdak A. THEORETICAL ASPECTS OF FUNCTIONAL LINKS WITHIN THE FRANCHISE SYSTEM.....	46
Sakir-Molochko N.V. PROBLEMS AND PROSPECTS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF CHERNIHIV REGION.....	50
Svitloka V.F. ASSESSMENT OF ECONOMIC EFFECT AND IMPACT OF IMPROVEMENTS IMPLEMENTATION OF THE INSTITUTE OF ECONOMIC EXPERT ANALYSIS ON ECONOMIC SECURITY.....	54
Senyshyn O.S. DIRECTIONS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF STATE FOOD PRODUCTS IN THE WORLD MARKET	58
Sivitska S.P. INVESTMENT IN STRATEGIES OF PROVIDING ENERGY SECURITY.....	61
Stavska U.V. THE IMPROVEMENT OF NATIONAL QUALITY INFRASTRUCTURE.....	65
Tarasenko O.Yu. CURRENT STATE OF INNOVATIVE POTENTIAL METAL INDUSTRY OF UKRAINE	69
Fedyaeva M.S. AN ASSESSMENT OF THE DEGREE OF DECENTRALISATION OF PUBLIC EXPENDITURES IN POLAND COMPARED WITH OTHER EU COUNTRIES.....	72
Cherlenjak I.I., Kurej O.A. THE QUALITY OF BUSINESS AND THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY.....	76
Shafranova K.V. INVESTMENT CLIMATE IN UKRAINE UNCERTAIN ECONOMIC CONDITIONS.....	81
Yurynets Z.V., Melnik N.V. BASIC ASPECTS OF FORMING OF MARKETING POLITICS ON ENTERPRISES OF TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE.....	84

**SECTION 4
ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT**

Baldynyuk A.H. IMPRESSIONS MANAGEMENT AS A STRATEGIC DIRECTION AND DEVELOPMENT OF ITS BRAND	88
Behlarashvili O.P. LARGE, MEDIUM AND SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE'S WHOLESALE AND RETAIL TRADE	91
Berezhna M.V. ANALYSIS OF THE MECHANISM OF STATE REGULATION OF ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES.....	94
Beridze T.M. FORMATION OF MONITORING OF ECONOMIC STATUS COMPANIES AS A COMPONENT OF STRATEGIC MANAGEMENT	97
Boyko I.M. INFLUENCE OF BUSINESS INNOVATION IN ITS LEVEL OF COMPETITIVENESS	101
Boyko T.L. APPROACHES TO DRAWING AND IMPLEMENTING THE INTELLECTUAL POTENTIAL ORGANIZATIONAL STRUCTURE.....	104
Bondarenko K.A. CONTEMPORARY TRENDS OF SOCIETY AS A BASIS FOR DEVELOPMENT ADVERTISING CAMPAIGN	108
Bukreieva D.S. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF A STAGES PROCESS OF THE CONTROLLING MECHANISM AS AN INSTRUMENT FOR MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE	112
Butko M.P. ORGANIZATION OF THE CONTROLLING SYSTEM AT UKRAINIAN ENTERPRISES.....	116
Voloshanjuk N.V. REENGINEERING AS A MODERN ALTERNATIVE OF RESTRUCTURING DOMESTIC ENTERPRISES.....	118
Voloshyna S.V. SPECIFIC STRUCTURE OF INVESTMENT IN ENTERPRISE'S HUMAN CAPITAL.....	121
Dibrova T.G., Garanina I.I. AUDITING AS A FORM OF CONTROL OF ADVERTISING ACTIVITIES.....	124
Garkusha A.U. CONCEPTUAL APPROACH TO THE FORMATION MECHANISM OF MANAGEMENT DEVELOPMENT OF WINERY ENTERPRISE.	128
Golovko I.A. THEORETICAL ASPECTS OF ESSENCE RENTAL OPERATIONS IN RETAIL.....	133
Gomza V.M. CURRENT STATUS OF AGRICULTURAL CREDIT COMPANIES: PROBLEMS AND SOLUTIONS.....	137
Goncharova M.L THE SITUATIONALLY-ADAPTIVE APPROACH IN ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF NATIONAL ENTERPRISES.....	141
Grechishkina A.A. SUMMARY OF THE CONCEPT OF «HUMAN RESOURCES SECURITY RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES».....	144
Gurzhy N.N., Shramko Y.I., Uhova T.V. FINANCIAL POTENTIAL AS AN ASPECT OF LOGISTICAL CAPACITY.....	147
Derenskaya Ya.N. QUANTITATIVE ASPECTS OF ESTIMATION OF EFFICIENCY OF PROJECT MANAGEMENT IN PHARMACY.....	150
Dyvnych O.D. FORMAL METHODS FOR ASSESSING EFFECTIVENESS OF PROJECT SOLUTIONS.....	155
Dilai N.G. UKRAINIAN MARKET RESEARCH OF HOLDING'S STRUCTURES ACTIVITY.....	158

Diachenko O.P. STATE SUPPORT OF MATERIAL AND TECHNICAL BASIS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	162
Zalunina O.M. METHODOLOGICAL TOOLS FOR STRUCTURING THE CONSTRUCTION SECTOR REGIONS OF UKRAINE ON MACROECONOMIC INDICATORS.....	166
Ilchenko N.B. OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES ON THE WHOLESALE ENTERPRISES.....	170
Kapinus L.V., Semenenko K.Y. TYPES OF MERCHANDISING: ESSENCE AND CLASSIFICATIONS.....	175
Karpets O.S. CONCEPTUAL MODEL BASIS ASSESSMENT OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE COMPANY.....	178
Kviatkovska L.A., KULINICHEV P.K. FORMATION OF EVALUATION MODEL OF ENGINEERING ENTERPRISE COMPETITIVE POSITION.....	183
Klyuchnik A.V., Belozertsev I.A. THEORETICAL ANALYSIS OF THE CONCEPT OF «SALES» AND ITS FUNCTIONS	188
Knyaz S.V., Holyavka L.Yu. THE COMPONENTS OF THE SYSTEM OF THE FORMATION OF THE INTELLECTUAL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE.....	191
Kovalenko M.V. STRUCTURE OF INVESTMENTS UTILIZATION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN UKRAINE.	194
Kovalenko N.M. THE METHODOLOGY OF THE ESTIMATING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES FUNCTIONING WITHIN THE CLUSTER.....	199
Kozina K.G. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF FACTOR ANALYSIS OF INTERNATIONAL TRUCKING COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN TRANSPORT COMPANIES.....	203
Konowal V.V. ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF ENTERPRISES OF LIGHT INDUSTRY.....	206
Koshlata M.M. THEORETICAL PRINCIPLES OF MANAGEMENT INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES.....	210
Kravtsova A.M., Kostunets T.A. ORGANIZATIONAL ASPECTS OF STAFF OF AGRICULTURAL ENTERPRISES	213
Kravchuk N.O. A ROLE OF STRUCTURAL CAPITAL OF ENTERPRISE IS IN COMPOSITION HIS INTELLECTUAL CAPITAL.....	216
Krasnova V.V., Yamshanov V.M. THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE ESSENCE OF ECONOMIC DIAGNOSTICS	219
Kryvda O.V. ECONOMIC NEED OF CREATION OF MODERN SYSTEM OF THE RISK MANAGEMENT AT THE UKRAINIAN ENTERPRISES.....	222
Kuzhel V.V. TOOLS OF SYSTEMATIC SOCIAL RESPONSIBILITY BUSINESS SERVICES AGRIFOOD.....	226
Lazareva M.G. INTERNAL MARKET OF DECISIONS AT THE DYNAMIC STABILITY CONTROL SYSTEM OF HOLDINGS.....	229
Lanovska G.I. INNOVATION STRATEGY IN THE CONTEXT OF INNOVATION POLICY.....	232
Latyshev K.A., Pyrogov D.L. IMPROVING THE MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF PRODUCTION HEAVY AUTOMOTIVE.....	236

СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 314:711.13:316.3:33

Невесенко А.В.

аспірант

Інституту аграрної економіки

Національної академії аграрних наук України

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

У статті досліджено економічні та соціальні особливості і проблеми розвитку сільських територій. Визначено засоби та шляхи подолання соціально-економічних проблем розвитку сільських територій. Розширення ефективної моделі соціально-трудова відносин повинні стати важливим чинником прискорення соціально-економічного зростання галузі.

Ключові слова: сільська територія, соціально-економічний розвиток, сталий розвиток, зайнятість, безробіття, рівень життя населення.

Невесенко А.В. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье исследованы экономические и социальные особенности и проблемы развития сельских территорий. Определены средства и пути преодоления социально-экономических проблем развития сельских территорий. Расширение эффективной модели социально-трудова отношений должны стать важным фактором ускорения социально-экономического роста отрасли.

Ключевые слова: сельская территория, социально-экономическое развитие, устойчивое развитие, занятость, безработица, уровень жизни населения.

Nevesenko A.V. ANALYSIS OF SOCIAL DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES

Economic and social features and problems of development of rural territories are investigated in the article. Facilities and ways of overcoming of socio-economic problems of development of rural territories are certain. Expansion of an effective model of industrial relations have become an important factor in accelerating socio-economic growth of the industry.

Keywords: rural areas, socio-economic development, sustainable development, employment, unemployment and living standards.

Постановка проблеми. Соціально-економічний розвиток села визначають як процес змін, спрямованих на підвищення рівня розвитку економічної і соціальної сфер сільських регіонів, з мінімальними втратами для природного середовища і найбільшим рівнем задоволення потреб сільського населення та інтересів держави. Сільський розвиток потребує комплексного підходу до вирішення всіх проблем сільського регіону – економічних, соціальних, екологічних, демографічних тощо.

Постановка завдання. Метою наукового дослідження є аналіз актуальних питань соціально-економічного розвитку сільських територій України на прикладі Черкаської області з метою визначення засобів і шляхів подолання цих проблем.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені протягом багатьох років займаються вивченням проблеми соціально-економічного розвитку сільських територій. Значних результатів у своїх наукових дослідженнях досягли В.Г. Андрійчук, О.Г. Булавка, М.Й. Малік, С.М. Кваша, І.І. Лукинов, П.Т. Саблук, В.К. Терещенко, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вище згадані наукові розробки дуже важливі, проте ця проблема вимагає подальшого вивчення, особливо як на регіональному рівні, так і в країні в цілому.

Результати дослідження. Несприятливі тенденції щодо погіршення рівня та якості життя в сільській місцевості спостерігаються у різних сферах.

У демографічній: відбувається випереджальне зменшення чисельності населення в сільській місцевості. Це веде до поступового зменшення частки

сільського та зростання частки міського населення України. Причому цей процес відбувається з причин як природного скорочення за рахунок дисбалансу народжуваності та смертності, так і міграції. Хоча останнім часом в сільській місцевості фіксується деяке поліпшення ситуації з народжуваністю, проте високий рівень смертності, що перевищує рівень народжуваності в усіх регіонах України (за виключенням Рівненської та Закарпатської області), вказує на від'ємний природний приріст населення й залишається однією з основних причин депопуляції сільського населення нашої держави. Частка сільського населення представлена на рисунку 1, де частка сільського населення Черкаської області в 2010 р. становить 44,1% в порівнянні з 31,4% в цілому по Україні.



Рис. 1. Частка сільського населення України та Черкаської області

Скорочення сільської частини населення за рахунок вищенаведених факторів призводить до збільшення демографічного навантаження в сільській міс-

цевості, що посилює ресурсні потреби для вирішення економічних і соціальних проблем, пов'язаних із соціальним забезпеченням непрацездатної частини населення та лягає додатковим тягарем на бюджети сільських районів.

Незважаючи на помітне нині зниження темпів міграції сільського населення, показовим цей процес назвати неможливо, оскільки, на нашу думку, це зниження пов'язане з тим, що на даний час найбільш активна та працездатна частина населення, що не знаходила можливостей для реалізації свого потенціалу в сільській місцевості, вже виїхала. Населення, що залишилося на сьогодні в селі, або не має змоги виїхати, або адаптувалося до сучасної ситуації, відтак нездатне до активної міграції, яка фіксувалася раніше. Аналіз сальдо міграції за потоками в 2006 та 2010 рр. показує помітне зменшення міжрегіональної міграції та зміну тенденції рівня внутрішньорегіональної міграції, сальдо якої стало позитивним.

На ринку праці: за матеріалами вибіркового обстеження сільського населення України станом на 1 січня 2010 р. рівень економічної активності сільського населення працездатного віку становив 73,1% загальної кількості населення відповідної вікової групи. При цьому в період 2007-2008 років зміни рівня майже не відбувалося, у 2009 році відбулося незначне підвищення економічної активності сільського населення – на 0,6%, тоді як активність міського населення знизилась на 1,3%.

Більш виражена негативна динаміка спостерігається щодо рівня зайнятості сільського населення працездатного віку. За даними Держкомстату за період 2007-2009 рр. Він знизився на 0,7 в.п. (рис. 2).

Специфіка зайнятості в сільській сфері в порівнянні з міською виражається в наступному:

- домінуючою сферою зайнятості на селі є сільськогосподарське виробництво, де у окремих регіонах частка працівників у ньому досягає 80%;
- одна з найважливіших особливостей сфер зайнятості на селі – це сезонність сільськогосподарських робіт. Саме сезонність при сформованій на селі виробничій структурі створює тимчасові значні резерви праці, однак у визначені періоди з'являється потреба в додатковій робочій силі на деяких видах робіт, переважно ручних;
- низьких показників продуктивності та ефективності, фондо-, енерго- і електроозброєності праці;

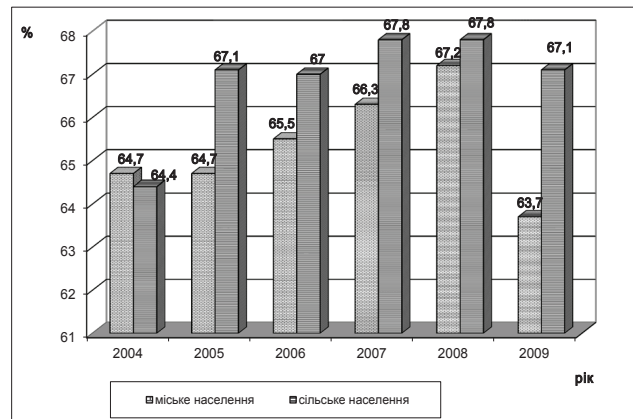


Рис. 2. Рівень зайнятості населення працездатного віку за місцем проживання у 2004-2009 рр. (% до загальної кількості населення відповідної вікової групи, на кінець періоду) [4]

– у сільській місцевості умови праці і життя сімей тісно пов'язані, як правило, з одним господарством і з результатами його діяльності, рівнем його економічного розвитку, що значно зменшує можливості маневрування сільського трудового потенціалу;

– при нинішній структурі видів праці в сільському господарстві гостро постає проблема використання жіночої праці на селі, тому що на багатьох сільськогосподарських роботах, у тому числі і механізованих, умови праці несприятливі для жінок;

– у сільській місцевості недостатньо розвинута соціальна інфраструктура, яка, на нашу думку, має досить вагомий вплив на закріплення тут працівників, їх здатність до праці [5, с. 30].

Залишається гострою проблема безробіття. Структурні зрушення, що відбуваються на сучасному етапі розвитку національної економіки, призводять до суттєвих негативних змін на ринку праці, зокрема до достатньо значних обсягів і рівня безробіття економічно активного населення і, як наслідок, – до неефективного використання робочої сили. Головною причиною безробіття сільського населення є, на нашу думку, структурні чинники, пов'язані з різким падінням обсягів сільськогосподарського виробництва, про що свідчать різке зменшення посівних площ і поголів'я великої рогатої худоби як у пері-

Таблиця 1

Зайнятість в сільському господарстві в деяких країнах світу та України

		1960	1970	1980	1990	2000	2010
Австралія	Зайнятість в с/г, млн.	1.2	1.0	0.9	0.9	0.9	0.8
	% всього економічно зайнятого населення	27.8	18.6	14.2	11.1	9.0	7.6
Канада	Зайнятість в с/г, млн.	2.5	1.8	1.8	1.0	0.8	0.6
	% всього економічно зайнятого населення	38.0	20.6	14.5	6.9	4.7	3.4
Франція	Зайнятість в с/г, млн.	10.1	6.9	4.4	3.1	2.0	1.3
	% всього економічно зайнятого населення	51.1	32.0	18.7	12.6	7.4	4.6
Німеччина	Зайнятість в с/г, млн.	10.9	6.8	5.4	3.2	2.1	1.3
	% всього економічно зайнятого населення	31.1	19.1	14.5	7.9	5.1	3.3
Нова Зеландія	Зайнятість в с/г, млн.	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
	% всього економічно зайнятого населення	38.6	29.7	25.8	21.0	17.6	15.3
Україна	Зайнятість в с/г, млн.	-	-	-	-	7.9	5.3
	% всього економічно зайнятого населення	-	-	-	-	31.2	21.4
США	Зайнятість в с/г, млн.	13.1	9.6	8.5	7.7	6.3	5.2
	% всього економічно зайнятого населення	17.3	10.7	7.6	5.9	4.3	3.2

Джерело: FAOSTAT, Держкомстат України

од трансформаційної кризи, так і в останні роки, а також повільність упровадження ринкових перетворень у сільській місцевості та диверсифікації економіки села, а також за наслідками світової фінансової кризи. За даними Держкомстату України протягом 2008-2009 рр. Рівень безробіття сільського населення працездатного віку за методологією МОП збільшився на 1,7%, рівень безробіття міського населення збільшився на 3,2% (рис. 3).

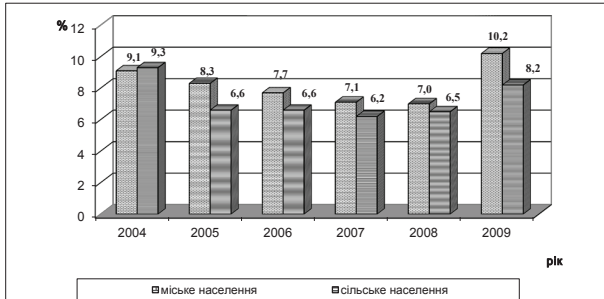


Рис. 3. Рівень безробіття населення працездатного віку (за методологією МОП) за місцем проживання у 2004-2009 рр. (% до кількості економічно активного населення відповідної вікової групи, на кінець періоду) [4]

У порівнянні з економічно розвинутими країнами в Україні в процентному відношенні до загальної робочої сили відсоток працівників, зайнятих у сільському господарстві, є значно вищим (табл. 1).

Україна відстає сьогодні за рівнем середньомісячної заробітної плати щонайменше у 2 рази від Росії, у 4 рази – від Польщі, у 7 разів – порівняно із Словенією. На фоні низької ціни робочої сили в цілому по економіці у деяких її галузях проблема знецінення робочої сили набула особливої гостроти. Йдеться про аграрний сектор економіки, де, попри всі підвищення номінального рівня заробітної плати, вона залишається найнижчою (рис. 4).

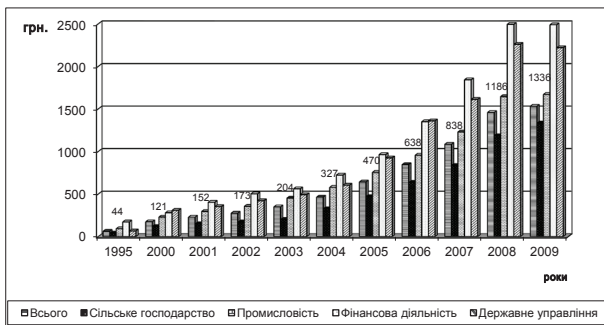


Рис. 4. Динаміка середньомісячної номінальної заробітної плати за видами економічної діяльності у 1995-2009 рр. Черкаської області [3]

Не дивлячись на істотні заходи, які останніми роками були зроблені Урядом України для стабілізації агропромислового виробництва країни, основні параметри сільського господарства, що стосуються можливості відтворення, рівня оплати праці, доходу продовжують залишатися на найнижчому рівні. Одна з причин такого положення – низька ефективна зайнятість, яку необхідно розглядати в зв'язку з прибутковістю праці.

Нині сільськогосподарське виробництво в Україні є малоефективним сектором економіки. Низька

ефективність галузі, її неконкурентоспроможність мають багато причин, серед яких не останнє місце займає відсутність діючої системи мотивації продуктивності праці зайнятих у галузі працівників. Неefektivність діючої системи мотивації, крім усього іншого, зумовлена низькою ціною праці аграріїв. Низька заробітна плата працівників аграрних підприємств є загальносвітовою тенденцією. В Україні також спостерігається відставання її рівня в цілому по економіці. Аналізуючи причини низької ціни сільської робочої сили, слід визначити ряд факторів. Перше – це мізерність оплати праці, зумовлена неefektivністю сільськогосподарського виробництва, нижчою його прибутковістю порівняно з іншими галузями. Серйозною проблемою підвищення заробітної плати є фінансові труднощі, що проявляються у нестачі оборотного капіталу. Крім того, підвищення заробітної плати стримується і через те, що це призведе до зростання собівартості сільськогосподарської продукції, яка і без того не відрізняється високою прибутковістю.

Середньомісячна номінальна заробітна плата працівників, зайнятих в сільському господарстві Черкаської області вища, ніж в цілому по Україні (рис. 5).

Зберігає свою значущість чинник мотивації праці працівників села. Низька заробітна плата зовсім не сприяє ефективній праці селян. Для більшості працівників сільського господарства їх доходи не знаходяться в прямій залежності від продуктивності праці, що є одним з чинників загострення проблеми сталості розвитку сільського господарства.



Рис. 5. Динаміка середньомісячної номінальної заробітної плати працівників, зайнятих в сільському господарстві Черкаської області та по Україні у 1995-2009 рр. [3-4]

Аграрний сектор економіки не може стало і ефективно функціонувати без працівників, що володіють технічними, агрономічними, зоотехнічно-ветеринарними знаннями. Трудівники села повинні уміти проводити аналіз господарської діяльності, обґрунтовувати схвалювані рішення, правильно оцінювати результати роботи з позицій загально-економічної і соціально-економічної ефективності виробництва і науково-технічного прогресу. Компетентність працівників сільського господарства – найважливіший соціально-економічний чинник успішного функціонування аграрної сфери. Ситуація, що склалася, негативно впливає на сталість розвитку сільського господарства. Важливим чинником загострення проблеми сталості галузі залишається майнове розшарування населення. Посилюється урбанізація територій, що приводить до скорочення чисельності сільських жителів, зокрема тієї частини економічно активного населення,

яка безпосередньо пов'язана з виробництвом продовольства [2, с. 20].

Одним із шляхів подолання проблеми зайнятості сільського населення регіону може бути подальший розвиток власної справи, розширення самозайнятості на селі, в аграрному та обслуговуючому його секторах. Однак недосконалі фінансово-кредитна політика, несприятливе оподаткування, корупція, бюрократизм, низька конкурентоспроможність продукції гальмують розширення підприємницької діяльності.

Модель ринку праці в сільській місцевості має враховувати активну державну політику зайнятості, основу якої становитиме не сприяння заповненню вакантних робочих місць і сплата допомоги з безробіття, а запобігання їй появи. Працевлаштування державною службою зайнятості безробітних на селі, їх перепідготовка, залучення до суспільних робіт на-вряд чи можливо вважати найдієвішими методами регулювання зайнятості. Обмеженість фінансових і організаційних ресурсів служби зайнятості на селі, скорочення інвестицій і вакансій на селі перетворюють її лише на посередника між роботодавцем і робочою силою, зменшуючи напругу на регіональних ринках праці, але не створюючи динамічну рівновагу попиту і пропозиції. Необхідні внутрішні зрушення в агросфері, зокрема підвищення капіталоозброєності сільськогосподарської праці та механізації робіт, дієва підтримка розвитку високопродуктивного приватного агровиробництва і бізнесу, а також коригування структури економіки у напрямі розвитку споживчих галузей промисловості й сфери послуг, зокрема на селі, що забезпечить переміщення робочої сили. Розв'язання зазначених проблем сприятиме формуванню системи ефективного використання трудових ресурсів в аграрному секторі України.

Висновки. Виходячи із вищевикладеного, можна зробити висновок, що сільське господарство суттєво відстає від інших галузей за рівнем номінальної заробітної плати, який тепер є найнижчим серед усіх галузей економіки. Сільськогосподарські підприємства з низькою продуктивністю праці, низькими цінами на сільськогосподарську продукцію, не покриваючи виручкою понесених витрат, неспроможні забезпечувати технологічні вимоги і належно оплачувати працю. Розбудова ефективної моделі соціально-трудо-вих відносин повинна стати важливим чинником прискорення соціально-економічного зростання галузі. Найважливіший пріоритет соціально-економічної політики України – підвищення рівня життя населення, поліпшення його добробуту, зокрема через підвищення заробітної плати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жибак М.М. Організаційно-економічні проблеми зайнятості сільського населення Галичини // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.9. – С. 199–204.
2. Кузьмак О.М. Дієвість міжбанківських кредитів у розвитку банківської системи : автореф. дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.08 [Електронний ресурс] / О.М. Кузьмак; Держ. вищ. навч. закл. «Укр. акад. банк. справи Нац. банку України». – Суми, 2008. – 20 с.
3. Статистичні матеріали офіційного сайту Головного управління статистики у Черкаській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ck.ukrstat.gov.ua.
4. Статистичні матеріали офіційного урядового сайту Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
5. Шкляр В.Б. Соціально-економічні мотиви формування та реалізації державної аграрної політики в Україні // Економіка АПК. – 2004. – № 12. – С. 28–32.

УДК 657.422.6.7

Никифорак О.Я.

*аспірант кафедри економічної теорії та менеджменту
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

ЗАПАСИ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ВЛАСНИМ ТА ПОЗИЧКОВИМ

Визначено характер капіталоутворення в Україні. Досліджено структуру власного капіталу суб'єктів господарювання України. Проаналізовано рівень заборгованості позичкового капіталу. Запропоновано напрями впровадження в практику методики оптимізації структури власного капіталу.

Ключові слова: запаси, оборотний капітал, власний капітал, позичковий капітал, рівень концентрації позичкового капіталу.

Никифорак О.Я. ЗАПАСЫ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА СОБСТВЕННЫМ И ЗАЕМНЫМ

Определен характер капиталообразования в Украине. Исследована структура собственного капитала субъектов хозяйствования Украины. Проанализирован уровень задолженности заемного капитала. Предложенные направления внедрения в практику методики оптимизации структуры собственного капитала.

Ключевые слова: запасы, оборотный капитал, собственный капитал, заемный капитал, уровень концентрации заемного капитала.

Nykyforak O.Ya. STOCKS IN THE CONTEXT OF ITS OWN WORKING CAPITAL AND BORROWING

The character of capital in Ukraine. Investigated the structure of equity entities of Ukraine. Analyzed the level of debt borrowed capital. Suggested areas of implementation in practice optimization techniques equity structure.

Keywords: inventory, working capital, equity capital, debt capital, the level of concentration of debt capital.

Постановка проблеми. Оборотний капітал, як наймобільніший актив, що належить до грошових ресурсів або інших активів, які можуть бути швидко перетворені у грошові ресурси, характеризується

у двох аспектах – споживчої вартості та вартісного складу [1, с. 187].

При цьому, у аспекті споживчої вартості, оборотний капітал – це ресурси, які сформуються на влас-

ній і позичковій основі, та є складовою фінансового забезпечення поточних витрат виробництва та обігу продукції. Поряд з цим оборотний капітал у аспекті вартісного складу розглядається як вкладений у матеріальні ресурси, незавершене виробництво, готову продукцію, грошові кошти тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед фахівців існують різні погляди щодо раціональних структурних пропорцій капіталу. Частина дослідників вважають, що частка власного капіталу повинна становити не менше 60%, для торгівлі – 50%, а інші вважають оптимальною пропорцію власного і позичкового капіталу 2:1. Досить поширеною серед науковців є думка, що співвідношення власного і позичкового капіталу має становити 1:1 [2, с. 494]. Таким чином, прийнятною може стати така структура капіталу, за якої досягається необхідне співвідношення між ризиковістю його структури та рентабельністю, що дозволить досягти максимізації корпоративних прав та посилення позицій суб'єктів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення структурних особливостей запасів та визначення причинно-наслідкових зв'язків процесу їх формування і розробка шляхів підвищення ефективності управління. Доцільно, виходячи з аналізу вартісних та структурних пропорцій оборотного капіталу України в цілому та власне оборотних активів в запасах товарно-матеріальних цінностей, дослідити тенденції капіталоутворення та за умови їх негативних проявів обґрунтувати напрями їх нівелювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слід зазначити, що особливе місце при визначенні платоспроможності та кредитоспроможності суб'єктів господарювання посідає дослідження саме показників оборотного капіталу, а – кредитоспроможності, фінансової незалежності, стійкості, стабільності – рівень власного капіталу, збільшення якого відображає ефективність діяльності та здатність підтримувати фінансову рівновагу.

Власний капітал, оприлюднений у балансі, є для зовнішніх інвесторів мірилом рівня відповідальності та захисту кредиторів від можливих втрат, оскільки за його рахунок відбувається компенсація збитків, фінансуються ризики та вкладення у венчурні проекти [1, с. 189], тому при наданні кредитів або плануванні інвестиційних проектів перевага надається тим підприємствам, які мають меншу частку кредиторської заборгованості й більший обсяг власного капіталу.

Відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [3] власний капітал – частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань, тобто чисті активи підприємства.

У господарській практиці використовується досить матеріальні його визначення: реальний капітал – основні та оборотні активи, та абстрактний – сукупність усіх позицій пасиву балансу.

З економічної точки зору, капітал за своєю природою – це самозростаюча вартість, де номінальна вартість має постійно збільшуватися. Проте для українських підприємств ця вимога капіталоутворення є нехарактерною [4]. При відображенні розмірів статутного капіталу існує два підходи, один з яких базується на динамічній концепції, яка передбачає відображення лише фактично внесеного статутного капіталу, а інший – на статичній концепції, яка передбачає відображення в обліку як оголошеного розміру статутного капіталу, так і заборгованості за внесками. Статична концепція, якої дотримуються в Україні, дозволяє контролювати погашення внесків учасниками та володіти інформацією про повний розмір заявленого власного капіталу.

Аналіз динаміки власного капіталу та вартісних показників, які характеризують його складові (табл. 1) свідчить про те, що неоплачений та вилучений капітал становив на кінець 2012 р. 101,6 млрд. грн. (близько 11% загального обсягу ста-

Таблиця 1

Власний капітал суб'єктів господарювання України у 2005-2012 рр.*

Показник	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ВВП, млрд. грн.	441,5	544,2	720,7	948,1	913,4	1082,6	1302,1	1411,2
Власний капітал, % до ВВП	152,5	147,4	145,8	119,6	139,0	131,8	121,8	135,0
<i>млрд. грн.</i>								
Власний капітал, у т.ч.:	673,0	801,9	1050,6	1133,6	1269,5	1426,7	1586,3	1904,9
статутний капітал	388,3	461,6	552,0	648,5	742,9	767,0	854,0	909,6
додатковий капітал	263,0	302,5	402,5	503,9	599,6	734,6	776,5	992,8
резервний капітал	14,6	19,7	23,8	35,0	34,3	39,3	43,6	47,1
нерозподілений прибуток (не покритий збиток)	36,7	65,7	138,7	49,6	-7,1	-17,7	16,1	57,0
неоплачений та вилучений капітал (-)	29,7	47,6	66,5	103,4	100,1	96,6	103,8	101,6
<i>% загальної вартості власного капіталу</i>								
Власний капітал, у т.ч.:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
статутний капітал	57,7	57,6	52,5	57,2	58,5	53,8	53,8	47,8
додатковий капітал	39,1	37,7	38,3	44,4	47,2	51,5	49,0	52,1
резервний капітал	2,2	2,5	2,3	3,1	2,7	2,8	2,7	2,5
нерозподілений прибуток (не покритий збиток)	5,5	8,2	13,2	4,4	-0,6	-1,2	1,0	3,0
частка, яка зменшує суму власного капіталу, %	-4,4	-5,9	-6,3	-9,1	-7,9	-6,8	-6,5	-5,3

Примітка: * – без банків та бюджетних установ

Джерело: розраховано за даними статистичних збірників «Діяльність підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності» за 2005-2008 рр. та статистичних збірників «Діяльність суб'єктів господарювання» за 2009-2012 рр.

тутного капіталу). Якщо у 2005 р. номінальний обсяг власного капіталу переважав ВВП у 1,5 рази, то на кінець 2008 р. – в 1,2 рази, що відображає тенденцію до звуження каналів капіталоутворення власного капіталу.

Аналогічна тенденція відношення власного капіталу до ВВП була властива й для періоду 2009-2011 р., а 2012 р. знову відбулося його зростання – до 1,4 рази. Це свідчить про чутливість процесів формування власного капіталу у досліджуваній період, які відбулися на фоні поступового збільшення відношення оборотних активів у запасах товарно-матеріальних цінностей у 2005-2012 р. з 37,2% у 2005 р. до 48,8% у 2012 р. в цілому, однак прямо кореспондувалося з питомою вагою у їх структурі виробничих запасів з запізненням на рік.

Обсяг статутного капіталу суб'єктів господарювання України становить більше 50% власного капіталу, й протягом 2005-2012 рр. загалом має спадну тенденцію відповідно до даних структури їх балансів на кінець року. Так, у 2005 р. він дорівнював 388,3 млрд. грн. (57,7% від загального обсягу власного капіталу), а 2012 р. – при збільшенні вартості до 909,6 млрд. грн. втратив вагу до 47,8% на користь додаткового капіталу, питома вага якого у власному капіталі, навпаки, зросла з 39,1% у 2005 р. до 52,1% у 2012 р. Це може свідчити про недостатність у його номінальній вартості корпоративних прав, прав власності на частку в статутному капіталі, включаючи права на управління, отримання відповідної частки прибутку, а також частки активів у разі ліквідації.

Незважаючи на низький рівень у структурі власного капіталу, така його складова, як резервний капітал, має важливе значення як сума резервів, створених за рахунок нерозподіленого прибутку підприємств відповідно до чинного законодавства або установчих документів. Однак протягом досліджуваного періоду на фоні збільшення вартісної величини резервного капіталу з 14,6 млрд. грн. у 2005 р. до 47,1 млрд. грн. на кінець 2012 р., його структурні параметри не зазнали суттєвих змін у складі власного капіталу – частка резервного капіталу становить на кінець 2012 р. 2,5% у власному капіталі суб'єктів господарювання України, порівняно з 2,2% у 2005 р., що фактично відображає відсутність позитивних зрушень у його формуванні.

Слід зазначити, що в Україні законодавчо встановлено обов'язкову норму створення резервного капіталу для господарських товариств [5; 6]; зокрема, 5% чистого прибутку вони повинні відрахувати в резервний фонд, поки його розмір не збільшиться до 25% статутного фонду для ПАТ або розміру визначеного засновницькими документами. Таким чином,

обсяг резервного капіталу у 2012 р, враховуючи обсяг статутного фонду – 909,6 млрд. грн., мав би досягти 227,4 млрд. грн. проти фактичного 47,1 млрд. грн., що майже у 5 разів менше обов'язкової норми.

Для поповнення капіталу та створення резерву виплати процентів акціонерам та власникам може бути використаний прибуток після сплати податку, виплати дивідендів, відрахувань до резервного фонду, який на кінець 2012 р. як непокритий збиток становив 57,0 млрд. грн. Однак, незважаючи на наявність особливого інтересу власників до нерозподіленого прибутку, оскільки він є складовою власного капіталу, напями його використання законодавчо не регламентуються, що відкриває необмежені можливості для власників розпоряджатися прибутком і при цьому не дотримуватися обов'язкової виплати дивідендів акціонерам.

Незважаючи на негативну тенденцію звуження чинників капіталоутворення, погіршення диспропорцій власного капіталу та фінансової залежності суб'єктів господарювання, у фінансуванні господарської діяльності досить значну роль відіграють боргові інструменти. Залежність від позичкового капіталу характеризує коефіцієнт заборгованості, який показує, скільки залучених коштів припадає на одиницю власних (табл. 2).

Показовим у цьому контексті є розрахований зі складових сукупного капіталу суб'єктів господарювання України коефіцієнт заборгованості, рівень якого й у 2005 р. становив 1,14, при допустимому значенні менше 1, а до 2012 р. збільшився до 1,77 (на 1 грн. власних коштів припадало 1,77 грн. позичкових), що свідчить про їх значну залежність від кредиторів та її посилення за результатами досліджуваного періоду, тобто про зниження фінансової стійкості через нездатність до повернення зобов'язань.

Оскільки суми власного та позичкового капіталу мають не повністю порівнянні значення [7, с. 166], доцільно при оцінюванні їх співвідношення враховувати, що наданий позичковий капітал у грошовій або товарній формі зазвичай оцінюється в цінах, наближених до ринкових, що впливає на вартісні характеристики складових сукупного капіталу. Крім того, необхідно враховувати, що через відображення у балансі за історичною вартістю власний капітал фактично є заниженим відносно поточної ринкової вартості.

Однак відомі підходи до оцінювання власного капіталу шляхом вираження його вартості через поточну ринкову [7, с. 168] застосовували лише для оцінювання в масштабах окремого суб'єкту господарювання. Для оцінювання загальної величини сукупного капіталу суб'єктів господарювання України такий метод, на жаль, непридатний.

Таблиця 2

Рівень заборгованості позичкового капіталу (млрд. грн.; на кінець року)

Показник	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Позичковий капітал (довгострокові та поточні зобов'язання) (ПК), у т. ч. :	763,5	988,2	1372,4	2028,0	2314,3	2566,9	2958,0	3370,0
довгостроковий позичковий капітал (зобов'язання) (ДК)	136,9	213,7	350,8	578,6	608,8	675,6	774,7	897,2
короткостроковий позичковий капітал (зобов'язання) (КК)	626,6	774,5	1021,6	1449,4	1705,5	1891,3	2183,3	2472,8
Власний капітал (ВК)	673,0	801,9	1050,6	1133,6	1269,5	1426,7	1586,3	1904,9
Коефіцієнт заборгованості (Кз), $K_z = PK/BK$	1,14	1,23	1,31	1,79	1,82	1,80	1,87	1,77

Примітка: допустиме значення менше 1

Джерело: розраховано за даними статистичних збірників «Діяльність підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності» за 2005-2008 рр. та статистичних збірників «Діяльність суб'єктів господарювання» за 2009-2012 рр.

Аналіз статистичних даних свідчить про те, що частка власного капіталу є досить незначною й постійно зменшується (див. табл. 1), що підтверджується динамікою коефіцієнта заборгованості, яка постійно погіршується, на що впливають особливості галузевого формування капіталу, форма організації бізнесу, обсяги господарської діяльності підприємств, темпи накопичення заборгованості, рівень прибутковості активів, розмір відсоткових ставок, умови оподаткування розподіленого і нерозподіленого прибутку, а найголовніше – політика капіталотворення та формування вартісних оцінок власного капіталу підприємств.

Вихід за рамки допустимого обмеження рівня заборгованості свідчить не лише про зниження фінансової стійкості і формування залежності від зовнішніх інвесторів та кредиторів, а й звужують можливості для залучення нових інвестицій у розвиток.

Більш детальний аналіз динаміки вартісних параметрів власного капіталу по відношенню до ВВП свідчить про його постійне зменшення на користь позичкового практично без коливань.

Якщо на кінець 2005 р. обсяг власного капіталу перевищував ВВП в 1,5 рази, то на кінець 2008 р. – 1,2 рази, у 2009 р. – 1,4 й дещо знизився у 2012 р. За період з 2005-2012 рр. ВВП зріс у 3,2 рази, а власний капітал – 2,8 рази. Позичковий капітал за цей час збільшився 4,4 рази. Це підтверджується динамікою позичкового та власного капіталу протягом досліджуваного періоду.

Таким чином, на основі виявлених негативних тенденцій втрати власного капіталу, можна зробити висновки про звуження фінансових ресурсів економічного зростання.

З метою підтримання необхідного рівня фінансової незалежності питома вага власного в структурі сукупного капіталу повинна бути на рівні 50% і більше. У зв'язку з цим для досягнення оптимальних пропорцій капіталу актуалізується необхідність на державному рівні вироблення механізмів нарощення власного капіталу суб'єктів господарювання.

Оптимальною прийнято вважати структуру капіталу, що мінімізує загальні капітальні витрати, тобто мінімізує його вартість [8, с. 205-212].

Провідними фахівцями визначено основні особливості розроблення та впровадження в практику методики оптимізації структури власного капіталу суб'єктів господарювання України за конкретними аспектами [9, с. 66].

Крім того, доцільно на державному рівні визначити стратегічні пріоритети економічного розвитку та механізми формування достатнього рівня власних фінансових ресурсів реального сектору, шляхи залучення до інвестиційних напрямків співпраці з Міжнародними фінансовими організаціями, активне законодавче формування інститутів ринку капіталу, а також ринку фондового та цінних паперів тощо (рис. 1).

Тенденцією корпоративного фінансового сектору багатьох країн є застосування позичкового капіталу як одного з основних фінансових регуляторів кругообігу оборотного капіталу, однак це веде до зниження інвестиційних можливостей та диспропорційності в розміщенні вільних грошових капіталів за різними секторами економіки, що, за теорією М. Туган-Барановського, є головною причиною економічних криз [10].

Оскільки, за результатами аналізу вартісних оцінок та структурних характеристик оборотного капіталу, у фінансуванні діяльності суб'єктів господарювання України переважає позичковий капітал, тобто у сфері фінансового забезпечення переважають від-



Рис. 1. Напрями впровадження в практику методики оптимізації структури власного капіталу

носини зобов'язально-кредитного характеру, що засновані на принципах повернення, строковості, платності, майнового забезпечення.

Крім того, слід зауважити, що набули розповсюдження відносини між капіталодавцями і суб'єктами господарювання на правах залучення позичкового капіталу, що перевищує суму власного, що призводить до того, що кредитори набувають фактичного права контролю над ними, де капіталодавцями виступають банки та інші фінансово-кредитні установи, поставальники та клієнти, власники підприємств, персонал, держава, які надають капітал на правах позички як у грошовій, так і в товарній формі.

Загалом позичковий капітал суб'єктів господарювання характеризує сукупний обсяг фінансових зобов'язань, тобто загальну суму боргу підприємства. Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», зобов'язання визначено як заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди [3], яка виражається сумою зобов'язань внаслідок прийнятих у минулому фінансових зобов'язань, що є підставою для вилучення коштів у суб'єктів господарювання в майбутньому і можливої втрати від такого вилучення економічної вигоди.

Однією з характеристик структурних пропорцій позичкового є коефіцієнт його концентрації, який ві-

дображає її рівень в цілому по економіці. Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу відображає частку залучених коштів у загальній сумі коштів, авансованих у діяльність суб'єктів господарювання, яка нормативно не повинна перевищувати 0,5. Чим менша частина позичкового капіталу в загальній сумі пасивів, тим менший ризик. Досить поширеним є переконання, що частка власного капіталу повинна

бути достатньо великою з нижньою межею – 0,6 [11].

За результатами розрахунків коефіцієнту концентрації позичкового капіталу, свідчать, що його рівень протягом 2005-2012 рр. має тенденцію до зростання з 0,52 у 2005 р. до 0,62 у 2009 р. (табл. 3), дає підстави зробити висновок, що підприємства активізували використання кредитного ресурсу, та не зацікавлені у нарощенні власного капіталу.

Таблиця 3

Рівень концентрації позичкового капіталу (млрд. грн.; на кінець року)

Показник	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Позичковий капітал (довгострокові та поточні зобов'язання) (ПК)	763,5	988,2	1372,4	2028,0	2314,3	2566,9	2958,0	3370,0
Баланс (Б)	1477,9	1842,4	2494,1	3245,4	3676,1	4097,0	4676,1	5420,0
Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу (Ккпк) $K_{кпк} = \frac{ПК}{Б}$	0,52	0,54	0,55	0,63	0,63	0,63	0,63	0,62

Примітка: оптимально допустиме значення менше 0,5

Джерело: розраховано за даними статистичних збірників «Діяльність підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності» за 2005-2008 рр. та статистичних збірників «Діяльність суб'єктів господарювання» за 2009-2012 рр.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що у фінансуванні діяльності суб'єктів господарювання України переважає позичковий капітал, що відносно формування структури оборотного капіталу, й, відповідно, оборотних активів у запасах товарно-матеріальних цінностей:

– по-перше, сприяє тимчасовому поліпшенню фінансового стану за умови, що кошти не заморожуються на тривалий час в обороті і вчасно повертаються;

– по-друге, створює підстави фактичного права контролю кредиторів над суб'єктом господарювання, оскільки відносили зобов'язального-кредитного характеру, що засновані на принципах повернення, строкості, платності, які перевищують суму власного капіталу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балицька В.В. Капітал підприємств України: тенденції, пріоритети / В.В. Балицька ; Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2007. – 480 с.
2. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: [навч. посібник] / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.
3. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 07.02.2013 р. № 73 (із змінами) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
4. Пилипенко О.І. Концепції та принципи збереження капіталу відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності / О.І. Пилипенко // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2003. – № 3. – С. 211–215.
5. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 № 1576-XII (із змінами) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>.
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (із змінами) [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
7. Бланк И.А. Управление формированием капитала / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр ; Эльга, 2000. – 508 с.
8. Шим Дж. К. Финансовый менеджмент / Дж. К. Шим, Дж. Г. Сигел: пер. с англ. – М. : Информационно-издательский дом «Филинь», 1996. – 400 с. – (Серия «Экономика для практиков»).
9. Шинкарук Л.В. Управление оборотным капиталом в экономике Украины: монографія / Л.В. Шинкарук, Н.П. Стахова. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2011. – 169 с.
10. История экономических учений: [учеб. пособие] / Под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М. : ИНФРА, 2002. – 784 с. – (Серия «Высшее образование»).
11. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиции. Анализ отчетности / В.В. Ковалев – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 512 с.

УДК 304.4:330.342.146

Оберван О.Р.

*аспірант кафедри економіки України імені Михайла Туган-Барановського
Львівського національного університету імені Івана Франка*

СВІТОВИЙ ДОСВІД І ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано сучасні підходи ЄС до розбудови системи соціальної інноваційної політики. Висвітлено особливості формування соціальної політики ЄС як нового регуляторного механізму, що формується на засадах сталого інноваційного розвитку та сприяє стимулюванню соціальних інновацій в європейському соціально-економічному просторі.

Ключові слова: ЄС, соціальні інновації, соціальна політика.

Оберван О.Р. МИРОВОЙ ОПЫТ И ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В УКРАИНЕ

В статье проанализированы современные подходы ЕС к развитию системы социальной инновационной политики. Освещены особенности формирования социальной политики ЕС как нового регуляторного механизма, который формируется на основе устойчивого инновационного развития и способствует стимулированию социальных инноваций в европейском социально-экономическом пространстве.

Ключевые слова: ЕС, социальные инновации, социальная политика.

Obervan O.R. WORLD EXPERIENCE AND APPROACHES FOR SOCIAL INNOVATION POLICY IN UKRAINE

This paper analyzes the current approaches to the development of European Union social policy innovation. This study describes the features of the formation of European Union social policy as a new regulatory mechanism that is formed on the basis of sustainable innovation and contributes to stimulate social innovation in the European economic and social space.

Keywords: European Union, social innovation, social policy.

Постановка проблеми. В умовах формування інноваційної економіки людський потенціал є найважливішим чинником економічного зростання. Зазначений факт актуалізує дослідження комплексу проблем, що мають безпосередній вплив на людський чинник. Перш за все, це стосується питань визначення основних цілей, пріоритетів та механізму здійснення такої соціальної політики, яка б відповідала соціальній орієнтації економіки країни у короткотерміновому та довготерміновому періодах; рівню і якості життя всіх категорій населення країни. У системі регулювання соціально-трудомих відносин найголовніше місце належить методам впливу на чинники стану соціально-трудомих сфери, що визначають тенденції зміни рівнів номінальних та особливо реальних доходів населення всіх вікових та соціальних груп (заробітної плати, пенсій, допомоги на випадок безробіття тощо). Оскільки механізм формування та регулювання цих процесів в Україні знаходиться в процесі трансформації (приспосовування) до змін умов сучасної моделі інноваційної економіки, особливої уваги та дослідження заслуговує досвід країн з розвинутою ринковою економікою, а в світлі чітко визначеного європейського шляху розвитку України – досвід країн Європейського Союзу щодо вирішення цих питань. Дослідження всіх аспектів соціальної політики країн ЄС та порівняння з вітчизняною практикою є найважливішою передумовою визначення нових шляхів її розвитку в Україні, пошуку ефективних дій як на макро-, так і на мікрорівні управління чи господарюванні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню підходів до вирішення проблем удосконалення соціальної та інноваційної політики ЄС присвячена низка сучасних наукових досліджень: М. Прадіпа [12], Дж. Фагерберга та Б. Верспагена [9], Дж. Каульє-Грайса, Л. Кана, Дж. Малгена, Л. Пулфорда та Д. Васконселоса [7], Е. Хаберта [11], Дж. Бассета [6], а також вітчизняні фахівці О. Амоша, О. Білорус, О. Власюк, З. Герасимчук, В. Гошовська, І. Гнібіден-

ко, Е. Лібанова, О. Новікова, О. Іляш, Г. Андрощука та Р. Еннана [1], О. Чернеги та В. Білозубенка [3] та ін. Однак більш детального вивчення потребують проблеми, характерні для поточного, посткризового етапу регулювання розвитку інноваційної сфери Євросоюзу, яке орієнтоване на прискорення соціальної динаміки та економічної конвергенції його держав-учасниць.

Постановка завдання. Метою написання даної статті є аналітичне узагальнення досвіду ЄС у зазначеній сфері та визначення доцільності його адаптації до умов України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останні роки Європа, та й увесь світ, зіткнулися з важким економічною кризою з часів Великої Депресії. У результаті Європа зробила крок назад в економічному плані і в загальному розвитку ЄС. Високий рівень безробіття, повільне економічне зростання, зростаючий рівень зовнішнього боргу – такі проблеми виділяє ЄС на сьогоднішній день. Незважаючи на те, що економічна ситуація починає виправлятися, вона поки залишається нестабільною. Все це відбувається на тлі участі Європи у вирішенні довгострокових загальносвітових завдань: глобалізація, брак природних ресурсів, зміна клімату, старіння нації [7].

У березні 2010 року була схвалена нова європейська стратегія економічного розвитку на найближчі 10 років – «Європа 2020: стратегія розумного, сталого і всеосяжного зростання», що приходить на зміну попередній «Лісабонській стратегії» (2000-2010 рр.).

На глибоке переконання лідерів ЄС, тільки спільні дії всіх держав-членів допоможуть Європі успішно вийти з кризи. Стратегія «Європа 2020» розкриває європейську соціально-економічну концепцію 21-го століття. Стратегія дає зрозуміти, як Європа збирається виходити з кризи і як повернути сьогоднішню нестабільність в бік розумного, сталого і всеосяжного росту і розвитку. «Європа 2020» встановлює три основні чинники зміцнення економіки: *розумне зростання*: розвиток економіки, засноване на знаннях та

інноваціях; *стійке зростання*: створення економіки, заснованої на доцільному використанні ресурсів, екології та конкуренції; *всеохоплююче зростання*: сприяння підвищенню рівня зайнятості населення, досягнення соціальної згоди.

Необхідно відзначити, яких результатів Європа збирається домогтися до 2020 року. У зв'язку з цим ЄС ставить перед собою наступні головні цілі у сфері соціальної політики: 75% населення у віці від 20 років до 64 років повинне бути працевлаштоване; частка учнів, що кинули школи, не повинна перевищувати 10%, не менш 40% молоді повинен мати вищу освіту; скорочення числа людей, що знаходяться в небезпеці опинитися за межею бідності, на 20 млн [3].

Для того, щоб держави-члени змогли адаптувати стратегію «Європа 2020» до своєї конкретної ситуації, Європейська Комісія пропонує державам трансформувати цілі ЄС в свої національні стратегії.

Цілі відображають основну суть розумного, сталого і всеосяжного зростання, але вони не є вичерпними, ЄС ставить перед собою велику кількість завдань в ході виконання стратегії «Європа 2020». Для якнайшвидшого розвитку і досягнення поставлених цілей ЄС вважає пріоритетними наступні напрямки діяльності: «Рух Молоді» для посилення результативності освітніх систем і сприяння залученню молодих людей на ринок праці; «План з розвитку нових здібностей і збільшенню кількості робочих місць», щоб провести модернізацію ринків праці, дати людям можливість отримувати нові знання та навички, щоб збільшити можливість працевлаштування, поліпшення співвідношення попиту і пропозиції на ринках праці, включаючи трудову мобільність; «Європейська політика проти бідності», щоб соціальне та територіальне взаємодія була поширена на всій території і досягнення у сфері економічного розвитку та зайнятості населення допомагали знижувати рівень бідності по всьому ЄС.

Основні напрям діяльності, викладені вище, є пріоритетними як для ЄС, так і для держав-членів. Політичні, економічні та соціальні інструменти ЄС, особливо внутрішній ринок, фінансові важелі, інструменти зовнішньої політики, будуть задіяні в усуненні перешкод і досягненні цілей «Європи 2020». Метою цього напрямку є створення необхідних умов для вдосконалення ринку праці, для збільшення зайнятості і гарантії стабільності суспільства. Наділяючи європейців новими можливостями за допомогою отримання ними нових знань і навичок, ЄС націлює майбутню робочу силу на адаптацію до мінливих умов на ринку праці, що призведе до зменшення безробіття і зростання продуктивності діяльності працівників.

Стратегія «Європа-2020» – стратегія соціально-економічного розвитку Євросоюзу на період до 2020 року. Нова стратегія базується на таких ключових сферах: знання та інновації, стала економіка, вища зайнятість і соціальне залучення. Практика Євросоюзу в останні роки показує, що з точки зору повноти суспільного розвитку, макроекономічний вимір інновацій, які відіграють надзвичайно важливу роль у забезпеченні національної конкурентоспроможності, повинен доповнюватися соціальним виміром, в контексті якого розглядається поняття «соціальні інновації». Цей термін науковцями трактується в межах постіндустріальної парадигми та передбачає соціальне спрямування технологічних й економічних інновацій, необхідне для забезпечення соціальних змін на краще, поліпшення якості життя людей і розвитку суспільства в цілому, враховуючи викли-

ки глобалізації. У зв'язку з цим соціальні інновації стосуються не тільки процесів і тенденцій розвитку громадянського суспільства, але й державного управління, діяльності політичних, правових, економічних інститутів, асоціацій соціальних партнерів.

Соціальні інновації в сучасній об'єднаній Європі орієнтовані, перш за все, на вирішення низки соціальних та екологічних проблем – таких, як зміна клімату, безробіття, злочинність, соціальне відчуження, матеріальна бідність, міграція, нерівність у розподілі добробуту, старіння населення та інші. Причому, в сучасних умовах соціальні інновації не мають фіксованих меж, охоплюють всі сектори економіки (державний, приватний, некомерційні організації, домогосподарства) і зачіпають найрізноманітніші галузі, в т.ч. енергетику, житлове господарство, охорону здоров'я, освіту, науку, культуру та мистецтво. Спектр дії соціальних інновацій в ЄС досить значний – від нових моделей навчання, соціального захисту чи догляду за людьми похилого віку, – до нових способів зменшення кількості екологічно шкідливих речовин і відходів, переходу до низьковуглецевої економіки, розширення прав і можливостей громад тощо [4].

Важливо, що ідея поширення соціальних інновацій в Євросоюзі активно підтримується на рівні провідних європейських політиків. Протягом останніх трьох років поняття «соціальні інновації» міцно закріпилося в регуляторній діяльності головних інституцій ЄС [5]:

- в січні 2009 р. у Брюсселі на семінарі, організованому Бюро європейських політичних радників (ВЕРА), Президент Єврокомісії Ж.М. Баррозу заявив, що фінансова та економічна криза робить інноваційну діяльність в цілому, та соціальні інновації зокрема, ще більше важливими для забезпечення стійкого зростання, збереження робочих місць і підвищення конкурентоспроможності Європейського Союзу;

- в 2010 р. соціальні інновації як галузь досліджень включені до Тематичної програми соціальних і гуманітарних наук Сьомої Рамкової програми в сфері досліджень, технологічного розвитку та демонстраційної активності. Ще більш важливо, що соціальним інноваціям відведено провідну роль у Стратегії ЄС «Європа-2020» як джерела акумуляції соціального капіталу об'єднаної Європи;

- з 2011 р. Європейська Комісія підтримує широку програму досліджень щодо соціальних інновацій у державному секторі та висвітлює їх результати за допомогою Інноваційного табло ЄС.

Сучасними прикладами таких стратегічних підходів ЄС є реалізація у 2007-2013 рр. Сьомої Рамкової Програми в сфері досліджень, технологічного розвитку та демонстраційної активності з бюджетом понад 53 млрд. євро. На зміну їй, на період 2014-2020 рр. Єврокомісія вже розробила «Горизонт-2020 – Рамкова програма з наукових досліджень та інновацій» та передбачила її фінансування на рівні 80 млрд. євро, з яких приблизно 6 млрд. євро буде спрямовано в акумуляцію промислового потенціалу ЄС шляхом розвитку найбільш перспективних технологій (фотоніка, мікро- та наноелектроніка, нанотехнології, біотехнології) [8].

На сьогодні чимало ініціатив та інструментів реалізації соціальних інновацій уже впроваджуються ЄС на практиці. Зокрема, йдеться про заходи, що реалізуються за рахунок коштів Європейського соціального фонду і мають на меті створення необхідного інституційного потенціалу ЄС на всіх рівнях. Соціальні інноваційні фонди на національному рівні та-

кож відіграють дуже важливу роль у просуванні соціально-орієнтованих інновацій. Окремі країни ЄС, незважаючи на досить короткий проміжок часу, вже змогли накопичити позитивний досвід роботи таких фондів, що може слугувати орієнтиром для інших країн-учасниць [7]:

1) *SITRA, Фінляндія*. Цей фонд створений на базі Фінського інноваційного фонду і є незалежним громадським фондом під контролем парламенту Фінляндії. Мета діяльності SITRA полягає у сприянні системним змінам шляхом заохочення стійкого та збалансованого розвитку Фінляндії, якісного й кількісного зростання її економіки та підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку. На сьогодні фонд SITRA реалізує п'ять основних програм: інновацій, охорони здоров'я, продовольства і харчування, захисту довкілля та підтримки машинобудування. Річний бюджет фонду становить близько 40 мільйонів євро і поповнюється в основному за рахунок внесків приватних корпорацій;

2) *Естонський фонд розвитку (Argengufond)*. Діяльність Естонського фонду розвитку спрямована на ініціювання та підтримку позитивних змін в економіці Естонії шляхом інноваційних проектів і венчурних інвестицій. Фонд орієнтований на інноваційні ініціативи з міжнародним потенціалом і наразі забезпечує підтримку чотирьох проектів, пов'язаних з інформаційними технологіями та сервісною економікою;

3) *Фонд соціальних інвестицій підприємств, Великобританія*. Фонд соціальних інвестицій підприємств підтримує соціальний інвестиційний бізнес від імені Міністерства охорони здоров'я Великобританії. Фонд був створений в 2007 р. для сприяння інноваціям у сфері охорони здоров'я і соціального захисту. Фінансування проектів надається насамперед, некомерційним структурам, діючим соціальним підприємствам, а також працівникам сфери охорони здоров'я.

Важливо, що практична реалізація більшості із зазначених ініціатив вже розпочата країнами-технологічними лідерами ЄС. Саме вони протягом останніх років впроваджують якісно новий механізм – сталу інноваційну політику (*Sustainable Innovation Policy*), яка приходить на заміну традиційній політиці регулювання в інноваційній сфері. Так, у 2010 р. ученими Фінського інноваційного фонду SITRA підготовлено спеціальний аналітичний звіт «Сталі інновації. Нова ера інновацій та інноваційної політики Фінляндії» [10, с. 31], який містить виклад основних засад і підходів сталої інноваційної політики. Дослідники зазначають: головна відмінність між традиційною та сталою інноваційною політикою полягає у тому, що кінцевою метою першої є забезпечення економічного зростання, зокрема шляхом підвищення продуктивності праці, тоді як другої – забезпечення соціального добробуту, що потребує сталого суспільного розвитку. Якщо традиційна інноваційна модель ґрунтується на засадах зростання економіки, то стала модель – на засадах сталого розвитку.

Потреба у переході до новітньої моделі інноваційної політики Євросоюзу виникла у зв'язку з тим, що традиційна політика у цій сфері уже не здатна вирішити існуючі протиріччя – практика показує, що навіть тривале зростання економіки в багатьох країнах ЄС не призвело до суттєвого зростання добробуту їх громадян, навпаки, з часом їх соціальні проблеми отримали тенденцію до загострення. І в умовах глобалізації та посткризового розвитку світової економіки, які виявили нові серйозні виклики для кон-

курентоспроможності ЄС, ці проблеми потребують ефективного врегулювання, що планується забезпечити шляхом провадження нової моделі інноваційної політики.

Порівняння параметрів традиційної та сталої інноваційної політики ЄС (табл. 1) дає уявлення про переваги останньої, особливо в контексті соціетального розвитку об'єднаної Європи.

Таблиця 1
Відмінності між традиційною та новітньою сталою інноваційною політикою Європейського Союзу

№	Традиційна інноваційна політика	Новітня стала інноваційна політика
1.	Основна мета – забезпечення економічного зростання країни (ЄС).	Основна мета – забезпечення сталого розвитку та підвищення добробуту населення. Економічне зростання розглядається лише як інструмент.
2.	Основний елемент: національна інноваційна система.	Основний елемент: інноваційна екосистема.
3.	Управління та контроль за принципом «зверху вниз».	Через включення стихійних процесів, експериментів, конкуренції, управління та контроль йде за принципом «знизу вверх».
4.	Творче накопичення, базові інновації.	Творче руйнування, радикальні інновації.
5.	Інноваційна «ізоляція» державних установ.	Системний розвиток і соціальні інновації.
6.	Орієнтація на пропозицію.	Орієнтація на попит, кінцевий споживач – у центрі уваги.
7.	Парадигма закритості інновацій.	Парадигма децентралізованих інновацій.
8.	Корпоративні моделі бізнесу: підхід «замовник-виконавець».	Мережева модель бізнесу: партнерський підхід.
9.	Акцент на технології.	Акцент на знання і компетенції.
10.	Центральне поняття: продукт.	Центральне поняття: послуга.
11.	Домінує національний рівень.	Регіональний рівень отримує автономію.
12.	Національне поле діяльності.	Глобальне поле діяльності.
13.	Культура перебуває поза межами уваги інноваційної політики, інновації обмежуються звичайним промисловим дизайном.	Культура як основна та динамічна частина інноваційного середовища. Розвивається індустрія творчості та дизайн мислення.

Джерело: [10, с. 138]

Негативна динаміка зазначених показників для інших новоінтегрованих європейських держав свідчить про неоднорідність і спричинене кризою гальмування конвергенційних процесів в економіці Євросоюзу.

Висновки з проведеного дослідження. Аналізуючи європейський досвід і підходи до формування та здійснення соціальної політики, можна дійти висновку, що у сучасних умовах країни Європейського Союзу втілюють у життя принцип активної соціальної політики інноваційного характеру. Саме завдяки заходам цієї політики будується соціально-орієнтована модель інноваційної економіки на єдиному Європейському просторі. Така активна соціальна політика створює умови для гідної праці та відтворення робочої сили. Дієві заходи активної та ефективної соціальної політики сприяють перетворенню суспільних

відносин у дусі соціальної справедливості; зв'язку поколінь, вирівнюванню доходів та вирішенню інших гострих економічних проблем сьогодення, вони є інструментом ослаблення соціальної напруженості, нейтралізації різного роду суспільних антагонізмів та конфліктів. Більшість країн ЄС вже здійснили комплекс заходів щодо реформування власної соціальної політики та окремих її складових (зокрема модернізація пенсійної системи), інші країни тільки розпочали свої реформи. Але головне – країни розуміють не тільки важливість цих дій, а й необхідність пошуку спільних стратегій (наприклад, щодо пошуку шляхів уніфікації) побудови окремих систем соціальних виплат, на які мають право всі громадяни об'єднаної Європи. Крім того (і це є найголовнішим чинником), вони спільно діють за напрямом подолання протиріч та підвищення якості життя населення країн ЄС.

Стратегія щодо соціально-економічного зростання та зайнятості ЄС «Європа-2020» передбачає, що наука, технології та інновації забезпечать значний внесок у вирішення зростаючих соціально-економічних проблем, з якими нині стикається Європа. У цьому контексті соціальні інновації, мета яких полягає у поліпшенні якості життя населення та стимулюванні соціальної динаміки через створення та реалізацію нововведень [3], відіграють важливу роль в процесі конвергенції (зближення за основними кількісними і якісними параметрами) європейських економік.

Вивчення досвіду державної політики Євросоюзу зі сприяння соціальним інноваціям є досить актуальним для України, враховуючи законодавчо закріплені євроінтеграційні пріоритети розвитку нашої держави.

В Україні хоча і зроблено чимало у вирішенні проблеми побудови ефективної соціальної політики, залишається ще багато невирішених питань. І головною проблемою на сьогодні є відсутність зважених дій щодо формування інноваційної економіки. Крім того, все це ускладнюється недостатністю фінансових ресурсів, існуючою непрозорістю та надмірною складністю програм соціально-економічного та інноваційного розвитку. І тому ситуація в Україні є набагато складнішою та гострішою, ніж це є у країнах ЄС, особливо, коли мова йде про ефективність (та раціональність) використання наявних бюджетних коштів. Сприяючи оптимізації та підвищенню ефективності цих процесів у першу чергу повинні би заходи державного рівня: обґрунтована стратегія соціально-економічного та інноваційного розвитку країни;

удосконалення існуючої законодавчої бази; розбудова інноваційного суспільства та економіки знань. Як раз ці заходи і стануть механізмом наближення нашої країни до країн Європейської спільноти з їх високим рівнем соціального захисту та уваги до людського чинника.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрощук Г.О. Інноваційна політика Європейського Союзу / Г.О. Андрощук, Р.С. Еннан // Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 5. – С. 85–97.
2. Чернега О.Б. Инновационная и научно-техническая политика ЕС: [учеб. пособие] / О.Б.Чернега, В.С.Белозубенко. – Донецк: ДонНУЭТ, 2008. – 200 с.
3. Кучко Е.Е. Социальные инновации: подходы к определению и классификации / Е.Е.Кучко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – № 941. – 2011. – С. 27–33.
4. Addressing societal challenges. – In issue: Innovation Union Competitiveness Report 2011. Analysis. Part III: Towards an innovative Europe – contributing to the Innovation Union. – European Commission, 2011. – PP. 411–430.
5. Die Analyse sozialer Innovationen als gesellschaftliche Praxis. – In: Hochgerner J. Zentrum für Soziale Innovation. Pendeln zwischen Wissenschaft und Praxis. ZSI-Beiträge zu sozialen Innovationen / J.Hochgerner. – Vienna and Berlin: LIT, 2011. – PP. 173-189.
6. Basset J. Social Innovation in Europe Mobilising People and Resources / J.Basset. – Innovation Policy Workshop N6, 25-26 March 2010, Brussels. – Global Review of Innovation Intelligence and Policy Studies. PRO INNO Europe Project. – European Commission, 2010. – 31 p.
7. Caulier-Grice J. Study on Social Innovation / J.Caulier-Grice, L.Kahn, G.Mulgan, L.Pulford, D.Vasconcelos / A paper prepared by the Social Innovation eXchange (SIX) and the Young Foundation for the Bureau of European Policy Advisers. – Bureau of European Policy Advisers, Young Foundation, 2010. – 127 p.
8. Dhondt S. Social Innovation Europe Launch Event / S.Dhondt, M.Gramberen, F.Keuken, F.Pot, P.Totterdill, F.Vaas / Workshop E: Workplace Innovation, 17th March 2011. – European Commission, 2011. – 4 pp.
9. Fagerberg J. Innovation, Growth and Economic Development: Have the Conditions for Catch-Up Changed? / J.Fagerberg, B.Verspagen // International Journal of Technological Learning, Innovation and Development. – 2007. – Vol. 1. – PP. 13–33.
10. Hautamaki A. Sustainable Innovation. A New Age of Innovation and Finland's Innovation Policy / A.Hautamaki / Sitra Reports N87. – SITRA, Helsinki, 2010. – 144 p.
11. Hubert A. Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union / A.Hubert. – Bureau of European Policy Advisers, European Commission, 2010. – 131 p.
12. Pradeep M. Innovation, Inclusion and Integration: from Transition to Convergence in Eastern Europe and the Former Soviet Union/ M.Pradeep. – World Bank, 2008. – 142 p.

УДК 656.2:351.812.5

Олійник Г.Ю.

кандидат економічних наук, докторант
Класичного приватного університету

ФОРМУВАННЯ ХОЛДИНГОВОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЗЮ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

У статті розроблені методологічні основи формування холдингової компанії на базі Публічного акціонерного товариства загального користування і концепція її управління, як соціально орієнтованою системою, в якій Холдинг функціонує в ринковому середовищі, самостійно вирішує питання не тільки внутрішнього будівництва, а і формування всієї сукупності зовнішніх зв'язків. Запропонована організаційна модель Холдингу. Визначені місія та стратегічні цілі корпоративного будівництва, системи управління.

Ключові слова: реструктуризація, Холдингова компанія, стратегія державної політики, Публічне акціонерне товариство, структурні перетворення, організаційна схема.

Олейник Г.Ю. ФОРМИРОВАНИЕ ХОЛДИГОВОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТРАСЛЬЮ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА УКРАИНЫ

В статье определены базовые основы формирования на базе Публичного акционерного общества. Украинские железные дороги холдинговой компании (далее холдинг) концепция управления холдингом, как социально-ориентировочной организацией, означает, что он функционирует в рыночных условиях, самостоятельно решает вопросы не только внутреннего строительства, но и формирования всей совокупности внешних связей. Предложена организационная модель холдинга. Определена миссия и стратегические цели корпоративного строительства системы управления.

Ключевые слова: реструктуризация, Холдинговая компания, стратегия государственной политики, Публичное акционерное общество, структурные преобразования, организационная схема.

Oleinik G.Y. FORMATION OF MANAGEMENT HOLDINGOVY RAIL INDUSTRY UKRAINE

The article defines the basic fundamentals of formation based Public Joint Stock Company. Ukrainian Railways holding company (the holding company), the concept of holding management as socio-orienting the organization, meaning that it operates under market conditions, self-dealing not only with the internal construction, but also the formation of the totality of external relations. Proposed organizational model holding. Defines the mission and strategic goals of the corporate building management system.

Keywords: restructuring, Holding Company, a strategy of public policy, public corporation, structural transformation, organizational chart.

Вступ. Закон України «Про особливості створення Публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування» (далі – Закон), який набув чинності з 22 березня 2012 року, опублікований в газеті «Голос України» 21 березня 2012 року [1], визначає правові, економічні та організаційні особливості створення Публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування (далі ПАТ) 100% акцій якого належать державі, на базі державної адміністрації залізничного транспорту України («Укрзалізниця»).

Створення ПАТ здійснюється за рішенням Кабінету міністрів України відповідно до законодавства з урахуванням особливостей, визначених цим Законом, і не потребує попереднього дозволу Антимонопольного комітету України.

Товариство утворюється на базі Державної адміністрації залізничного транспорту України, а також підприємств, установ і організацій залізничного транспорту загального користування, які реорганізують шляхом злиття. Статут Товариства затверджується Кабінетом міністрів України. Товариство є правонаступником усіх прав і обов'язків Державної адміністрації залізничного транспорту України і підприємств залізничного транспорту.

Реформування залізничного транспорту України відбуватиметься, відповідно до Державної цільової програми, затвердженої постановою Кабінету міністрів України від 26 жовтня 2011 року № 1106 [2], в три етапи.

На першому етапі (2010–2012 роки) необхідно було удосконалити нормативно-правову базу для реформування галузі; створити єдину державну акціонерну компанію та впровадити механізм розподілу фінансових потоків за видами діяльності.

На другому етапі (2013–2015 роки) необхідно утворити вертикально інтегровані виробничо-технологічні системи залізничного транспорту, структуровані за видами діяльності.

До першого та другого етапів ведеться підготовка, тому що це дуже важливі етапи, які потребують чіткого нормативно-правового забезпечення, над яким доцільно серйозно працювати. Від першого етапу, саме від його підготовки та методологічного забезпечення залежить сама система формування статутного капіталу і системи управління галуззю залізничного транспорту [3; 4].

На третьому етапі (2016–2019 роки) буде ліквідовано перехресне субсидування пасажирських перевезень за рахунок вантажних і утворено господарське товариство у сфері пасажирських перевезень.

Практика створення холдингової компанії на базі державного акціонерного товариства у міжнародній практиці відповідає вимогам міжнародних організацій та Європейського Союзу. Зокрема, аналогічна реформа залізничного сектора проводилася у Великій Британії, Німеччині, Росії та інших державах світу.

Необхідність перебудови галузі залізничного транспорту України (далі ГЗТУ), що належала до централізованих планових економік, широко визнана. Очевидною є також кінцева мета перебудови – галузь повинна стати прибутковою. Проте процес реструктуризації ГЗТУ дуже складний, хоча існує думка, що їх керівники повинні вжити заходів щодо реструктуризації самостійно [5, с. 4-20; 6, с. 105]. Галузева реструктуризація, яка проводиться на основі Державної Цільової програми, виходить за можливості ГЗТУ і потребує підтримки та втручання держави, особливо формування законодавчого, нормативно-правового забезпечення та фінансування.

Аналіз досліджень і публікацій. Структурна теорія економічного розвитку виходить з того, що зростання агрегованого продукту (наприклад ВВП) як індикатора економічного розвитку можливе за умови широких структурних перетворень усіх або майже усіх складових економічного об'єкта, у даному випадку – галузі залізничного транспорту. Структурна політика ГЗТУ має враховувати умови та перспективи розвитку національної економіки. З прийняттям Державної Цільової моделі розвитку галузі залізничного транспорту уряд визначився з державною стратегією її економічного розвитку, яка має стати основою структурної перебудови. Хоча ця програма не дає конкретних індикаторів економічного розвитку галузі, проте висуває цілком слушні принципи положення і настанови щодо структурних змін підвищення економічної стійкості галузі, розвитку ринку транспортних послуг на основі її реструктуризації. Економіка ГЗТУ залежить від розвитку промисловості, сільського господарства та добробуту населення, тому необхідно на державному рівні, посиливши дієвість промислової політики, визначити пріоритетні галузі та додаткові механізми державного впливу на них, щоб подолати негативні тенденції посткризового розвитку. Наявність зв'язків між економічною динамікою та структурними процесами, як основа економічної теорії, базис якої створили М. Кондратьєв, Й. Шумпетер, С. Кузнець. Наукове осмислення причин і наслідків дає підстави бачити в її системних проявах роль структурного чинника.

Мета статті. Сформулювати цільову організаційну бізнес-модель Холдингу «Українські залізниці» з визначенням концепції управління галуззю, яка, за державної підтримки, могла б узяти на себе роль «локомотива» з активізації промислового розвитку, формування ефективної структури та подолання негативних тенденцій посткризового розвитку.

Виклад основного матеріалу. Для галузі залізничного транспорту пошук галузевого вектора структурної політики є дуже актуальним. За 20 років економічних перетворень структура ГЗТУ стала фундаментом галузевого і економічного розвитку країни, витримала перевірку часом в умовах лібералізації, глобалізації та відкритого ринку, несе відповідне економічне і соціальне навантаження, має всі підстави претендувати на державну підтримку.

Стратегія державної політики, щодо підтримки ГЗТУ повинна врахувати економічну ситуацію, що склалась у країні. У 2012 р., вдруге після кризи 2008-2009 рр., відбулося падіння промислового виробництва (98,5%), стагнація експорту (100,6%), розбалансування внутрішнього ринку і зростання імпоротної залежної економіки, наслідком чого стало від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі товарами промислової групи (25,3 млрд. дол.). За 2012 р. залізницями перевезено 457,5 млн. т вантажів, що на 25% менше звіту 2011 р. Такий же відсоток падіння вантажообігу, який становив 237,7 млрд. тонно-км. Обсяг транзитних перевезень у 2012 р. зменшився проти звіту 2011 р. на 17,8% і склав 41,9 млн. тонн. Тенденція падіння вантажних перевезень спостерігається і в 2013 р. та 2014 р. Так за січень (звіт – 17,0 млрд. тонно-км.), до січня минулого року, падіння вантажообігу становить 8,3%, а транзиту – 17,4%. Крім того в галузі зберігається технологічна відсталість.

Державна цільова програма реформування залізничного транспорту [2] передбачає створення нової організаційно-правової та економічної моделі управління залізничним транспортом, розвиток конку-

рентного середовища на ринку залізничних послуг, підвищення ефективності його функціонування, задоволення потреб національної економіки і населення в перевезеннях, покращенні його якості та зменшення розміру транспортної складової у вартості товарів та послуг.

Для розв'язання проблеми передбачається утворення акціонерного товариства загального користування як національного перевізника вантажів та пасажирів на ринку транспортних послуг (далі – Товариство), у володінні якого перебуватимуть об'єкти інфраструктури залізничного транспорту загального користування. Слід звернути увагу на те, що структурна перебудова такого масштабу в державі проводиться вперше.

Галузь залізничного транспорту загального користування – це залізниці та державні підприємства, заклади охорони здоров'я, навчальні заклади, що належать до сфери управління Укрзалізниці, забезпечують формування та реалізацію державної політики у сфері транспорту, підлягає реструктуризації. Саме на їх основі утворюється публічне акціонерне товариство, сто відсотків якого закріплюється у державній власності [1].

До статутного капіталу товариства вносяться:

- Майно залізничного транспорту загального користування;
- 100% акцій акціонерних товариств, що проводять ремонт тягового рухомого складу та виготовляють залізобетонні конструкції і шпали;
- Акції (частки, паї), що належать державі у статутному (складеному) капіталі господарських товариств, утворених за участю підприємств залізничного транспорту;
- Право постійного користування земельними ділянками, наданими для розміщення підприємств залізничного транспорту;
- Право господарського відання магістральними залізничними лініями загального користування та розміщеними на них технологічними спорудами, передавальними пристроями, що безпосередньо використовуються для забезпечення процесу перевезень, а саме: залізничні станції та колії загального користування, тягові підстанції, контактна мережа та інші пристрої технологічного електропостачання, системи сигналізації, централізації, блокування та управління рухом поїздів, об'єкти і майно, призначені безпосередньо для виконання аварійно-відновлювальних робіт [1].

Термінологічно слід розділити державні підприємства і акціонерні товариства з участю держави. Державні підприємства – це організаційно-правова форма юридичної особи, яка відсутня в праві закордонних держав. Державні підприємства не є власниками свого майна, а володіють державним майном, яке належить їм на права господарського відання. У даній статті такі підприємства розглядатись не будуть. Акціонерне товариство, на відміну від державних підприємств володіє своїм майном на правах власності. Їм не потрібен дозвіл держави на розпорядження тим чи іншим майном. Держава, яка приймає участь в акціонерному товаристві, виступає як акціонер і має ті ж права, що і всі акціонери. Слід враховувати особливий статус акціонерного товариства, яке планується утворити, коли держава володіє акціонерним капіталом опосередковано (через контроль над товариством, володіючи 100% акцій). Крім того, Законом передбачені обмеження щодо розпорядження майном товариства. Так державною власністю є магістральні залізничні лінії загального корис-

тування та розміщенні на них технологічні споруди, передавальні пристрої, що безпосередньо використовуються для забезпечення процесу перевезень та закріплюються за Товариством на праві господарського віддання. Крім того Товариство не може відчужувати, передавати в користування, оренду, лізинг, та інше зазначене вище майно. Порядок списання, відчуження, передачі в користування вище вказаного майна, визначається Кабінетом Міністрів України [ст. 1, п. 10 1, 2, 3, 4]. Ці особливості вимагають розробки методологічного забезпечення формування статутного капіталу галузі. Насправді, формально такі підприємства не відносяться до українських акціонерних товариств з державним управлінням.

Підприємства, в яких, держава має свою долю – 100% акцій, представляють, на думку державного керівництва, стратегічну значимість для української держави – як у плані обороноздатності, так і у плані державного контролю над важливими елементами інфраструктури. В тому числі держава зберігає свій контроль над природними монополіями.

Стаття 9 Закону передбачає що «...зведені передавальний акт та акт оцінки складаються на основі узагальнених даних передавальних актів оцінки, складених стосовно цілісно майнового комплексу (далі – ЦМК) кожного підприємства залізничного транспорту» [1].

Таким чином, в цілому по галузі та, практично, по кожному підприємству залізничного транспорту загального користування, залізницям та державним підприємствам, установам та організаціям, що належать до сфери управління Укрзалізниці, буде сформована комісія з утворення Товариства під керівництвом якої будуть розроблятися передавальні акти, а також проект статуту товариства. Зведені передавальний акт та акт оцінки складаються на основі узагальнення даних передавальних актів та оцінки, складених стосовно ЦМК кожного підприємства залізничного транспорту. Розмір статутного капіталу товариства визначається під час його утворення згідно із зведеним актом оцінки майна загального користування [1, ст. 2 п. 9].

З точки зору автора, законодавець має можливість по кожному ЦМК чітко сформулювати та зареєструвати акціонерні товариства, а до статуту компанії вноситься 100% акцій кожного підприємства. У цьому варіанті кожне підприємство залишається юридичною особою, що важливо для діяльності галузі.

Нині в галузі залізничного транспорту України проводиться підготовка підприємств до великомасштабних структурних перетворень, які корінним чином міняють діючий механізм його функціонування, формують нову ідеологію роботи галузі, транспортний ринок і нові взаємовідносини між учасниками ринку. Особливість реструктуризації визначається не тільки в зміні форми власності, але й в зміні архітектури управління компанією. Побудова системи управління ГЗТУ в умовах реструктуризації вимагає адекватного підходу до утворення господарського комплексу – Публічного акціонерного товариства загального користування та цільової моделі ринку. На основі ПАТ автор пропонує створити Холдингову компанію.

Для процесу становлення холдингової системи, як основної організаційної форми управління в нашій державі з перехідною економікою, необхідні зміни суспільних, економічних і організаційних відношень. В даний час не тільки організація управління, а і старі традиційні методи господарської діяльності

повинні змінюватись новими підходами які враховують вимоги ринка.

Концепція управління Холдинговою структурою, як соціально орієнтованою організацією, означає, що Холдинг функціонує в ринковому середовищі, самостійно вирішує питання не тільки внутрішнього будівництва, але і формування всієї сукупності зовнішніх зв'язків: здійснення маркетингової стратегії досліджень, створення додаткових акціонерних товариств та інших логістичних систем, залучення сторонніх інвесторів, розширення співпраці з іноземними партнерами і т. п. Соціально орієнтація такої організації визначається її роллю в забезпеченні потреб як усього суспільства, так і власного персоналу.

Для ефективної підтримки цільової бізнес-моделі Холдингу необхідне формування якісно нової організаційної системи доповненої не лише рядом нових функцій, процедур і структур, які забезпечують управління діяльністю, відносинами з клієнтами, партнерами і органами влади, яка забезпечує більш високий рівень якості управління і синергетичного ефекту.

В організаційному плані передбачається концентрація вищого керівництва на задачах забезпечення досягнення довгострокових цілей, рішення стратегічних задач і виключення надмірної участі в управлінні операційною діяльністю бізнес-єдиниці.

Пропонується наступна організаційна модель Холдингу, яка складається із наступних об'єктів управління:

- Правління Холдингу;
- Корпоративний центр;
- Залізниця;
- Бізнес-блоки, які включають органи управління ними;
- Бізнес-єдиниці.

Для збереження управління на всіх рівнях, залізниця – юридичні особи, АТ, як філіали ПАТ увійдуть в Корпоративний центр і будуть реалізовувати частину його функцій на регіональному рівні.

Управління кожним таким об'єктом відрізняється специфічним набором задач, реалізованих функцій, компетенцій управлінського персоналу, інструментів процесів і технологій управління.

Будівництво організаційної схеми Холдингу забезпечує дотримання принципу спеціалізації по об'єктам управління за рахунок формування у складі центрального апарату Корпоративного центра-блоку підрозділів, орієнтованих на управління Холдингом в цілому як набором бізнес-єдиниць, і блока управління бізнесом залізничних перевезень – групи підрозділів, які керують бізнес-єдиницями – зв'язаними зі спільністю майнового комплексу і разом забезпечують основну діяльність Холдингу.

Дослідження показують, що основним і єдиним джерелом додаткових інвестицій в галузь не можуть бути лише займи, реалізація майна і продаж акцій дочірніх компаній. Необхідні нові суб'єкти ринка, які стануть самостійними центрами і одночасно джерелами інвестицій в розвиток і модернізацію залізничного транспорту. Інвестиції досягнуть достатнього рівня, коли у інвесторів буде можливість здійснювати як вклади в цінні папери Холдингу, так і самостійно вести підприємницьку діяльність безпосередньо на залізничному транспорті. Рішення цих та інших проблем неможливе без будівництва високо-ефективної диверсифікованої холдингової структури залізниць України.

Реалізація цілей у сфері корпоративного будівництва ПАТ передбачає поетапне перетворення його

до кінця третього етапу реформування в транспорті компанію, яка надає багатофункціональні види послуг, – Холдинг.

З одного боку ПАТ позиціонується в довготерміновій перспективі як ефективний власник інфраструктури і забезпечує рівний доступ всіх суб'єктів господарювання до об'єктів інфраструктури, а з другої – основний власник бізнесу здійснюваного в указаний період по наданню послуг з перевезення.

Перехід до даного цільового стану досягається шляхом відокремлення потенційно конкурентних видів діяльності в області спеціалізованих перевезень вантажів і пасажирів, а також сфери додаткових послуг, які сприяють розвитку діяльності перевезень, ремонту рухомого складу і виробництву запасних частин, ремонту колійної техніки, будівельних та проектних робіт, суспільному харчуванню, експедиторським, спеціалізованим та іншим послугам.

Досягнення цілей корпоративного будівництва Холдингу здійснюється шляхом рішення наступних основних задач:

- здійснення на основі аналізу і оцінки необхідності, доцільності і можливості організаційно-структурних перетворень, в тому числі по видах діяльності;
- здійснення заходів по структурному відокремленню конкурентних видів діяльності і створенню на їх основі відокремлених залежних акціонерних товариств (далі ВЗАТ) ПАТ «Українські залізниці» шляхом відчуження;
- створення ВЗАТ ПАТ, здатних ефективно освоювати та розвивати нові сегменти ринку послуг на залізничному транспорті;
- розвиток нового сегменту ринку послуг на залізничному транспорті;
- вдосконалення організаційної структури і системи управління ПАТ «УЗ» відповідно до принципів корпоративного управління і переходом до управління за видами діяльності, оптимізації управлінських витрат;

- підвищення якості менеджменту ПАТ «УЗ» і навчання персоналу для роботи в умовах корпоративного розвитку Компанії та освоєння нових ринків;

- розвиток системи корпоративного управління на основі впровадження нових технологій управління з використанням автоматизованих систем і сучасних інформаційних технологій.

Найважливішою тенденцією розвитку корпоративних відносин являються становлення Холдингу і комплексне вдосконалення практики регулювання внутрішньо холдингових відносин.

Основним принципом становлення Холдингу має стати посилення акціонерного контролю Головною компанією над іншими учасниками корпорації з метою виключення прийняття дочірніми компаніями господарських рішень, які суперечать стратегії і тактиці ПАТ «УЗ».

При цьому слід враховувати ступінь фактичної контрольованості ВЗАТ з боку ПАТ «УЗ», а саме:

- наявність абсолютного стовідсоткового акціонерного контролю діяльності дочірнього товариства;
- володіння більше 75% акцій, що означає повний контроль за наявності інших власників (пакет гарантує можливість зміни Статуту, ліквідацію і реорганізацію товариства);
- володіння більше 60% акцій, що відповідає загальноприйнятому розумінню контрольного пакета, гарантує контроль за кадровими призначеннями, можливість здійснення особливо великих угод;
- володіння «блокуючим» пакетом (більше 25% акцій), що дозволяє Головній компанії реально перешкоджати прийняттю дочірнім товариством рішень, які не відповідають загально корпоративним інтересам;
- володіння більше 20% акцій, при якому товариство визначається за законодавством як залежне.

Визначення подібного роду градацій контролю для кожного учасника Холдингу дозволить Головній компанії здійснювати цілеспрямоване планування і



Рис. 1. Організаційна структура управління холдингу ПАТ «Українські залізниці»

реалізацію заходів щодо вдосконалення внутрішньо холдингових відносин. Одночасно необхідно широко використовувати відому в світовій практиці формулу «децентралізації операцій при централізації контролю» стосовно до структури органів управління акціонерних товариств.

Виробничо-технологічна та фінансово-економічна взаємодія між ПАТ «УЗ» та його дочірніми і залежними товариствами, які здійснюють окремі види діяльності, буде будуватися з урахуванням спільних програм, планів дій та технічних (технологічних) регламентів, а також ефективної цінової політики та єдиної політики конкурсного відбору підрядників і постачальників товарів, робіт і послуг.

Цільовий стан ПАТ «УЗ» – це ефективний диверсифікований змішаний Холдинг, конкурентоспроможний на світовому транспортному ринку, що забезпечує утримання і розвиток залізничної інфраструктури, яка належить основному акціонерному товариству Холдингу, і раціональне управління дочірніми компаніями, які здійснюють діяльність у сфері перевезень, логістики, ремонту технічних засобів та інших видів діяльності.

На рисинку 1 схематично представлена планетарна модель Холдингу «Українські залізниці».

Основою Холдингу, є Головна компанія ПАТ «УЗ» що здійснюватиме такі основні види діяльності:

- надання послуг інфраструктури, утримання та ремонт інфраструктури;
- надання послуг локомотивної тяги, утримання і експлуатація локомотивів;
- технічне обслуговування та деповський ремонт локомотивного парку;
- технічне обслуговування вантажних і пасажирських вагонів на шляху прямування.

Решта видів діяльності будуть повністю або частково виведені з Головної компанії і будуть здійснюватися дочірніми і залежними товариствами ПАТ «УЗ». Управління дочірніми і залежними товариствами забезпечуватиметься корпоративними методами, включаючи управління пакетами акцій. Головна компанія на основі договорів з дочірніми і залежними товариствами, які увійдуть до Холдингу «Українські залізниці», буде грати роль керуючої компанії в інтересах усього Холдингу.

Система взаємодії з дочірніми і залежними товариствами ПАТ «УЗ» в рамках Холдингу буде здійснюватися за двома основними напрямками.

1. Основою Холдингу повинна стати Головна компанія ПАТ «Укрзалізниця», яка провадить єдину політику в рамках холдингу на основі договорів з дочірніми і залежними товариствами, що входять до складу Холдингу «Українські залізниці», здійснює роль керуючої компанії в інтересах всієї Холдингової структури.

2. Друга генеральна функція Головної компанії пов'язана з ефективним управлінням активами дочірніх і залежних товариств.

У результаті здійснення заходів третього етапу реформування буде забезпечена реалізація стратегічної задачі з підвищення конкурентоспроможності і капіталізації Холдингу, ефективного виведення акцій вантажних компаній на світовий фондовий ринок, продажу частини акцій підприємств, що здійснюють ремонтні та інші види діяльності, формування таким чином додаткових джерел інвестицій для розвитку державної залізничної інфраструктури.

Організаційний розвиток Холдингу спрямовано на забезпечення ефективного управління господарським комплексом з урахуванням змін у складі активів і ви-

дів бізнесу, корпоративній структурі і в зовнішньому середовищі, які відбулися і відбуваються, насамперед, у зв'язку з реалізацією Програми структурної реформи на залізничному транспорті та у зв'язку із змінами моделі ринку залізничних транспортних послуг.

Створюваний Холдинг «Українські залізниці» – один з основних системоутворюючих елементів української економіки і транспортної системи країни, здійснює більше 40% вантажообігу і понад 35% пасажирообігу транспорту загального користування в Україні.

Формування Холдингу здійснюється шляхом створення на базі майна окремих виробничих підрозділів ПАТ «УЗ», дочірніх товариств відповідно до положень Програми структурної реформи на залізничному транспорті.

У цільовому стані Холдинг представлятиме собою:

- найбільшу в Україні транспортну бізнес-систему, яка забезпечить зростання її вартості на основі ефективного та якісного задоволення зростаючих потреб національної економіки і населення в транспортних послугах;
- єдину корпоративну структуру, в складі якої ПАТ «УЗ» буде безпосередньо вести господарську діяльність в ключових видах бізнесу і виконувати функції корпоративного центру для дочірніх і залежних товариств;
- структурований за видами бізнесу Холдинг з високим рівнем корпоративного управління та консолідованою стратегією;
- власника інфраструктури залізничного транспорту загального користування, що надає транспортні та супутні послуги на недискримінаційній основі;
- інтегрованого з інфраструктурою вантажного загальномережевого перевізника, зберігає і зміцнює конкурентоспроможність в різних сегментах транспортного ринку;
- ефективного оператора універсального та спеціалізованого рухомого складу;
- найбільшого національного пасажирського перевізника, який забезпечує транспортний рух населення;
- постачальника широкого асортименту послуг, включаючи технічне обслуговування та ремонт рухомого складу;
- одного з найбільших учасників ринків логістики, що розвиваються, сервісного обслуговування пасажирів та інших послуг;
- соціально-відповідальну бізнес-систему, що забезпечує у своїй діяльності баланс корпоративних, державних і суспільних інтересів.

Філософія діяльності Холдингу полягає в забезпеченні відповідності власних цілей довготривалим національним інтересам, що зумовлює поєднання інтересів держави, споживачів транспортних послуг та корпоративних інтересів ПАТ «УЗ».

Місія Холдингу полягає в ефективному розвитку конкурентності на українському і світовому ринках транспортного бізнесу з урахуванням відповідальності національного перевізника та власника залізничної інфраструктури.

Документами, що визначають напрямки стратегічного розвитку залізничного транспорту та Холдингу на довгострокову перспективу, є Стратегія розвитку залізничного транспорту в Україні до 2020 року і пов'язана з нею Транспортна стратегія України.

Стратегічні цілі Холдингу характеризуються дуалізмом, що передбачає баланс між спеціальними вимогами держави по забезпеченню перевезень за-

лізничним транспортом, використання та розвиток залізничної інфраструктури і зростання вартості державних активів. Основними інструментами забезпечення даного балансу є формування механізмів державного замовлення соціально значущих послуг за регульованими тарифами та державної підтримки пріоритетних проектів розвитку інфраструктури загального користування.

Головна мета Стратегії – визначення цільових показників та ключових напрямків розвитку Холдингу відповідно до місії на довгострокову перспективу, визначення засобів і методів досягнення поставлених цілей.

Нині, у процесі триваючого реформування залізничного транспорту в ПАТ йде процес вибудовування вертикальних дирекцій і відпрацювання взаємодії між різними ланками управління в нових умовах, тим самим змінюючи колишні зв'язки підрозділів на всіх рівнях.

Це викликано тим, що залізниця, працюючи в ринковому середовищі, повинна бути до нього абсолютно адекватно адаптована. Колишня структура залізничного транспорту була органічною частиною соціалістичної економіки, але для успішної роботи в ринку ця система потребує цілого ряду принципових перетворень. Вони стосуються перш за все:

- форм власності;
- інвестиційних інструментів;
- принципів економічного обліку;
- виробничих стимулів;
- способів керівництва кадрами і багато іншого.

Відповідно, не можна обійтися і без змін самої структури управління, без організаційного виділення цілого ряду активів в новому порядку. Необхідно працювати відповідно до закону раціонального ведення бізнесу, чітко знати свої витрати і доходи по кожному виду діяльності, вміти гнучко реагувати на попит, бути клієнтоорієнтованою компанією. При цьому не можна нічого перекреслювати з того, що було раціонального, універсального в колишніх методах роботи, а збагачувати теорію і практику залізничної справи.

Український залізничний транспорт завжди ґрунтувався на єдності вертикальної і горизонтальної структур управління. У той же час сьогодні в середині нього відбувається перегрупування правових, економічних та адміністративних відносин.

Поряд з цим, ще в 2006 році була затверджена Державна Концепція Державної програми реформування залізничного транспорту, схвалена Розпорядженням КМУ від 27.12.2006 р. № 651-р [7], основні положення якої також залишаються актуальними і сьогодні. Для ефективного підтримки цільової бізнес-моделі Холдингу необхідне формування якісно нової організаційної моделі, здатної забезпечити ефективне управління господарським комплексом Холдингу як великої компанії, яка буде керувати залізничним транспортом України.

Система управління буде не тільки доповнена рядом нових функцій, процедур та органів, що забезпечить управління ефективністю діяльності і дозволить забезпечити в цілому більш високий рівень якості управління. В організаційному плані це передбачає концентрацію вищого керівництва на завданнях забезпечення досягнення довгострокових цілей і вирішення стратегічних завдань, виключенням надлишкової участі в управлінні операційною діяльністю бізнес-одиниць. У відповідності з поставленими завданнями, принципами та підходами основними напрямками організаційного розвитку Холдингу будуть:

- формування сильної корпоративної вертикалі, що включає правління Холдингу під головуванням президента ПАТ «УЗ», дорадчі органи, апарат управління, залізниця. Ця вертикаль забезпечуватиме реалізацію місії Холдингу, її довготривалу конкурентоспроможність, безпеку руху шляхом розробки та реалізації єдиної корпоративної стратегії, проведення загальних корпоративних політик (технічної, кадрової, соціальної, інформаційної тощо);

- делегування залізняцям і їх керівникам частини функціональних завдань Корпоративного центру, з наділенням їх повноваженнями і відповідальністю за розробку, вдосконалення та контроль дотримання проектних принципів управління та процедур ефективної взаємодії між підрозділами Холдингу і ПАТ «УЗ» на територіальному і лінійному рівнях;

- поетапний перехід від територіально-функціональної організації до організації за видами діяльності та бізнесу, з одночасною оптимізацією організаційно-функціональної структури та територіального розміщення органів управління;

- скорочення кількості рівнів управління і формування індивідуальної територіальної схеми розміщення органів управління і виробничих потужностей, оптимізованої для кожного виду діяльності та бізнесу;

- впровадження у ПАТ «УЗ» і його ВЗАТ сучасних інструментів та найкращих практик управління, з урахуванням досвіду передових українських і зарубіжних компаній;

- посилення кадрового потенціалу Холдингу.

Висновок. Щоб дати транспорту можливість працювати по-новому, мало створити дирекції і «дочки» – необхідно якомога швидше передивитися нормативну базу, зробити її більш гнучкою, визначити правила гри на ринку транспортних послуг, одним словом, збудувати логістику. Існує необхідність ретельного обрахування та зважування кожного перетворення, для того щоб не втратити стійкість функціонування залізничного транспорту.

При розробці нової структури управління ставиться задача створення оптимальної структури, яка дозволила б увібрати в себе накопичений раніше досвід, виключити недоробки старої системи, поліпшити роботу залізниць, зробити її більш ефективною.

Ключові зміни в системі управління наступні:

- формування корпоративного центру з організаційно-управлінською структурою за сферами управління;

- формування блока управління бізнесом залізничних перевезень;

- формування на базі управління залізницями регіональних центрів корпоративного управління;

- формування вертикалі управління рухом;

- перехід на тривірневу схему управління забезпеченням об'єктів інфраструктури;

- системне завершення виділення підприємств ремонтного комплексу;

- централізація функцій техніко-технологічного розвитку.

Досягнення мети реформування галузі залізничного транспорту планується здійснити за рахунок зміни моделі організації його господарського комплексу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про особливості утворення публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування» від 23 лютого 2012 р. № 4442-VI [Електронний ресурс] – режим доступу <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

2. Державна цільова програма реформування залізничного транспорту на 2010-2019 роки. Затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2009 р. № 1390 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України 26 жовтня 2011 р. № 1106). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
3. Олійник Г.Ю. Реструктуризація залізничного комплексу України: Методологія і практика. Монографія / Г.Ю. Олійник. – К. : Логос, 2011. – 388 с.
4. Порядок проведення технічної інвентаризації об'єктів нерухомого майна та земельних ділянок залізничного транспорту / Науковий керівник Т.І. Лозова. – К. : ДЕТУТ, 2010. – 194 с.
5. Єщенко П.С. / Економічне зростання без розвитку: причини і шляхи інноваційного перетворення економіки / Економіка України. – 2013. – № 10 (623). – С. 4–20.
6. Даниленко А.І. Державна політика стабілізації фінансів підприємств / А.І. Даниленко, В.В. Зимовець та ін. : моногр. (за ред. А.І. Даниленко) – К. : Ін-т екон. та прогноз. НАН України, 2011. – 452 с.
7. Концепція Державної програми реформування залізничного транспорту «схвалено розпорядженням КМУ 27.12.2006 р. № 651-р. [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://www.zakon.com.documents>

УДК 330.34

Переверзєва А.В.

кандидат економічних наук,

*старший викладач кафедри міжнародної економіки та економічної теорії
Запорізького національного університету*

ВПЛИВ БОРГОВОЇ КРИЗИ НА ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стаття присвячена аналізу впливу боргової кризи на людський розвиток у країні в умовах активізації глобалізаційних процесів та економічної нестабільності. Розглянуто теоретичні підходи до поняття «кризи», дуальність її впливу: з одного боку, як позитивний вплив – необхідна умова оновлення і модернізації, а з іншого – негативний вплив – перешкода на шляху соціально-економічного розвитку. Обґрунтовано необхідність координації зусиль всіх країн світу з метою пом'якшення негативних наслідків «боргового кола» та руху за траєкторією зростання.

Ключові слова: «боргове коло», валовий внутрішній продукт, добробут, зовнішній борг, інституційні чинники, індикатор, криза, людський розвиток, прогрес.

Переверзєва А.В. ВЛИЯНИЕ ДОЛГОВОГО КРИЗИСА НА ЧЕЛОВЕЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Статья посвящена анализу влияния долгового кризиса на человеческое развитие страны в условиях активизации глобализационных процессов и экономической нестабильности. Рассмотрены теоретические подходы к понятию «кризис», дуальность его влияния: с одной стороны, как положительное влияние – необходимое условие обновления и модернизации, а с другой – негативное влияние – препятствие на пути социально-экономического развития. Обоснована необходимость координации усилий всех стран мира с целью смягчения негативных последствий «долгового круга» и движения по траектории роста.

Ключевые слова: «долговой круг», валовой внутренний продукт, благосостояние, внешний долг, институциональные факторы, индикатор, кризис, развитие, прогресс.

Pereverzieva A.V. THE INFLUENCE OF THE DEBT CRISIS ON HUMAN DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

The article deals with the analysis of the influence of the debt crisis on human development of the country in conditions of the intensification of globalization and economic instability. There are considered the theoretical approaches to the concept of «crisis», the duality of its influence: on one hand, positive influence is a necessary condition for the renewal and modernization, and, on the other, negative influence – obstacle to socio-economic development. There is proved the necessity of coordination of efforts of all countries to mitigate the negative effects of the «debt circle» and traffic on a growth path.

Keywords: «debt circle», gross domestic product, welfare, external debt, institutional factors, indicator, crisis, development and progress.

Постановка проблеми. В умовах поглиблення глобалізаційних процесів в країнах із розвинутою економікою, та країнах із трансформаційною економікою, в тому числі і Україні, взаємна інтеграція посилюється і набирає все більшої швидкості. Ці процеси стосуються всіх сфер економічної діяльності, в тому числі і ринків капіталів, де відбувається залучення фінансових ресурсів для забезпечення фінансування внутрішніх потреб держави. Серйозну небезпеку для стабільності світової та національної економіки становлять високий і постійно зростаючий рівень державної заборгованості та бюджетних дефіцитів, нестійкість банківської системи, уповільнення темпів економічного зростання країн світу.

У економіках більшості країн світу грошово-кредитна, бюджетно-податкова, валютна та боргова політики держави знаходяться у тісному взаємозв'язку через ринкові механізми та значною мірою визначаються вартістю капіталу. Саме тому залежність національних економік від зовнішніх запозичень все

більше поглиблюється в процесі лібералізації та глобалізації фінансових ринків. Крім того, на сучасному етапі зростає мобільність і масштабність світових потоків капіталу. Внаслідок цього порушується рівновага поточних платіжних балансів, поглиблюється нерівномірність економічного розвитку країн та регіонів, що негативно впливає на людський розвиток.

Актуальність теми зумовлена, насамперед, тим, що надмірне загострення боргових проблем з середини ХХ ст. призвело до формування економіки державного боргу як самостійного напрямку економічної науки. Цей напрямок ще не має достатнього описативного дослідження, статистичного аналізу та визначення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі зацікавленість у дослідженні проблем боргової кризи в країнах з перехідною економікою не викликає сумнівів. Її почали ґрунтовно досліджувати такі вчені, як Б. Айхенґрін, Ч. Виплош, П. Де Грауве, Д. Гросс, Б. Камінецькі, П. Кругман,

М. Мендел, Рогоф Н. Рубіні, Г.-Б. Шеффера та інші [1-4], які розглядали боргову кризу як основне джерело економічних труднощів та загрозу ефективному функціонуванню світової фінансової системи.

Більшість тверджень і висновків економістів ХХ ст. базувалися на економічних працях Дж. Кейнса, Д. Рікардо, А. Сміта, Ф. Фрідмана [8-9], які значну увагу приділяли питанням державного боргу та боргової політики.

Такі вчені, як: В. Диван, К. Калонжи, С. Класен, Б. Локо, М. Млачила, Р. Наллари [9-10] досліджували вплив боргової кризи на добробут населення.

Серед українських науковців варто виділити таких, як: О. Барановський, З. Варналій, Т. Вахненко, В. Геєць, Б. Кваснюк, В. Козюк, Ю. Кравченко, О. Мозговий, Т. Мусієць, Т. Оболенська, Ю. Уманців та ін. [10-14], які вивчали вплив боргової кризи на різні сфери економіки та соціально-економічний розвиток країни.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі впливу боргової кризи на людський розвиток на сучасному етапі розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні економічні реалії переконливо доводять, що економіки країн незалежно від рівня їх розвитку у тій чи іншій мірі є уразливими внаслідок впливу кризових явищ, які з одного боку можуть виступати джерелом оновлення, а з іншого, негативно впливати на соціально-економічний розвиток країни та її конкурентоспроможність. Для визначення впливу кризових явищ на економіку, на нашу думку, доцільно розглянути деякі теоретичні точки зору щодо трактування «кризи». Термін «криза» походить від грецького слова «krisis», що означає рішення з якогось питання чи в сумнівній ситуації; також може означати переломний момент. Кризою в науковій літературі називають глибокий розлад, різкий перелом, період загострення суперечностей у процесі розвитку будь-якої сфери діяльності людини [15, с. 346]. У багатьох економічно розвинутих країнах кризу розглядають як об'єктивно нормальне, навіть позитивне явище, завдяки якому відбувається природний відбір у конкурентному середовищі. Деякі науковці вважають, що це поняття стосується лише процесів макроекономічного розвитку, інші – поєднують зі станом підприємства, дехто з економістів пов'язує кризу з поняттям «ризик» тощо. Світовий досвід свідчить, що криза – це циклічний природний стан економічної організації будь-якого рівня.

Отже, поняття «криза» асоціюється з такими категоріями, як протиріччя, втрата, небезпека, загроза, критичний період, завершення або перелом під час будь-якого процесу тощо. Деякі науковці розуміють кризу як незапланований і небажаний процес, який може істотно завадити подальшому розвитку економіки, інші ж не ототожнюють це поняття з негативними тенденціями, а навпаки, пов'язують із процесами оздоровлення та новими радикальними рішеннями. Підтвердженням цього є слова А. Ейнштейна, який вважав, що криза може стати справжнім благословенням для будь-якої людини і будь-якої країни, оскільки всі кризи ведуть до прогресу [16].

Сучасне визначення поняття криза представлено у словнику Вебстера, який трактує її як «поворотний момент до кращого або гіршого», як період діяльнос-

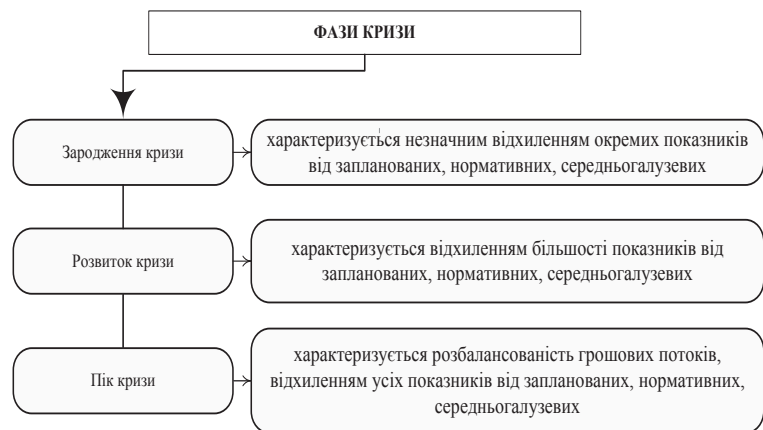


Рис. 1. Фазы (стадії) кризи

ті, що вимагає адекватного рішення [17, с. 85]. Слід зазначити, що криза, як економічне явище має свої фази (рис. 1) [17, с. 90].

На нашу думку, необхідним є дослідження кризи через фази (стадії), оскільки це дозволяє упередити негативні наслідки її впливу на соціально-економічний розвиток країни або підсилити позитивні тенденції. На основі такого аналізу повинна формуватися виважена економічна політика держави, яка дозволить не боротися із негативними наслідками кризи, а спрогнозувати можливість їх появи і упередження.

Як зазначалося нами вище, боргова криза та рівень розвитку країни мають тісний зв'язок, оскільки рівень заборгованості країни визначає її можливість щодо соціально-економічного розвитку, ефективність якого в сучасних умовах можна забезпечити лише через впровадження нових сучасних методів управління та контролю за зовнішньою та внутрішньою заборгованістю в країні. Як правило, для оцінки соціально-економічних наслідків боргової кризи використовують кількісні індикатори, які розраховуються на основі статистичної інформації. Серед них найбільш розповсюдженими є: індикатори боргової безпеки, тобто критерії, що визначають боргове навантаження держави і граничні її межі [18, с. 16]. Для аналізу зовнішнього боргу також прийнято використовувати основні макроекономічні індикатори, такі як ВВП, експорт та цілий ряд інших показників. Основним показником, який характеризує боргову безпеку держави є відношення зовнішнього боргу до ВВП. За Маастрихтським критерієм, зовнішній борг може складати не більше 60% від ВВП, тобто це критичне значення. Перевищення цього критерію стає не просто деструктивним, а навіть небезпечним для економічного розвитку країни в цілому країни та соціального розвитку її населення, зокрема. Але, на протипагу цьому критерію, багато вчених на основі емпіричних досліджень питання встановлюють межу безпеки значно нижче Маастрихтського критерію. Такі науковці, як К. Патилльо, Р. Поирсон і Л. Річчі визначили, що негативний вплив зовнішнього боргу виникає на його рівні 35-40% від ВВП [9]. А. Рейнхард, К. Рогоф і М. Севастьяно визначили, що ризик боргової кризи виникає вже при 15% від ВВП [3].

В Україні практично всі показники суттєво перевищують допустимі значення. На рисунку 2 можна побачити значення динаміки ВВП і валового зовнішнього боргу України за останні п'ять років.

Рисунок 1 наглядно демонструє, що в Україні відношення держборгу до ВВП становить близько 77%, що перевищує допустимі критерії. Крім того,

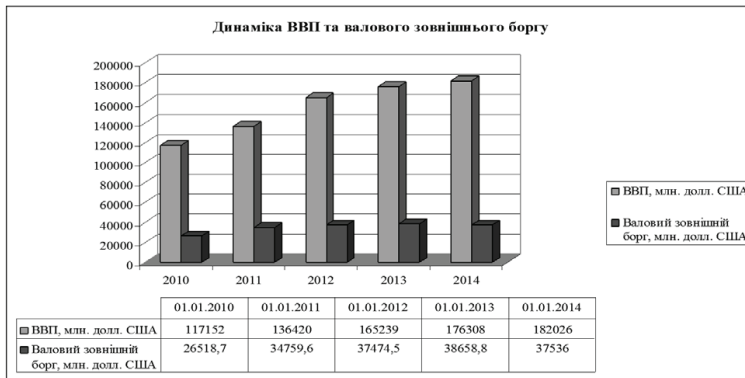


Рис. 2. Показники ВВП та державного боргу України, 2009-2014 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних [19]

Таблиця 1
Взаємозв'язок зовнішнього боргу та людського розвитку країни

Країна	Зовнішній борг, % до ВВП, 2013 р. (**)	ІЛР, 2013 р. (*)	Рейтинг за ІЛР, 2013 р. (*)
Австрія	224,9	0,895	18
Бельгія	33,8	0,897	17
Великобританія	25,1	0,875	26
Угорщина	86,6	0,831	37
Німеччина	177,2	0,920	5
Греція	213,8	0,860	29
Данія	277,7	0,901	15
Ірландія	113,7	0,916	7
Іспанія	164,0	0,885	23
Італія	144,3	0,881	25
Латвія	102,6	0,818	41
Литва	43,8	0,814	44
Люксембург	68,8	0,875	26
Нідерланди	36,0	0,921	4
Польща	44,9	0,821	39
Румунія	46,5	0,786	56
Словенія	95,4	0,892	21
Франція	236,3	0,893	20
Чехія	36,0	0,873	28
Швеція	263,8	0,916	8
Естонія	89,3	0,846	33
Україна	77,3	0,740	78

Складено автором за даними: * [20]; ** [21]

розмір зовнішнього боргу в розрахунку на одного душу населення постійно зростає. Більш того, за розрахунковими даними в Україні на початок 2012 року державний борг на душу населення становив 2763 дол. США, за критичного значення 200 доларів на людину. Посилення боргового навантаження на населення країни негативно впливає на людський розвиток, а саме: на тривалість життя, якість на рівень життя. Доказом цього є дослідження таких вчених, як: С. Класен і В. Диван [8], які виявили вплив зовнішньої заборгованості на рівень добробуту населення, а саме: на рівень і глибину бідності, очікувану тривалість життя при народженні і дитячу смертність. Вчені довели, що високий рівень заборгованості може опосередковано впливати на зниження бідності через інвестиції і економічний підйом. Інша група вчених – Б. Локо, М. Млачила,

Р. Наллари і К. Калонжи [9] – виявили два джерела впливу зовнішнього боргу на добробут населення: перший – так звана концепція інвестування в людину – коли збільшення боргу тягне за собою збільшення витрат на соціальний сектор, і другий, коли відбувається навпаки, і скорочення подальших запозичень призводить до зниження витрат на соціальну сферу. Вони розраховали, що при 20%-му збільшенні коштів на обслуговування боргу на 1% зменшується очікувана тривалість життя при народженні і виникає позитивна кореляція між рівнем смертності та показником боргова завантаження [18, с. 19-20]. У зв'язку із цим, щоб оцінити вплив боргової кризи на окрему країну та рівень життя населення, на нашу думку, доцільно розглянути взаємозв'язок боргових зобов'язань країни та індексу людського

розвитку (ІЛР), який визначає рівень розвитку суспільства в цілому та кожної людини окрема. Тобто цей показник вказує на потенційні та реальні можливості щодо всебічного розвитку особистості в окремій країні. Розглянемо взаємозв'язок обсягу боргових зобов'язань та ІЛР деяких країн світу та України (табл. 1). Статистичні дані таблиці 1 підтверджують існування зв'язку між рівнем заборгованості країни та рівнем людського розвитку.

При цьому цей зв'язок має подвійний характер: з одного боку, високорозвинені країни, які мають значний рівень людського розвитку, є найменш уразливими до рівня зовнішньої заборгованості; а з іншого – чим вище рівень заборгованості, тим менше можливостей має країна для забезпечення необхідного рівня людського розвитку. До того ж, як правило, борг «лягає на плечі» пересічних громадян, і внаслідок цього рівень людського розвитку ще більше знижується.

Таким чином, боргова криза з цієї точки зору відображає здатність/нездатність держави відповідати за своїми зобов'язаннями. В умовах постійного дефіциту коштів бюджету для покриття видатків на соціальне забезпечення населення, призводить до скорочення інвестування позикових коштів у розвиток економіки господарства. Отримані в борг гроші «проїдаються», а не спрямовуються на розвиток і модернізацію. В результаті виникає «коло»: відсутність коштів для повернення боргів змушує вдаватися до нових запозичень.

Незважаючи на негативний вплив зовнішньої заборгованості, існує точка зору що зовнішній борг є чинником економічного зростання. Однак таким він є тільки в умовах його інвестиційної спрямованості. В іншому випадку борг є потужним генератором ризиків для фінансової системи країни і, відповідно, загрозою для соціально-економічного розвитку.

Тому на сучасному етапі розвитку економіки виникає необхідність подолання боргової кризи як для всіх більшості країн світу, так і для України. Можна виділити основні чинники, які визначають успішність протистояння борговій кризі (табл. 2).

У таблиці 2 ці чинники було згруповано наступним чином: політичні, економічні, інституційні. Серед економічних найголовнішими є управління зовнішнім боргом залежно від особливостей національної економіки; відкритість країни, яка визначає більш тісні зовнішньоекономічні зв'язки для залучення інвестицій; вільна конкуренція, що забезпечує доступ до високоякісної продукції.

Таблиця 2
**Чинники, які визначають успішність
 протистояння борговій кризі**

Політичні	Економічні	Інституційні
політична стабільність	управління зовнішнім боргом	менталітет
правове регулювання	відкритість країни	чесність та талант лідерів
політична консолідованість	вільна конкуренція	релігійні традиції
політична виваженість	ринкові механізми	ціннісні орієнтири
політичний компроміс	приваблення інвестицій	культурні цінності

Джерело: складено автором

Безумовно, головним політичним фактором є політична стабільність. Слід підкреслити, що важливим на сучасному етапі є інституційні чинники: менталітет, чесність та талант лідерів, релігійні традиції, ціннісні орієнтири, культурні цінності, які впливають на вибір методів подолання боргової кризи.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження боргової кризи показало, що відсутня єдність серед науковців щодо її впливу на різні аспекти «життєдіяльності» країни. З одного боку, боргова криза є джерелом економічних труднощів та загрозою ефективному функціонуванню економіки, а з іншого – стимулює винахідливість, призводить до відкриттів і вироблення нових стратегій, тобто до прогресу. Емпіричні дослідження показали, що для України виконується перший сценарій, наслідками якого є: зниження рівня добробуту населення, бідність, зниження очікуваної тривалості життя при народженні, високий рівень дитячої смертності.

Слід зазначити, що проблема боргової кризи є не тільки проблемою нашої країни, тому для її вирішення необхідною є координація зусиль усіх провідних країн світу з метою пришвидшення переходу до нової системи світоустрою та зменшення втрат спричинених надмірним рівнем боргових зобов'язань. При цьому важливе значення має формування виваженої політики держави щодо регулювання зовнішніх запозичень та пом'якшення негативних наслідків «боргового кола».

Таким чином, сучасні економічні реалії переконливо довели, що нова політика України щодо зовнішньої заборгованості має формуватися з урахуванням не тільки реалій трансформаційного процесу і особливостей ринкової економіки, а, передусім, виходячи з принципів соціально-економічного розвитку в країні, його цілей і критеріїв оцінки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Eichengreen B. Implications of the Euro's Crisis for International Monetary Reform. [Electronic resource] / B. Eichengreen // Session «A New International Monetary Order?» at the Allied Social Science Associated Meetings, Chicago. – 2012. – January 6. –

Access mode : http://emlab.berkeley.edu/~eichengr/Implications_Euro_JrnPolModel_2012.pdf.

2. Krugman P. European Crisis Realities. The opinion Pages / P. Krugman // The New-York Times. – 2012. – February, 25. – Access mode : <http://www.nytimes.com/2012/07/02/opinion/krugman-europes-great-illusion.html>.
3. Reinhart M. Debt Overhangs: Past and Present [Electronic resource] / M. Reinhart, R. Reinhart, S. Rogoff // Preliminary Draft. – 2012. – April 15. – Access mode : http://www.economics.harvard.edu/faculty/rogooff/files/Debt_Overhangs.pdf.
4. Schafer H.-B. The Sovereign Debt Crisis in Europe, Save Banks Not States [Electronic resource] / H.-B. Schafer // Social Science Research Network – Working paper. – 2012. – May 1. – Access mode : <http://ssrn.com/abstract=2049299>.
5. Кейнс Дж. М. Загальна теорія зайнятості, проценту і грошей / Дж. М. Кейнс. – К. : Барви, 1998. – 210 с.
6. Смит А. Исследование природы и причин богатства народов / А. Смит. – М. : Социально – экономическая литература, 1962. – 684 с.
7. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо. – М. : Политическая литература, 1955. – 360 с.
8. Claessens S., Diwan I. Liquidity, Debt Relief, and Conditionality. In: I. Husain and I. Diwan (eds.). Dealing with the Debt Crisis. – Washington, World Bank, 1989. – P. 213–225.
9. Loko B. The Impact of External Indebtedness on Poverty in Low-Income Countries / B. Loko, M. Mlachila, R. Nallari, K. Kalonji. – Washington, IMF. «Working Paper». – 2003. – № 3. – P. 1–72.
10. Варналій З.С. Конкуренентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення / З.С. Варналій, О.П. Гармашова. – К. : Знання України, 2013. – 387 с.
11. Вахненко Т.П. Фінансова криза в Україні: фактори, механізми, дії, заходи подолання. // Фінанси України. – 2008. – № 10. – С. 3–21.
12. Геєць В.М. Вихід з кризи (роздуми над актуальним у зв'язку з прочитаним) / В.М. Геєць, А.А. Гриценко // Економіка України. – 2013. – № 6 (419). – С. 4–19.
13. Козюк В. Посткризова глобальна монетарна нестабільність [Електронний ресурс] / В. Козюк. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/je/ua/2011_3/je-3-ua/01_K_ua.pdf.
14. Уманців Ю.М. Глобальні фінансові виклики: світовий досвід та українські землі / Ю.М. Уманців // Фінанси України. – 2009. – № 1. – С. 73–85.
15. Экономическая энциклопедия / Под ред. Л.И. Абалкина. – М. : Экономика, 1999. – 1055 с.
16. Eichengreen B. Implications of the Euro's Crisis for International Monetary Reform. [Electronic resource] / B. Eichengreen // Session «A New International Monetary Order?» at the Allied Social Science Associated Meetings, Chicago. – 2012. – January 6. – Access mode : http://emlab.berkeley.edu/~eichengr/Implications_Euro_JrnPolModel_2012.pdf.
17. Топій І.І. Теоретичний підхід до трактування поняття «криза» та виокремлення притаманних їй особливостей / І.І. Топій, І.Ю. Кондрат // Економічний простір. – 2013. – № 73. – С. 84–91.
18. Флейчук М. Влияние внешних заимствований на социально-экономическое развитие посттрансформационных стран / М. Флейчук, Р. Андрусив // Экономика Украины. – 2012. – № 1. – С. 16–20.
19. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua> (дата звернення 23.03.2014). – Назва з екрану.
20. Human Development report 2013 / Unated Nations development programme. – [Electronic Resource]. – Access Mode: <http://hdr.undp.org/en/2013-report>.
21. Статистична база даних центрального розвідувального управління США (ЦРУ) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.cia.gov/> (дата звернення 22.03.2013). – Назва з екрану.



УДК 657.1:075.8

Петриченко П.А.

кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления и экономики туризма
Одесского национального экономического университета

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ КЛИЕНТОВ

Статья посвящена проблемам создания эффективных моделей управления впечатлениями клиентов как ключевых факторов, которые способствуют развитию бизнеса в сфере, прежде всего, услуг. Приводится эволюция маркетинговых подходов, которые рассматриваются с точки зрения ориентации на клиента. Определено, что является приоритетным для каждого подхода. Выполнен сравнительный анализ моделей управления впечатлениями клиентов.

Ключевые слова: модели, клиенты, впечатления, управление, маркетинговые подходы.

Петриченко П.А. СУЧАСНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ВРАЖЕННЯМИ КЛІЄНТІВ

Стаття присвячена проблемам створення ефективних моделей управління враженнями клієнтів як ключових факторів, які сприяють розвитку бізнесу в сфері, насамперед, послуг. Наводиться еволюція маркетингових підходів, які розглядаються з точки зору орієнтації на клієнта. Визначено, що є пріоритетним для кожного підходу. Виконано порівняльний аналіз моделей управління враженнями клієнтів.

Ключові слова: моделі, клієнти, враження, управління, маркетингові підходи.

Petrychenko P.A. CONTEMPORARY MODELS OF CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Article is devoted to the creation of effective management models impressions customers as the key factors that contribute to the development of business in the area, especially services. We present the evolution of marketing approaches, which considered from the perspective of customer orientation. Determined that a priority for each approach. A comparative analysis of management models impressions customers.

Keywords: models, customers, experience, management, marketing approaches.

Постановка проблемы. Согласно многочисленным исследованиям основным препятствием для достижения бизнес-результатов большинства туристических компаний является отсутствие эффективных моделей управления впечатлениями клиентов. Комфортное взаимодействие с туристическими компаниями формирует у клиентов позитивное поведение, т. е. желание оставаться лояльным, продолжать покупать ее товары и услуги и рекомендовать ее знакомым. Путешественники все чаще становятся сторонником слогана: «Мир делится на туристов и тех, кто на них работает». Эффективные руководители используют современные технологии для улучшения впечатлений клиентов и считают их ключевыми факторами, которые способствуют развитию бизнеса.

Анализ последних исследований и публикаций. В настоящее время появляется все больше работ ученых и специалистов, изучающих проблемы менеджмента впечатлений предприятий сферы услуг, уделяют внимание повышению ценности услуг и товаров для клиента. Среди них следует отметить разработки Л. Гански [1], Ф. Котлера [2], К. Прахалада, В. Рамасвами [3-4], К. Вроцоса, Д. Роджерса, Б. Шмідта [5], Л. Хансейкер [6] и других. Так, Л. Гански считает, что любая коммерческая деятельность построена на платформе совместной деятельности. К. Прахалад и В. Рамасвами изучали подходы к формированию ситуации, в которой получают опыт, позволяющей фирме предоставлять миллионам клиентов на выбор множество различных видов впечатлений от совместного создания ценности. К. Вроцос, Б. Шмідт предложили целостный маркетинговый подход: от функциональных особенностей и достоинств товара – к дифференциации бренда. Ф. Котлер развивает идею использования компаниями концепцию впечатлений клиентов.

Постановка задачи. Цель статьи заключается в выявлении новой маркетинговой парадигмы – управления впечатлениями клиентов, систематизации основных маркетинговых подходов и моделей управления впечатлениями.

Изложение основного материала исследования.

В 1990-х годах прошлого столетия руководители многих туристических компаний осознали, насколько важно для них сместить акценты и внимание с продажи продуктов и услуг на клиентов и рынок. Такую маркетинговую концепцию четко сформулировал Филипп Котлер: «Ключом к достижению организационных целей является установление потребностей и желаний целевых рынков и предоставление им желаемого эффективнее, чем это делают конкуренты» [2].

Можно выделить следующие современные маркетинговые подходы [7-8]:

1. Подход, связанный с формированием лояльности клиентов.
2. Подход к дифференциации товаров и услуг.
3. Подход, связанный с управлением впечатлениями клиента.

Первый из подходов, декларирующий ориентацию на клиента, называется «удовлетворенность клиента» (Customer Satisfaction), которая способствует появлению лояльности. Цель такого подхода – достичь такого результата, чтобы покупатель или клиент ушел из гостиницы, ресторана, фирмы и т.д. полностью удовлетворенным. Для достижения этой цели характеристики продукта или качество услуг должны соответствовать ожиданиям клиента, т.е. приоритетным оказывается продукт, услуга, а не клиент. Однако совершенно не учитывается то, как чувствует себя покупатель, используя приобретенный продукт, какие ассоциации или эмоции вызывают у него покупка или предлагаемый сервис. При таком подходе модель удовлетворенности клиента сосредоточена, прежде всего, на функциональности продукции, а не на переживаниях покупателя.

Подход к дифференциации использует маркетинговую идею под названием CRM (Customer Relationship Management) – управление отношениями с клиентами, также показывающую свою направленность на клиента. Суть подхода состоит в том в том, что CRM сосре-

доточивается на информации о последовательности совершения покупок, которая важна для туристического предприятия и помогает сформировать модель поведения покупателя. Этот подход в основном сконцентрирован на функциональных потребностях клиента. При таком подходе производится проста регистрация данных, а приоритетным являются потребности клиента.

Новый подход декларирует серьезное отношение к клиенту, учитывает не только функциональность продукта, но и все то, что добавляет ценность во время принятия решения клиентом, процесса совершения покупки и непосредственно использования приобретенного продукта или услуги. Этот подход называется «управление впечатлениями клиента» – СЕМ (Customer experience management). Приоритетным для данного подхода являются мнения и впечатления клиентов. Потребительский краудсорсинг и сотворчество (co-creation) – это тенденции последнего времени и основа нового подхода [4].

Теоретически концепцию управления впечатлениями клиента (СЕМ – Customer Experience Management или СХ – Customer Experience) обосновали К. Прахалад и В. Рамасвами [3-4]. Они изучили подходы к формированию ситуации, в которой получают опыт, способы создания структуры, позволяющей фирме предоставлять клиентам на выбор множество различных видов впечатлений от совместного создания ценности. В их трудах отмечалось, что для формирования нового опыта необходимо создавать ситуации, обеспечивающие накопление впечатлений клиентов, различающихся потребностями и условиями жизни, а также обеспечить разнообразные способы взаимодействия клиентов с фирмой, включая потребительские сообщества.

Большинство маркетологов определяют управление впечатлениями или эмоциональным опытом клиентов как реакцию на критику, информацию, жалобы и предложения по улучшению впечатления, производимого товарами и услугами, поступающая непосредственно от клиентов. Люди готовы платить больше за уникальные впечатления, переживания и эмоции. Руководящий принцип современных туристических компаний – не просто удовлетворять клиентов, но восхищать их. Мысли, чувства, нужды и клиентский опыт абонентов должны стать драйвером туристических компаний.

Б. Шмитт придерживается такой точки зрения, что СЕМ – это концепция клиентоориентированного менеджмента, а не маркетинга, идея удовлетворенности от процесса, а не только от результата [5]. По его мнению, управление эмоциями клиентов представляет собой новую парадигму, демонстрирующую радикальный перелом в маркетинговых и управленческих подходах, предлагающую аналитический и творческий взгляд на мир потребителя, стратегические инструменты для формирования этого мира и механизмы, которые помогают компаниям увеличить ценность для своих клиентов.

Ф. Котлер в своей книге «300 ключевых вопросов маркетинга» приводит много примеров того, как компании используют впечатления клиентов [2]. Добавим еще один пример. В 2014 г. в Ибисе открылся самый дорогой в мире ресторан, под названием «Sublimotion». Ужин в заведении задуман как спектакль. Все заказанные блюда подплывают к гостям по воздуху и останавливаются точно над серединой стола. Подача блюд сопровождается ароматическими композициями, а официанты переодеваются 20 раз за вечер. Продолжается такой гастрономический перформанс 2,5 часа.

В настоящее время существуют множество моделей формирования и управления впечатлениями, которые подчеркивают роль образцов поведения, предполагают, что когда создается суждения о других людях, то фиксируются примеры их поведения, а суждения и впечатления основываются на них. Характер впечатления может меняться, если накапливается больше информации о клиенте. Первое впечатление складывается первоначально на основе конкретных образцов поведения; позже, когда накапливается опыт общения с клиентом, то впечатление состоит уже большей частью из ментальных абстракций, полученных в результате наблюдения за его поведением.

В качестве инновационных подходов к обслуживанию клиентов О.Е. Никонова и Л.З. Алиакберова предлагают такие модели, как [9]:

1. Обработки жалоб.
2. Восстановления сервиса.

Модель «обработки жалоб» предусматривает, что при поступлении определенной жалобы проблема клиента решается, но из этого процесса не извлекается никакого урока, в результате чего такие же проблемы появляются снова и снова. Модель «восстановления сервиса» характерна для клиентоориентированных организаций, в рамках которой звонок клиента является поводом повысить его удовлетворенность, а также привнести изменения в процессы компании, чтобы избежать повторения ситуации.

Б. Шмитт предложил модель управления впечатлениями клиентов, включающую 5 шагов:

- анализ эмоционального мира клиента;
- построение эмпирической платформы;
- формирование впечатлений от бренда;
- разработка интерфейса клиентов;
- постоянные инновации.

На наш взгляд, применение модели управления впечатлениями клиентов, предложенной Б. Шмиттом, может помочь при решении самых разных проблем туристических компаний, как связанных с клиентами, так и, на первый взгляд, не имеющих с ними ничего общего.

Аналитики компании Forrester Research, Inc., проводившие опрос 25-ти крупнейших фирм, включая Microsoft, Royal Bank of Canada, Umpqua Bank, United Airlines, Wells Fargo по проблемам управления опытом клиентов, разработали модель дифференциации, основанной на опыте (Experience-Based Differentiation – EBD) [10]. Модель описывает 5 уровней развития компании в процессе управления опытом своих клиентов:

- 1 – опыт клиентов является важным для компании, но руководство компании выделяет незначительные инвестиции для управления им;
- 2 – опыт клиентов признается очень важным и разрабатываются соответствующие программы его накопления;
- 3 – опыт клиентов является критически значимым, и менеджеры активно занимаются преобразованием компании;
- 4 – опыт клиентов является ключевым моментом стратегии компании;
- 5 – опыт клиентов является основой деятельности и неотъемлемым элементом организации взаимоотношений компании со своими клиентами [10].

Для того, чтобы впечатления клиента приносили фирме экономический результат, по мнению Линн Хансейкер (Lynn Hunsaker), при создании модели необходимо учитывать следующее [10]:

1. Так как доходы предприятия формируются от клиентов, то необходимо учитывать мнение клиента,

как один из первых блоков модели управления впечатлениями клиентов, который можно назвать «голос или мнение клиента». Современный клиент воспринимает свойства и преимущества, качество продукта и позитивный имидж предприятия как должное. Чего он действительно ожидает, так это того, чтобы услуги, коммуникации и предприятия волновали его чувства, трогали душу. Клиент ожидает таких продуктов, которые характеризовали бы его позитивно и «вписывались» в его стиль жизни. Способность предприятия вызвать в человеке желаемые впечатления определять ее успех на глобальном рынке.

2. Сбор и интерпретация данных становится ценным ресурсом, и если количественно оценить значение этих отношений, то компания будет оснащена необходимыми знаниями и мотивацией, чтобы регулировать поведение с клиентами для достижения успеха. Поэтому второй блок модели можно назвать «интеллект клиентов и их жизненный цикл». Исследования показали, что одна из самых больших проблем, которая близка большинству клиентов, – это потребность в самовыражении, самоутверждении, то есть каждый хочет быть значимым. При создании брендов сегодня крайне необходимо учитывать желание потребителей выразить свои эмоции, быть значимыми в глазах других. Бренд производит на окружающих сильное впечатление, он вызывает у них эмоции, покупатель потребляет бренд, показывая окружающим, что разделяет те эмоции и впечатления, которые передает этот бренд. Иными словами, необходимо создавать бренды, которые становятся частью *lifestyle* потребителей и помогают им самоутвердиться в глазах других. Приверженность и творчество клиентов позволит компании реализовать инновации для достижения коллективного успеха, что позволит сформировать блок «усовершенствование и инновации».

3. Для сохранения благополучия компании необходимо учитывать потребности клиентов и проводить своевременные изменения в нужном месте в нужное время, чтобы предоставить для них лучшие возможности. Этот блок называется «клиентоориентированность».

4. Целесообразно сосредоточиться на создании соответствующих команд в компании и активно координировать их работу для достижения лучших результатов. Это сформирует блок под названием «внутренний брендинг».

5. Необходимо внедрять философию, что вся компания – это единственный «отдел маркетинга». Не разделяя работников на «маркетологов» и «не-маркетологов», надо в то же время думать о таких вещах, как глобальное единство и неделимость компании. Организация в идеале должна действовать как единый организм, не только большой «единый отдел маркетинга», но и «финансовый отдел» или «отдел контроля качества» и т.д. Если сотрудник выполняет только свои непосредственные обязанности, он уже не является конкурентоспособным в широком смысле этого слова. Компания должна внедрить философию, что она – единственная, которая умеет создавать впечатление, следить за затратами или качеством продукции. Только тогда бренд будет не просто объектом, занимающее определенное место на полке компании. Бренд должен занять место в мозгах потребителей, которые будут с гордостью говорить, что они заплатили за этот товар или услугу немалые деньги. Для этого бренд должен не просто представлять товар. Он должен удивлять и поражать, конечно, позитивно.

6. Необходимо продумать политику коммуникаций, чтобы оповестить заинтересованные стороны о возможностях компании и о тех товарах и услугах, которые намерены предоставить клиентам. Этот блок называется «брендинг».

Именно такая последовательность действий в модели позволит туристической компании достичь устойчивого положения на рынке и завоевать лояльность клиентов. Следует подчеркнуть также, что устойчивые результаты можно ожидать при перманентном использовании модели. Кроме того, попытки игнорировать любой из блоков может привести к неэффективному использованию ресурсов, недоверию клиентов, неоптимальной рентабельности и, в лучшем случае, кратковременному росту выручки.

Таким образом, для получения удовлетворительных бизнес-результатов необходимо разработать стратегию СЕМ с основными блоками:

1. Голос клиентов.
2. Разведка клиентов и определение значения жизненного цикла клиентов.
3. Улучшение обслуживания клиентов и инновации.
4. Клиент-ориентированная дорожная карта.
5. Внутренний брендинг.
6. Внешний брендинг.

Перечисленные 6 факторов успеха имеют существенные связи с финансовыми результатами и опытом управления клиентами. Они предполагают следующее:

1. Осуществлять координация между руководителями различных уровней СЕМ.
2. Улучшать СЕМ как детерминанту корпоративной стратегии.
3. Знакомить всем работникам с информацией по СЕМ.
4. Рассчитать значение жизненного цикла клиентов.
5. Поощрять межфункциональное СЕМ сотрудничество.

Л. Гански предложила *mesh*-модель, то есть сеть, управляющая транзакциями совместного пользования, которая позволяет расширить возможности роста по сравнению с теми компаниями, которые продают производимый продукт один раз одному покупателю. Благодаря применению передовых информационных систем *mesh*-модель позволяет более эффективно использовать и физические активы. Использование такой модели положительно отражается на прибылях. Потребители пожинают плоды в виде заметного улучшения сервиса, более широкого выбора продуктов и услуг и более низких издержек [1].

У *mesh*-компаний имеются все необходимые средства для того, чтобы обеспечить высокий уровень индивидуального обслуживания участнику *mesh*-сети. Если клиент начинает пользоваться услугами *mesh*-компаний, то он предоставляет информацию о своих потребностях, ожиданиях и желаниях и такую же информацию о некоторых своих друзьях и коллегах. *Mesh*-компании используют эти сведения для того, чтобы обеспечивать личные транзакции, порождающие «чувство любви». Основываясь на эти данных, *mesh*-компании могут формировать микробразцы предложений для отдельных клиентов или мелких сегментов, которые практически не обслуживаются другими компаниями. Следует отметить, что в условиях усиливающейся конкуренции ожидания клиентов растут быстрыми темпами. Та информация, которую клиент может предоставить *mesh*-компаниям, а также ее способность вступать в партнерства с други-

ми фирмами дают лучшее понимание того, кто является клиентом и что ему необходимо.

Таким образом, успешная реализация mesh-модели состоит в том, что клиенты знают, что компания внимательна к ним и каждое взаимодействие предоставляет им очередной шанс получить великолепный сервис и укрепить доверие к фирме. Клиенты, которые полагаются на услуги компании, должны знать главное – то, что компания выполнит свое обещание. Первый, минимальный уровень доверия строится на надежности и удовлетворении ожиданий, как явных, основанных на обязательствах компании, так и скрытых.

Для многих клиентов создание атмосферы доверия начинается с первого пробного шага. Иногда предложение mesh-компаний является чем-то незнакомым и непривычным. Чтобы преодолеть потенциальное нерасположение или неготовность клиентов к новому, компании могут предложить привлекательные варианты тестирования, что может стать первым шагом к завоеванию нового клиента. К примеру, дегустация новых продуктов в магазинах, проводится с одной целью – убедить скептиков. Надо учитывать, что клиенты попробуют воспользоваться услугами mesh-компаний тогда, когда им будет удобно, а не в условиях срочной необходимости.

Старая стратегия, когда компании тщательно продумывали свои бренды и предложения и затем выводили их на рынок, больше не работает. Доверие имеет социальную природу, это делает любой бизнес социальным, поэтому mesh-компания гиперсоциальны. Если в основе бизнеса лежит совместное пользование, компания должна быть внимательна к развивающимся потребностям и предпочтениям отдельных клиентов. Даже после того, как доверие завоевано, mesh-компания при каждом последующем взаимодействии должны завоевывать и поддерживать лояльность клиентов. Mesh-компания должны собирать данные из всех доступных источников, необходимо, чтобы их сотрудники держали руку на пульсе рынка и оперативно выявляли любые возможности для того, чтобы предлагаемые ими бренд и продукты оставались актуальными и восхищали клиентов. Такие компании создают прочные сети доверия.

Следует учесть, что обратная связь и реальные впечатления и истории из жизни клиентов очень убедительны и распространяются далеко и быстро. Они гораздо эффективнее, чем распространяемые рекламные слоганы и действия кампании по связям с общественностью. В сегодняшнем мире то, что люди говорят о фирме, ее продуктах и услугах, в перманентном режиме переопределяют бренд. Интегрированные решения позволяют оптимизировать затраты на рутинные действия и перенаправить освободившиеся ресурсы в инновации и генерацию новых интересных идей по взаимодействию с потребителем, что, в свою очередь, позитивно влияет на финансовые показатели, лояльность и прибыль.

При формировании модели управления впечатлениями клиентов необходимо учитывать такие цели, как удержание клиентов, формирование их лояльности, повышение качества обслуживания и дифференциация в обслуживании клиентов. Рассмотрим природу этих целей [11].

Удержание потребителей (продолжительность отношений) и лояльность (доля бюджета, рекомендации) являются результатами, которые не могут возникнуть без соответствующих маркетинговых действий, кроме как с краткосрочными всплесками.

Хорошего обслуживания легче добиться, если про-

цедура устранения недостатков внешне и внутренне была бы усовершенствована, позволяя сотрудникам первой линии сосредоточиться на возможности добавить стоимость, а не решению возникших текущих проблем.

Дифференциация при обслуживании клиентов была бы реальной, если бы была разработана методология учета мнений клиентов с целью проведения необходимых преобразований в фирме.

Интеллект клиентов должен быть интегрирован во все источники данных для формирования целостной картины потребностей клиентов. Каждой фирме должна быть присуща тенденция к накоплению знаний о клиентах и стремление к инновационному качеству их обслуживания.

Выводы из проведенного исследования. Таким образом, использование впечатлений клиентов позволяет создать следующую цепочку трансформаций: первоначально у клиента появляются некоторые ожидания, которые приводят в соответствующим впечатлениям. На основании впечатлений строится персональный эмоциональный контакт менеджера с клиентом. На основании эмоционального контакта возникает доверие между менеджером и клиентом и собственно наличие этого доверия приводит к успеху на фирме.

По нашему мнению, совершенствование управлением туристическим продуктом и услугой должно учитывать ментальность отечественных потребителей и базироваться на концепции управления впечатлениями клиента, охватывающий как функциональность продукта, так и дополнительные ценности нематериального характера. Управление эмоциями клиентов должно стать креативной парадигмой, которая представляет радикальный перелом в управленческих подходах, предлагая аналитический и творческий взгляд на мировоззрение клиента, стратегические инструменты для формирования туристического продукта в направлении увеличения его ценности для клиентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Гански Л. Mesh-модель: Почему будущее бизнеса – в платформах совместного пользования / Л.М. Гански. – М.: Альпина Паблшер 2011. – 258 с.
2. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга / Ф. Котлер. – Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2006.
3. Прахалад К. Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителем. / К. Прахалад, В. Рамасвами. – М.: Олимп-бизнес, 2006. – 378 с.
4. Прахалад К., Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителем. / К. Прахалад, М. Кришнан. – М.: Альпина Паблшер, 2012. – 287 с.
5. Шмидт Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – Пер. с англ. Н.А. Литвинской; М.: Вильямс, 2005. – 400 с.
6. Hunsaker L. Model for Customer Experience Management Strategy [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://clearactioncx.com/model-customer-experience-management-strategy>.
7. Петриченко П.А. Взаимоотношения в сфере услуг: концептуальное понимание и измерение взаимных преимуществ / П.А. Петриченко // Электронное видання з економіки «Ефективна економіка». – № 7, липень 2013.
8. Петриченко П.А. Генезис маркетингу взаємин: теорії, школи та моделі / П.А. Петриченко // Наука й економіка. Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. Випуск 1 (33), 2014. – С. 82–89.
9. Никонова О.Е., Алиакберова Л.З. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ БАНКА / [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://old.tisbi.org/science/vestnik/2011/issue3/Nikonova.pdfBruce>.
10. Temkin D. The Customer Experience Journey. – Официальный



сайт компанії «Adobe», 2008. – [Електронний ресурс]: – Режим доступу : <http://www.adobe.com/enterprise/pdfs/customer-experience-journey.pdf>.

11. Gartner: технології управління впечатлениями клієнтів

становляться пріоритетом ІТ-директорів : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ko.com.ua/gartner_tehnologii_upravleniya_vpechatleniyami_klientov_stanovyatsya_prioritetom_it-direktorov_62941.

УДК 330.34.01:338.43 (477)

Плотнікова М.Ф.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту інвестиційної діяльності

Житомирського національного агроекологічного університету

ЕВОЛЮЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Стаття призначена визначенню основних організаційно-економічних засад формування еволюційно-інноваційного характеру сільського розвитку в Україні. Автором ідентифіковано причини відставання розвитку сільських поселень. Стаття описує виявлені напрями оптимізації регіональної підтримки сільськогосподарської кооперації й інтеграції у суспільно-економічну систему.

Ключові слова: органічне виробництво, ринок, розвиток, сільський розвиток, енергозберігаючі технології.

Plotnikova M.F. ЭВОЛЮЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЙ ХАРАКТЕР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Статья посвящена определению основных организационно-экономических основ формирования эволюционно-инновационного характера сельского развития в Украине. Автором идентифицированы причины отставания развития сельских поселений. Статья описывает выявленные направления оптимизации региональной поддержки сельскохозяйственной кооперации и интеграции в общественно-экономическую систему.

Ключевые слова: органическое производство, рынок, развитие, сельское развитие, энергосберегающие технологии.

Plotnikova M.F. EVOLUTIONARILY-INNOVATIVE RURAL DEVELOPMENT

Article defines the basic organizational and economic basis for the formation of evolutionary and innovative of rural development in Ukraine. It also identifies the reasons for the lag development of rural settlements and identifies directions for optimizing the regional support agricultural cooperation and integration in the socio-economic system.

Keywords: organic production, market development, rural development, energy-saving technologies.

Постановка проблеми. Зростаючі потреби у продовольчих, водних, енергетичних та інших ресурсах визначають напрям структурних деформацій як на державному, так і на регіональному рівні. Відносини на сільських територіях, зокрема земельні, енергозабезпечення, безвідходного виробництва, біотехнологій є визначальними для життя суспільства і передумовою геополітичної стабільності в державі.

Виробництво у специфічних природно-кліматичних умовах здійснюється на фоні низького рівня інвестиційної активності на територіях сільських населених пунктів та суміжних секторів економіки, фізичного та морального старіння інфраструктури, втратами матеріальних та людських ресурсів. Посилення соціальної напруженості залишає потенціал сектору нереалізованим. Продовження економічного спаду в аграрному секторі супроводжується процесами зменшення частки банківського кредитування у ВВП, державних капіталовкладень, надходжень від податків, накопичення внутрішнього та зовнішнього боргу, збільшення обсягів неплатежів, рівня тіньової економіки, прихованого безробіття, неможливістю держави виконувати свої соціальні зобов'язання, відсутністю ефективних процедур захисту прав власника, слабкою дисципліною виконання законодавчих актів, що спонукають до виходу з наявної ситуації. Недостатній рівень фінансування формує традиційно складні умови розбудови закладів соціальної інфраструктури та культурно-дозвільного комплексу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній та зарубіжній економічній науці питанням вирішення соціально-економічних проблем розвитку сільських територій, формуванню нових умов

господарювання й відродженню окремих сфер та галузей агропромислового сектору присвячені роботи В.Г. Андрійчука, О.М. Бородіної, В.Л. Валентинова, Т.О. Зінчук, М.В. Зубця, Н.О. Куровської, Н.М.Кущмус, М.М. Лук'янової, А.С. Малиновського, В.М. Микитюка, Н.М. Міщенко, О.М. Могильного, М.К. Орлатого, О.Л. Попової, І.В. Прокопи, О.В. Риківської, В.П. Рябоконя, П.Т. Саблука, О.В. Скидана, О.М. Шпичака, В.В. Юрчишина, В.Д. Ярового, О.М. Яценко та інших. Проблеми інвестиційного розвитку агропромислового сектору в контексті формування стійких тенденцій до зростання економічного добробуту в галузі аналізують у своїх працях І.О. Бланк, П.І. Гайдучський, М.І. Кісіль, М.Ю. Коденська, Г.В. Козаченко, О.В. Кристальний, Т.В. Майорова, М.Й. Малік, А.С. Музиченько, В.С. Уланчук, В.Г. Федоренко, А.В. Череп та інші. Враховуючи недостатню теоретичну розробку зазначеної проблеми та відсутність організаційно-економічних умов формування сільських територій на засадах соціально-екологічного їх відродження та синергетичного розвитку, обрано тему дослідження.

Постановка завдання. Мета статті розкрити напрями та перспективи енергозберігаючої виробничої та суспільно-економічної діяльності на сільських територіях з метою оптимізації їх розвитку. Матеріали досліджень сформовані на основі припущення про поступове подолання негативних наслідків перехідної економіки через виявлення необхідності розвитку соціально-економічних систем на новій методологічній основі. Дослідженнями встановлено, що багатofункціональний розвиток сільських територій знижує енергомісткість виробництва, соціально-еко-

номічну напруженість, сприяє зміцненню економіко-політичних позицій України на світовій арені, відродженню національної, історико-культурної традиції, формуванню економічної й продовольчої безпеки держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Системні зрушення в структурі населення на користь зростання чисельності міських жителів України спричиняє зростання споживання енергетичних і матеріальних ресурсів, супроводжуються динамічними змінами у сферах енерго-, водо- та газопостачання, гігієні, санітарії, освіти та охорони здоров'я та інших. Зростання потреби у прісній воді становить 0,5-2% щорічно й значною мірою пов'язане з ростом добробуту, аналогічні тенденції складаються й щодо інших споживчих ресурсів. Останнє є причинами соціального напруження. Вирішення нагальних проблем скорочення виробництва відходів є пріоритетним напрямом як окремих галузевих дослідників, так і всієї світової спільноти, що відмічено на щорічній сесії Економічної і Соціальної Ради ООН в Женеві. Відтік населення (переважно молоді) у міста супроводжується появою проблем забезпечення житлом, в той же час саме міста є джерелами найбільшої кількості відходів. Великі міста споживають значно більше води, їжі й палива й викидають в атмосферу велику кількість газоподібних, рідких та твердих відходів. Скупчення великої кількості людей на невеликій площі справляє значний тиск на земну кору, викликаючи зміщення її шарів, мікроземлетруси. Втручання людей в природні процеси сприяє зрушенням у режимах ґрунтових та поверхневих вод, структурі ґрунту, зміні мікроклімату.

Динамічний характер сільського розвитку і «розвитку», зокрема як економічної категорії, знайшов своє широке відображення в працях багатьох дослідників. Широкий спектр трактування понять «ріст», «розвиток», «саморозвиток», «еволюція» змушує до постійного пошуку єдиного методологічного підходу його розуміння, що наведено у таблиці 1.

Спільною ознакою такого бачення є динамічний характер категорій, що визначають якісну зміну стану об'єкта, його якісних характеристик та функціонування під впливом внутрішніх та/або зовнішніх чинників з плином часу [1, с. 282; 2, с. 65]. «Розвиток – необоротна, спрямована, закономірна зміна матеріальних і ідеальних об'єктів. Тільки одно-

часна наявність всіх трьох зазначених властивостей виділяє процеси розвитку серед інших змін: оборотність змін характеризує процеси функціонування (циклічне відтворення постійної системи функцій); відсутність закономірності характерно для випадкових процесів катастрофічного типу; при відсутності спрямованості зміни не можуть накопичуватися, і тому процес втрачає характерної для розвитку єдиної, внутрішньо взаємозалежної лінії. У результаті розвитку виникає новий якісний стан об'єкта, що виступає як зміна його складу або структури (тобто виникнення, трансформація або зникнення його елементів або зв'язків)» [1, с. 283].

Еволюція, як одна з форм розвитку, являє собою процес поступальної, плавної якісної зміни, наприклад, природних процесів засобами мутації, природного відбору (в тому числі адаптації, мінливості й спадковості) та випадкових генетичних відхилень (дрейф генів та їх горизонтальне перенесення) є протилежністю революції – швидкої стрибкоподібної якісної зміни. Основними причинами таких змін часто є внутрішні та / чи зовнішні протиріччя між функцією, метою системи і її структурою, цілями системи та її компонентів; потребами системи й можливістю їх задоволення; змінюваною кількістю та якісним наповненням; самоорганізацією та хаосом; «старим і новим»; стійкістю і чутливістю до зовнішніх змін, посилення яких викликає нестійкість [2, с. 67-68].

Аналогічні протиріччя виникають територіальних утворень виникають як на мікро- (окрема родова садиба, поселення), мезо- (регіон), макро- (країна, над державні системи), так і глобальному рівнях (планетарне й міжпланетарне формування). Здатність до адаптації, гнучкість системи сприяє послідовній зміні її структури й узгодженому функціонуванню її елементів. Посилення позитивних впливів на систему та зниження негативних наслідків протиріч забезпечується просторовою кооперацією зв'язків і компонентів й впорядкування системи, організованої взаємодії частин цілого, їх послідовного гармонізованого удосконалення.

Сільські поселення як самоорганізовані відкриті системи забезпечені енергією, речовиною та інформацією, чії компоненти (фізичні та юридичні особи, представники державної влади та місцевого саморегулювання) узгоджено взаємодіють на засадах кооперації, динамічно розвиваються змінюючи свій склад,

Таблиця 1

Теоретико-методологічні особливості функціонування систем

Ознака	Поняття		
	«ріст» (антонім – скорочення)	«розвиток» (антонім – деградація)	«відродження» (антонім – занепад)
Характер зміни	кількісний (збільшення)	якісний (конструктивний, наприклад стає відкритою)	якісний (повернення до нормативу, оптимуму)
Характер функціонування	висхідний (розширення)	висхідний (прогрес)	висхідний (відновлення, піднесення)
Форма	самоорганізований / фазовий перехід	еволюційний (поступові зміни) / революційний (різкі кардинальні зміни)	диференційоване / монополізоване
Зворотність процесів	відсутня	можлива	відсутня
Циклічний характер	відсутній	періодично	періодично
Структура системи	може змінюватися	змінюється	може змінюватися
Поведінка системи	може змінюватися	змінюється	може змінюватися
Провокуючі фактори й джерела походження	внутрішньо та / чи зовнішньо організований	внутрішні та / чи зовнішні протиріччя системи	внутрішньо та / чи зовнішньо цілеспрямований
Здатність до адаптації	низька	висока	середня / низька
Дія на протиріччя в системі	може усувати	усуває	усуває

Джерело: сформовано автором

структуру й функції, уможливаючи тим самим своє існування. Схильність до зовнішніх впливів визначає непропорційність зміни впливів сигналу на вході та виході. Резонансне, узгоджене з властивостями системи управління функціонуванням сільських територій дозволяє отримати ефект, так званої «снігової кулі» (мультиплікаційний ефект), – так звана система управління за слабкими сигналами.

Біологічне різноманіття як результат еволюції й запорука стійкості екосистеми Землі. Цілісна природа людини поєднана з фундаментальними законами Всесвіту постійно відчуває непрямий вплив зниження біологічного різноманіття. Суперництво і дарвінівський постулат «виживання найбільш пристосованих» вступає в розріз з принципом існування цілісності світу внаслідок виснаження невідновних природних ресурсів. Натомість соціально-екологічна та економічна кооперація як основа творчого освоєння синергетичної цілісності Всесвіту протилежна стратегії володарів та власності. Синергетичний багатofункціональний підхід пріоритетним визнає залежність соціально-економічного й політичного розвитку від механізму збереження та відновлення довкілля, розвитку психіко-культурного розвитку як окремої людини, так і суспільства в цілому на засадах гармонійності, синергійної еволюції співіснування. Яскравим прикладом застосування такого підходу є перманентна культура ведення господарської діяльності як принцип проектування простору навколо людини на основі взаємозв'язків природних екосистем [3]. Світовими активістами такої культури є австрійський та японський фермери Зепп Хольцер та Масанобу Фукуока й австралійський дослідник Білл Моллісон. Перевагами пермакультури є функці-

ональність дизайну компонентів та економічність їх обслуговування внаслідок зменшення трудоемкості. Оптимізація людської діяльності дозволяє досягнути невичерпності агроресурсів та, як наслідок, вирішення питань екології, продовольчої безпеки, безробіття, зниження соціальної напруженості. Створення умов для природного відновлення родючості ґрунтів, багатоманіття біологічних видів та саморегуляції внаслідок врахування наявних в екосистемі зв'язків дозволяє максимізувати енергію системи, що знижує або виключає потребу в додатковому її підживленню, зокрема внесенню добрив. Іншою перевагою органічних фермерів ХХІ ст. є на 50% менше споживання полива та води й вдвічі вищий рівень продуктивності, що сприяє як зменшенню екологічного навантаження, так і вирішенню завдання продовольчого забезпечення в країні й вирішення етичних проблем суспільства. Агротехнічний підхід перманентної культури знайшов свою підтримку й на державному рівні у В'єтнамі [4].

Багато вимірність та багатofункціональність сільського розвитку потребує системного його сприйняття й осмислення на основі хронологічного та геокультурного підходів. Соціально-економічною складовою сільського розвитку є якісна структурна та системно-функціональна зміна об'єкта. Поява нових зв'язків між елементами об'єкта веде до зміни його властивостей. Ознаками розвитку є еволюційна (реформаторська), революційна (радикальна) його складові, а також прогресивний та регресивний напрям появи нового [5, с. 1157]. Розвиток як спрямований поступальний свідомий перехід від одного стану об'єкта до іншого визначається якісною зміною стану та структури об'єкта внаслідок переходу мож-

Таблиця 2

Індекс валової продукції сільського господарства у постійних цінах 2010 р.

Роки	Види господарств					
	с.-г. підприємства			господарства населення		
	валова продукція	з неї		валова продукція	з неї	
рослинництва		тваринництва	рослинництва		тваринництва	
1990	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
1991	0,825	0,798	0,865	0,970	0,984	0,963
1992	0,692	0,714	0,659	1,044	1,347	0,895
1993	0,685	0,775	0,556	1,100	1,546	0,880
1994	0,541	0,585	0,478	0,992	1,257	0,862
1995	0,499	0,573	0,393	1,010	1,407	0,815
1996	0,399	0,465	0,303	1,040	1,523	0,803
1997	0,391	0,515	0,212	1,023	1,514	0,781
1998	0,326	0,402	0,215	0,991	1,365	0,807
1999	0,297	0,368	0,193	0,938	1,200	0,809
2000	0,291	0,388	0,150	1,113	1,707	0,820
2001	0,349	0,475	0,166	1,158	1,750	0,868
2002	0,341	0,447	0,186	1,203	1,815	0,902
2003	0,254	0,314	0,166	1,188	1,857	0,860
2004	0,361	0,489	0,177	1,285	2,170	0,849
2005	0,365	0,472	0,210	1,278	2,133	0,857
2006	0,396	0,501	0,243	1,259	2,087	0,852
2007	0,374	0,450	0,263	1,168	1,919	0,799
2008	0,509	0,670	0,276	1,197	2,078	0,764
2009	0,483	0,604	0,308	1,216	2,127	0,768
2010	0,472	0,567	0,336	1,206	2,095	0,768
2011	0,608	0,781	0,356	1,347	2,550	0,755
2012	0,568	0,696	0,381	1,318	2,434	0,768
2013	0,685	0,872	0,415	1,402	2,661	0,783

Джерело: сформовано на основі [8, с. 5]

ливості у дійсність, виникнення нового, руху як процесу [6, с. 33], набуття елементами й підсистемами об'єкта нових зв'язків, зовнішніх і внутрішніх змінах у виконанні функцій об'єктом [7, с. 32].

Характерні ознаки сільського розвитку найчастіше розглядаються з позицій територіального та галузевого підходів, що звужує і обмежує його функціональність та є неповною. Внаслідок врахування лише однієї з тенденцій розвитку й оптимізації життя на певній території у табл. 2. Причому вищий рівень внутрішньої мотивації спонукає до зростання інноваційно-інвестиційної активності в домогосподарствах населення більшою мірою, порівняно із суспільним сектором. Зокрема, в господарствах населення в рослинництві значним є приріст обсягів виробництва, який 2004-2013 рр. в 2,0-2,6 рази перевищував рівень 1990 р. Особисті селянські господарства забезпечують понад 70-90% вирощених овочів, фруктів та продукції тваринництва. Саме в них зберігається тваринництво на 80% від рівня 1990 р., тоді як суспільний сектор його скоротив у 1995-1999 рр. втричі.

Сімейний сектор має обмежений доступ до ланцюгів створення доданої вартості. Деякою мірою сімейні господарства інтегровані у створення доданої вартості на найнижчому рівні в якості постачальників сировини. Корпоративний сектор та підприємства харчової індустрії монополізували переваги на всіх етапах ланцюжка створення доданої вартості. З цією метою слід узагальнити інституційні інновації у цій сфері, які напрацьовані в окремих регіонах України.

Високий ступінь внутрішньої мотивації до ефективності та досягнення соціально-економічних ефектів формує передумови до постійного приросту та активізації еволюційно-інноваційної діяльності в сільських територіях як наслідок мультиплікативного підходу в управлінні господарськими процесами. Характерними темпами тенденція и щодо приросту суспільного продукту, див. рис.

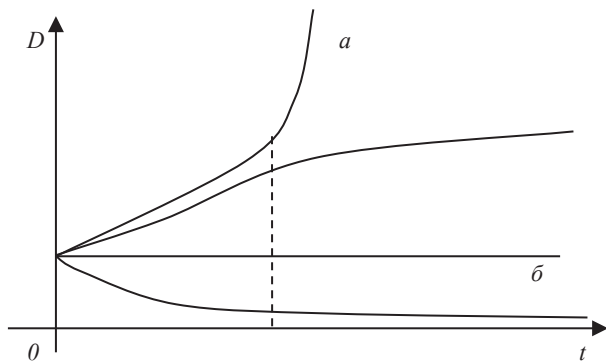


Рис. Моделі еволюційно-інноваційного характеру розвитку сільських територій

а – еволюційно-інноваційний приріст суспільного продукту за ризикованої стратегії розвитку, б – середньорегіональний приріст за поміркованого розвитку, в – нульовий приріст, г – падіння; D – рівень суспільного продукту; D₀ – початковий рівень суспільного продукту; t – час спостереження

Математично залежність між приростом суспільного продукту та кількістю впроваджених інновацій: дивись формулу:

$$\frac{dy(t)}{dt} = ky(t) \cdot \frac{y(t)}{V_{\max}}$$

де $y(t)$ – кількість впроваджених інновацій;

$\frac{dy(t)}{dt}$ – швидкість впровадження інновацій на основі управлінських рішень суб'єктів господарських та суспільних відносин;

k – коефіцієнт приросту суспільного продукту внаслідок впровадження інновацій;

V_{\max} – максимальний розмір доступних ресурсів;

t – момент часу.

Дослідження засвідчили, що управління розвитком сільських територій базується на системному підході в управлінні, що передбачає постійну координацію прийнятих керуючих рішень у потрібний час при повному усвідомленні наслідків. Управління інноваціями передбачає усвідомлення сутності та масштабності проблем, їх загальну формалізацію (наприклад, забезпечення продовольчої безпеки регіону, забезпечення населення якісними й доступними продуктами харчування, позитивна динаміка демографічної ситуації, подовження тривалості життя населення, зниження рівня захворювання, зростання частки доходів населення у доданій вартості та валовому регіональному продукті). Наступним елементом системи управління проектами є постановка цілей (з урахуванням критеріїв їх доцільності, зокрема часу, витрат, якості та обсягів інвестицій у інновації).

Висновки з цього дослідження. Геополітичний характер розвитку сільських територій на фоні загострення екологічної та соціальної ситуації на селі як пріоритетний визначає багатофакторний та багатофункціональний інноваційно-еволюційний вектор його орієнтації.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з формуванням господарського та мотиваційного механізму сільського розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: ... С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – С. 282–283.
2. Авторитаризм, синергетика руйнувань і позитивних змін: Науково-популярне видання / Є.І. Ходаківський, І.Г. Грабар, Ю.С. Цал-Цалко. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 206 с.
3. Smith J. R., Tree Crops: A Permanent Agriculture. – Island Press, 1987.
4. Двигаюсь в направлении коллапса: не впадаю в панику, уходи в органику. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mixednews.ru/archives/9967>.
5. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М.: БРЭ, 1997. – 1456 с.
6. Україна: и основні тенденції взаємодії суспільства і природи у ХХ ст. (географічний аспект) / За ред. Л.Г. Руденка. – К.: Академперіодика, 2005. – 320 с.
7. Захарченко В.І. Основні аспекти дослідження промислових територіальних систем // Укр. геогр. Журн. 2002. – № 3. – С. 30–36.
8. Валова продукція сільського господарства України (у постійних цінах 2010 р.) за 2013 рік. Статистичний бюлетень. Попередні дані. Державна служба статистики України. – К., 2014. – 21 с.

УДК 339.924

Римар О.Г.*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів
Нововолинського факультету**Тернопільського національного економічного університету*

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

У статті розглянуто вплив глобалізаційних процесів на зміну господарської кон'юнктури світового ринку взагалі і України зокрема. Виявлено конкурентні переваги та неминучі наслідки глобалізації для національних економік. Запропоновано альтернативні шляхи розвитку України в умовах адаптації до глобальних викликів.

Ключові слова: глобалізація, ЄС (Європейський Союз), ТНК (транснаціональні компанії), світова економіка, інтеграція, інтернаціоналізація, глобальні проблеми, антиглобалісти, світогосподарські зв'язки.

Рымар О.Г. ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ УКРАИНЫ

В статье рассматривается влияние глобализационных процессов на изменение хозяйственной конъюнктуры мирового рынка в целом и Украины в частности. Обнаружены конкурентные преимущества и неизбежные последствия глобализации для национальных экономик. Предложены альтернативные пути развития Украины в условиях адаптации к глобальным вызовам.

Ключевые слова: глобализация, ЕС (Европейский Союз), ТНК (транснациональные компании), мировая экономика, интеграция, интернационализация, глобальные проблемы, антиглобаллисты, мировые хозяйственные связи.

Rymar O.G. THE PECULIARITIES OF INFLUENCE OF GLOBAL PROCESSES ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE

In this article there have been studied the influence of globalized on the alteration of economic conditions of world economy as well as the economy of Ukraine. There have been identified the competitive advantages and inevitable consequences of globalization for the national economics. There have been suggested the alternative ways of development of Ukraine in the context of adaptation to global challenges.

Keywords: globalization, EU (European Union), MNC (multinational company), world economy, integration, internationalization, global problems, antiglobalists, world economic relations.

Постановка проблеми. Останні десятиліття ХХ ст. відзначилися на світовій арені потужним розвитком процесів глобалізації, особливо в економічній, політичній та науково-технічній сферах. Із завершенням протиборства двох соціально-політичних та економічних систем – капіталізму та соціалізму – глобалізація перетворилася на домінуючу тенденцію світового розвитку, яка максимально посилила взаємозалежність та взаємовплив національних господарських систем. З року в рік спостерігаємо, що процеси глобалізації сучасної світової економіки є дедалі інтенсивнішими та відчутнішими, і на сьогодні вже немає жодної держави, спроможної уникнути впливу цього процесу на ті чи інші сфери суспільного життя. З огляду на зазначене особливої актуальності набуває визначення позитивних і негативних викликів глобалізаційних процесів як для України так і усього світу загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у вивчення й дослідження обраної тематики зробили багато вчених-економістів та фахівців у сфері глобалізації; так, група науковців Б. Андрусюк, В. Андрійчук, З. Варналій у своїх працях розглядають глобалізацію як процес, який загрожує економічній безпеці держави, Р. Арон у своїх дослідженнях виокремлює неминучу всеохоплюючу особливість глобалізації, яка долає кордони усіх країн незалежно від економічного розвитку країни, професор і політолог З. Бжезинський поклав реальний початок концепції глобалізму, він акцентує увагу на користь аргументів занепаду національної держави в контексті розвитку глобального громадянського суспільства, у своїх дослідженнях значної уваги приділяли формуванню наднаціональної влади у світовому просторі такі вітчизняні науковці, як М. Бутко

і В. Василенко, у працях автора Е. Заграви сучасний глобалізм розглядається як специфічна форма політичного і економічного імперіалізму ХХІ ст., В. Занько притримується концепції, що світ належить владі нових глобальних монополістичних корпорацій, які створюють нову систему світопорядку.

Проте, незважаючи на вагомі результати провідних науковців щодо розвитку глобалізаційних процесів як у світі так і в Україні, єдиної думки щодо реальних переваг чи недоліків від її впливу на розвиток вітчизняної економіки не сформовано.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є визначення сутності глобалізації, виокремлення її узагальнюючих ознак, переваг і недоліків. Встановлення особливостей включення господарського комплексу України в глобальний економічний простір. Розробка на цій основі конкретних пропозицій щодо інтеграції національної економіки у світогосподарську систему в контексті сучасних подій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація як новий тип суспільного розвитку сьогодні ставить більше питань, ніж дає на них відповіді. Для кожного жителя планети, незалежно від того, яку національну державу він представляє, з якими глобальними структурами взаємодіє, осовою проблемою є з'ясування закономірностей впливу глобалізації на розвиток сучасного світу, оскільки він приводить до формування нової геостратегічної реальності, утвердження нових ціннісних координат, якісної зміни принципів та структури світу, модернізації соціальної, політичної, економічної та державно-управлінської систем.

Глобалізація за останні роки стає одним із найбільш популярних понять у різних сферах наукового знання, проте єдиної концептуальної системи погля-

дів щодо розуміння його сутності та характеру впливу й досі не сформувалось. Так, поляризація теоретичних конструкцій глобалізації сьогодні ставить під сумнів можливість формування цілісного теоретичного бачення змісту глобалізації, закономірностей її впливу та перспектив розвитку світу в цілому, що дає підстави ототожнювати глобалізацію із соціальним міфом, який приходить на зміну великим утопіям ХХ ст.

Однак в умовах глобалізації світ вступає в нову реальність, яка вимагає від нього жити за принципами «глобального он-лайн», тобто розвиватись в унісон з іншими державами, творити глобальну державну політику відповідно до технології, апробованої вже державами-лідерами геополітичного розвитку. В результаті такого тотального впливу глобалізації змінюється специфіка розвитку світу, трансформаційно-модернізаційних змін зазнають традиційні форми соціальної організації, на зміну яким приходять глобальне суспільство, глобальне інформаційне суспільство, глобальне масове суспільство, мережеве суспільство (суспільство мережевих структур) та суспільство глобального ризику [2, с. 68]. Під впливом глобалізаційних процесів кардинально змінюється місце, роль та функції національної держави, відбувається заміщення її глобальною державою в особі транснаціональних корпорацій (ТНК), які є дійовими особами інтернаціоналізації.

Виходячи з цього, все частіше дискутується модель «глобальної», «сильної» чи навіть «корпоративної» держави.

Аби більш глибоко розкрити істинну суть глобалізації, розглянемо виникнення і значення цього терміну у світовій економічній науці. Якщо торкнутися історичної появи цього терміну, то вперше у науковий обіг термін «глобалізація» була введена американським економістом Теодором Левітом у 1983 році, який визначив глобалізацію як феномен злиття ринків окремих продуктів, що виробляють ТНК [3, с. 523]. Широкого значення новітньому терміну надала Гарвардська школа бізнесу, яка зазначала, що глобалізація – це комплексне геополітичне, гео-економічне, геокультурне явище, що має потужний ефект для усіх сторін життєдіяльності суспільства, а в основі глобалізації лежить розвиток світових ринків товарів, послуг, праці і капіталу.

Загалом до основних ознак глобалізації які чітко простежуються у сучасному світі можна віднести:

- все більша взаємозалежність і взаємопроникність економік;
- інтеграція світової економіки під впливом поглиблення міжнародного поділу праці;
- послаблення можливостей національних держав щодо формування незалежної економічної політики;
- становлення єдиної системи зв'язків і нової конфігурації світової економіки;

- посилення орієнтації розвинутих економік на розширення всіх сфер людської активності [11, с. 55].

При цьому на сцену світового економічного життя виходять нові дійові особи, які є головними суб'єктами усіх світогосподарських зв'язків, і які на сьогодні задають майбутній вектор подальшого розвитку світу: міжнародні фінансові організації, країни «великої вісімки», багатонаціональні корпорації, потужні супердержави. Саме в інтересах представників цих могутніх структур будується нова архітектура світу – «світ без кордонів», або «світ без стін».

Як ні парадоксально, але саме глобалізація – це той процес, що додає територіальні і культурні кордони країні, створює можливості для вироблення на-

ціонально орієнтованих зовнішньоекономічних стратегій, але вже в рамках нових реальностей [6, с. 37].

Тому постає суперечливе питання, чи зможе кожна країна в процесі глобальних трансформацій зберегти свою унікальність, культуру, релігію і історичну спадщину багатьох століть.

З приводу цього в планетарному масштабі глобалізаційні процеси розділили світ на дві частини: прибічників і противників цього процесу. Прихильники глобалізаційних процесів наголошують, що вона дає нові можливості більш ефективного розміщення та вільного доступу до світових мобільних ресурсів і сприяє загальному зростанню світового виробництва та доходу; глобалізація володіє значними резервами підвищення ефективності виробництва завдяки поглибленню поділу праці, зростанню економіки за рахунок масштабності і зниження витрат, оптимізації розміщення ресурсів у світовому просторі і передачі новітніх високих технологій [4, с. 74].

Антиглобалісти у свою чергу наголошують, що глобалізація продукує нерівномірність розподілу зростання світового доходу між різними країнами, посилює безробіття, тому що транснаціональні компанії завжди шукають більш дешеву робочу силу, що змушує їх переносити виробництво в країни, що розвиваються: Таїланд, В'єтнам, Китай; породжується надмірна залежність однієї країни від інших – остання криза чітко показала, наскільки тісно пов'язані країни між собою; кооперація допомагає країнам розвиватися, але і проблема однієї великої країни автоматично стає проблемою всього світу; відбувається збільшення нелегальної імміграції у високорозвинені країни.

Проте жодна країна світу, якою б потужною вона не була, не може існувати ізольовано від решти світу і обмежитися від тих процесів які у ньому відбуваються. Для прикладу, найбагатша за своїми природними ресурсам країна у світі – Росія – не змогла б нормально існувати, якби не мала можливості реалізовувати ці ресурси, зокрема нафту, газ, енергоносії, десяткам країн, у тому числі й Україні. Інший приклад: глобальна фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. практично охопила усі держави світу, і жодна країна не змогла від цієї кризи уберегтися [8, с. 124].

Попри все світ розвивається, і усі країни в тій чи іншій мірі потерпають від глобальних проблем розвитку людства: погіршення екологічної ситуації, глобальне потепління, нерівномірне і неконтрольоване зростання населення в одних країнах і його катастрофічне зменшення в інших, нелегальна міграція, торгівля людьми, наркоманія, контрабанда, нерівномірність соціально-економічного розвитку країн, періодичні глобальні фінансово-економічні кризи, брак продовольства та питної води, нарощування озброєнь і розповсюдження зброї масового ураження, зокрема ядерної, поширення релігійного екстремізму, тероризму та міжнародної злочинності. І необхідно визнати, що не завжди одноосібно всі ці проблеми може вирішити окрема держава [9; 10].

Перед Україною, як частиною глобалізованого світу, постає майже увесь спектр зазначених глобальних проблем. І не тільки Україна, а навіть найпотужніші країни світу не в змозі самотужки їх розв'язати. Тому для подолання цих проблем і ризиків людство об'єднує свої зусилля і ресурси. І Україна як центральноєвропейська держава також не може залишатися осторонь глобалізаційних процесів. У цьому контексті Україна як молода незалежна держава, яка потерпає від агресії і тиску Росії,

яка не змогла відстояти суверенітет стосовно Криму і надалі знаходиться під загрозою втрати інших своїх територій, досить гостро потребує підтримки ЄС і інших світових структур і негайного входження у геополітичний простір аби забезпечити політичну та економічну безпеку своєї країни.

На жаль, на сьогодні Україна недостатньо залучена до глобалізаційних процесів, оскільки вона [5, с. 12]:

- значно відстає від провідних держав світу в галузі інформатизації та розвитку інформаційних технологій;

- перебуває лише на початку формування власних ТНК, конкурентоспроможних на глобальному рівні й здатних до здійснення глобальної стратегії розвитку;

- досить непослідовно запроваджує економічну лібералізацію;

- не приділяє належної уваги координації своєї зовнішньоекономічної політики з іншими пострадянськими й постсоціалістичними країнами, що розвиваються, все це робить національну політику малогнучкою та в цілому послаблює зовнішні позиції;

- має хронічну нестачу фінансових ресурсів для різновекторного розвитку країни.

Все це змушує визначати альтернативні шляхи подальшого розвитку України, залученню не тільки стратегічних партнерів, але і пошуку реальних фінансових донорів, які, в свою чергу, вимагають виконувати міжнародні правила і приписи глобальних економік.

Враховуючи, що Україна ідентифікує себе, насамперед, як державу європейського типу і поступово відходить із сфери євразійських впливів, але повноцінним членом європейської спільноти ще не є, то її активність спрямована на поступову інтеграцію в західноєвропейські структури та посилення стратегічного співробітництва США [7, с. 25]. З огляду на це залучення до глобальних світових перетворень України є неабияк актуальним і доречним в сучасних нестабільних умовах.

Тому, на нашу думку, до позитивних впливів глобалізаційних процесів в Україні є забезпечення безпеки суспільства від глобальних загроз різного характеру, можливість підтягнути в економічному плані країну, модернізувати її до рівня високорозвинених, започаткувати новий формат відносин із НАТО, так як можливості України на сьогодні стали вкрай обмеженими після того, як вона позбулася ядерної зброї та значно скоротила свій військовий потенціал, поетапна оптимізація механізму державного управління (більш відкритий і прозорий для пересічних громадян), подолання корупції і тінькової економіки, впровадження нових форм інноваційної діяльності, налагодження глобальних зв'язків і співпраці з транснаціональними компаніями, підвищення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів за рахунок приєднання країни до загальноприйнятих у світі регулятивних норм.

Позиція, яку зараз підтримує Україна, приведе до збільшення можливостей входження країни до великих міжнародних коопераційних проєктів, що в перспективі можуть забезпечити істотне підвищення конкурентоспроможності та розширити можливість більш вільного доступу до зарубіжних ринків за рахунок зменшення тарифних і нетарифних перешкод [1].

Однак хочемо зауважити, аби повноцінно інтегруватися України у світовий політичний і економічний простір і синхронізувати себе з процесами, які пов'язані з глобальними і регіональними вимірами, необхідно першочергово побудувати конкурентноз-

датну економіку країни, налагодити тісну співпрацю уряду з корпоративним сектором, створити технологію проведення послідовної, прогнозованої зовнішньої політики. За відсутності всіх цих складових у національній економіці, глобалізаційні процеси в Україні можуть швидше спричинити певні загрози, так як вона не має значного впливу на міжнародній арені і не може нічого запропонувати у обмін, окрім частки національного суверенітету, своїх сировинних ресурсів та дешевої робочої сили.

Такими загрозами можуть бути: по-перше, це зростання бідності, безробіття і безпритульності українських громадян, так як «витягнути» всі ці європейські стандарти і вимоги вкрай важко для економіки країни, яка де-факто переживає дефолт за зовнішніми позиками. По-друге, може відбутися внутрішнє пригнічення національного ринку, що призведе до практичного усунення України з конкурентного середовища, так як за рейтингами міжнародних організацій Україна за рівнем конкурентоздатності посідає одне з останніх місць; по-третє, відтік дешевої, кваліфікованої робочої сили за кордон, по-четверте, обмеження можливості формувати незалежну макроекономічну політику на національних рівнях, по-п'яте, неспроможність адаптації виробничо-промислового комплексу України до світового попиту; по-шосте, конфлікт між вимогами глобалізації та соціально-культурними й економічними традиціями нашої держави, поступова втрата національно-культурної ідентичності, самобутності і навіть національного суверенітету за рахунок добровільного делегування деяких державних функцій таким міжнародним об'єднанням, як ООН, Євросоюз, НАТО, ОБСЄ і т. д.

Висновки з даного дослідження. Необхідно визнати, що Україна поступово інтегрується до міжнародних фінансових ринків і наслідки глобалізаційних процесів стають дедалі відчутнішими для української економіки. Позитивний чи негативний вектор змін від глобалізації залежить від рівня розвитку економічної та фінансової систем країни. Зважаючи на той факт, що чим могутніша фінансова система країни, тим більше позитивних результатів вона може отримати від процесу глобалізації. Насамперед, з метою збереження стабільності на національних фінансових ринках необхідна чітка система впливу держави на рух фінансових потоків у країні та приплив іноземного капіталу, і досить вагомою метою має стати стимулювання структурних реформ усередині країни, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності у відкритому ринковому середовищі.

Як уже зазначалося, Україна не може уникнути втягнення у глобалізаційні процеси, тому економічну політику держави треба формувати відповідно до факторів розвитку глобалізації, аби знешкодити можливі негативні наслідки та максимізувати вигоди від її процесу. Якщо Україна прагне стати повноцінним суб'єктом глобальної економічної діяльності, вона повинна реформувати зовнішньоекономічний сектор, інтегрувати свою господарську систему у міжнародну економіку і створювати власні транснаціональні структури.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В. Глобалізація, інтеграція, економічна безпека України / В. Андрійчук // Політика і час. – 2003. – № 9. – С. 61–71.
2. Арон Р. Мир і війна між націями – Пер. з фр. / Р. Арон – К. : Юніверс, 2000. – 688 с.

3. Руденко М. «Глобалізація і Україна» / М. Руденко // Зеркало тижня. – № 26 (401) 13-19 липня 2002 р.
4. Василенко В.М. Оцінка впливу глобалізації на економічне зростання країни / В.М. Василенко // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. – 2004. – № 69. – С. 35–42.
5. Бжезинський З. Україна в геостратегічному контексті / З. Бжезинський // Пер. з англ. – К. : Видав. Києво-Могилянська академія, 2006. – 102 с.
6. Гальчинський А. Україна на перехресті геополітичних інтересів / А. Гальчинський. – К. : Знання України, 2002. – 180 с.
7. Заграва Е. Глобалізація і нації. / Е. Заграва. – К. : «Фенікс», 2002. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dialogs.org.ua/dialog.php?id=10&op_id=290#290.
8. Ключко В.О. Глобалізація та її вплив на країни з перехідною економікою / В.О. Ключко // Економіка України, 2001. – № 10. – С. 51–58.
9. Бутко М. Передумови трансформації та механізми регулювання регіональних економік / М. Бутко // Економіка і право. – 2003. – № 5. – С. 10–18.
10. Андресюк Б. Надежно ли международное положение Украины? / Б. Андресюк // Зеркало недели. – 2000. – 17 июня. – С. 4.
11. Варналій З. Регіональний розвиток України: проблеми та пріоритети / З. Варналій // Економіст – 2005. – № 6. – С. 24–26.

УДК 338.5.65

Руда І.І.

*аспірант кафедри економіки підприємств
Львівського національного університету імені Івана Франка,
викладач кафедри економіки та економічної безпеки
Львівського державного університету внутрішніх справ МВС України*

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ СФЕРИ РИТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Стаття присвячена оцінці фінансового стану сфери ритуальних послуг України. Побудовано багатофакторну кореляційно-регресійну модель впливу соціально-економічних факторів на фінансові показники діяльності підприємств. За отриманими результатами дано ґрунтовні висновки, за допомогою яких оцінена ефективність державного управління та регулювання даної сфери.

Ключові слова: ритуальна сфера, фінансові результати, економетрична модель, аналіз, множинна регресія, кореляція.

Руда И.И. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ СФЕРЫ РИТУАЛЬНЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ

Статья посвящена оценке финансового состояния сферы ритуальных услуг Украины. Построена многофакторная корреляционно-регрессионная модель влияния социально-экономических факторов на финансовые показатели деятельности предприятий. По полученным результатам даны исчерпывающие выводы, с помощью которых оценена эффективность государственного управления и регулирования данной сферы.

Ключевые слова: ритуальная сфера, финансовые результаты, эконометрическая модель, анализ, множественная регрессия, корреляция.

Ruda I.I. EVALUATION OF FINANCIAL CONDITION OF SERVICES RITUAL OF UKRAINE

Article evaluates the financial condition of the scope of funeral services in Ukraine. Built multifactor correlation-regression model of the influence of socio-economic factors on the financial performance of companies. According to the results given exhaustive conclusions with which evaluated the effectiveness of public administration and regulation of this sector.

Keywords: ritual sphere, financial results, an econometric model analysis, multiple regression, correlation.

Постановка проблеми. Підприємства, фірми, організації, що надають ритуальні послуги, як і будь-яка комерційна організація в умовах ринку, ставлять за мету отримання прибутку від своєї діяльності. Адже для будь-якого підприємства отримання фінансового результату означає визнання суспільством (ринком) результатів його діяльності. Тоді кінцевим фінансовим результатом для підприємства буде виступати сальдо результату від реалізації і витрат, які несе підприємство для його отримання [1].

Визначення економічного змісту фінансового результату діяльності підприємств сфери ритуальних послуг, вивчення їх видів, розкриття завдань аналізу і формування методики проведення аналізу займають одне з центральних місць у комплексному економічному аналізі господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічною основою аналізу фінансових результатів діяльності господарюючих суб'єктів є цільовий підхід, тобто чітке визначення і формування цілей аналізу, їх ранжування та впорядкування, а також визначення завдань аналізу [1].

Провідні економісти в галузі економічного аналізу та фінансового менеджменту значну увагу при-

діляють вивченню фінансових результатів господарської діяльності підприємства. Проте їхні підходи до визначення економічного змісту даного поняття ґрунтуються на різних аспектах і з різним ступенем деталізації.

Існують також відмінності в підходах до складу та послідовності аналітичних процедур, що проводяться при аналізі фінансових результатів діяльності підприємства, але всі вони спрямовані на пошук резервів збільшення прибутку і рентабельності в сфері бізнесу.

Так, у свої працях А.Д. Шеремет пропонує проводити аналіз прибутку і рентабельності продукції в наступній послідовності [2, с. 206-217, 223-226]:

1. Формується ряд абсолютних та відносних показників, в яких виявляються фінансові результати організації.

2. Поглиблений аналіз здійснюється шляхом дослідження впливу на величину прибутку і рентабельність продажів різних факторів, які поділяються на групу зовнішніх і групу внутрішніх факторів.

3. Аналізується вплив інфляції на фінансові результати від продажу продукції та наданих послуг.

5. Вивчається якість прибутку у вигляді узагаль-

неної характеристики структури джерел формування прибутку.

6. Проводиться аналіз рентабельності активів підприємства.

7. Здійснюється маржинальний аналіз прибутку.

О.В. Єфімова, розглядаючи методологічні питання аналізу фінансових результатів і ефективності діяльності організації, зазначає [3, с. 341-396], що «з метою виявлення умов і можливостей для отримання організацією прибутку проводиться аналіз фінансових результатів, в ході якого повинні бути отримані відповіді на наступні питання:

– наскільки стабільні прибутки отримано та витрати;

– які елементи звіту про прибутки і збитки можуть бути використані для прогнозування фінансових результатів;

– наскільки продуктивні здійснювані витрати;

– яка ефективність вкладення капіталу в дане підприємство;

– наскільки ефективно управління підприємством» [3, с. 341].

Постановка завдання. Підприємства сфери ритуальних послуг як економічні системи, як правило, є сукупністю великої кількості об'єктів, процесів, явищ, які взаємодіють між собою та знаходяться в певних причинно-наслідкових відношеннях. Оскільки розвиток цих елементів довгий час перебував під впливом тотального контролю державних органів влади, то, розпочавши процес переходу сфери ритуальних послуг на ринкові умови, необхідно враховувати вплив соціально-економічних факторів на результати діяльності організації.

Фінансові результати (сальдо) як економічна змінна здебільшого залежить не від одного, а від багатьох факторів. Спільний вплив декількох факторів на узагальнені фінансові результати, які виступають у ролі однієї результуючої змінної, можна досліджувати за допомогою багатофакторних економетричних моделей. До таких моделей відносяться моделі множинного кореляційно-регресійного аналізу, дисперсійного аналізу, компонентного аналізу, дискримінантного аналізу, кластерного аналізу тощо [4].

Виклад основного матеріалу дослідження. У разі використання багатофакторних економетричних моделей, побудованих не на функціональних, а на ймовірнісних зв'язках між факторними та результативним показником, розробляються стохастичні прогнози з використанням регресійних залежностей, які мають вигляд [4, с. 153]:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon, \quad (1)$$

де y – результуюча змінна; x_1, x_2, \dots, x_n – факторні ознаки; $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$ – істинні параметри моделі, зокрема β_0 – вільний член рівняння регресії, β_1, \dots, β_n – коефіцієнти множинної регресії; ε – неспостережувана випадкова величина; n – кількість факторів.

Для дослідження впливу декількох факторів на одну результуючу змінну, розглянемо множинну лінійну кореляційно-регресійну модель виду (1). Слід зазначити, що узагальнена множинна лінійна кореляційно-регресійна модель – це модель, яка описує кореляційну залежність результуючої змінної y від факторних ознак x_1, x_2, \dots, x_n для всієї генеральної сукупності, на основі якої оцінюють параметри моделі [4].

Невідомі параметри $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$ узагальненої моделі (1) будуть вважатися постійними. Випадкова величина змінюється в кожному спостереженні, і ми можемо тільки робити припущення стосовно її пове-

дінки. Таким чином, якщо маємо сукупність спостережень за результуючою змінною y та факторними ознаками x_1, x_2, \dots, x_n , то на основі даних цих спостережень можна побудувати вибірку множинну лінійну кореляційно-регресійну модель:

$$\tilde{y} = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_n x_n, \quad (2)$$

де \tilde{y} – теоретичне значення результуючої змінної y ; b_0, b_1, \dots, b_n – оцінки невідомих параметрів $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$.

Побудову множинної лінійної кореляційно-регресійної моделі (2) буде здійснено методом найменших квадратів.

Алгоритм здійснення процесу економетричного моделювання впливу факторів соціально-економічного розвитку України на фінансову діяльність (сальдо) організацій сфери ритуальних послуг можна розбити на шість етапів.

На першому етапі в якості об'єкта дослідження буде виступати національний ринок ритуальних послуг. Вважаємо, що використання економіко-математичних методів дослідження для оцінки впливу соціально-економічного становища держави на темпи розвитку фінансових результатів діяльності організацій сфери ритуальних послуг має важливе значення для визначення основних напрямків розбудови даного сектора економіки України.

На другому етапі відбувається визначення основних факторів моделі, що мають вагомe значення при характеристиці об'єкта дослідження. В якості основних факторів соціально-економічного становища, що, на нашу думку, в найбільшій мірі характеризують функціонування організацій сфери ритуальних послуг, є такі показники як: чисельність населення, капітальні інвестиції, обсяги реалізованих послуг за видом економічної діяльності «Організування поховань і надання суміжних послуг» (код 96.03 за КВЕД-2010) та середньомісячна заробітна плата.

На третьому етапі процесу моделювання діяльності об'єкту дослідження, на основі емпіричних даних за допомогою відповідних економіко-математичних методів дослідження (або відповідного програмного забезпечення) визначаються параметри моделі [5]. Відповідно до обраних чинників, рівняння нашої моделі набуде наступного вигляду:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \varepsilon, \quad (3)$$

де y – фінансові результати діяльності організацій сфери ритуальних послуг; x_1 – чисельність населення; x_2 – капітальні інвестиції; x_3 – обсяги реалізованих послуг за видом економічної діяльності, «Організування поховань і надання суміжних послуг» (код 96.03 за КВЕД-2010); x_4 – середньомісячна заробітна плата; ε – випадкова компонента.

Вихідними даними запропонованої моделі виступає інформація (див. табл. 1), що отримана від державної служби статистики України [6].

Система нормальних рівнянь для знаходження невідомих параметрів кореляційно-регресійної моделі на основі заданої вибіркової сукупності матиме вигляд:

$$\begin{cases} 24b_0 + 41998,5b_1 + 255841,6b_2 + 305984,2b_3 + 65791b_4 = 1470,2; \\ 41998,5b_0 + 92571556,2b_1 + 639211748,4b_2 + 742412517,9b_3 + 121891522,9b_4 = 6382824,3; \\ 255841,6b_0 + 639211748,4b_1 + 6989631768,6b_2 + 6192354194b_3 + 849937144,8b_4 = 104160886,4; \\ 305984,2b_0 + 742412517,9b_1 + 6192354194b_2 + 7327081006,6b_3 + 946359519b_4 = 113732536,9; \\ 65791b_0 + 121891522,9b_1 + 849937144,8b_2 + 946359519b_3 + 186544517b_4 = 6642679,1. \end{cases}$$

Ця система містить п'ять лінійних рівнянь та п'ять невідомих параметрів. Розв'язавши систему за допомогою методу оберненої матриці, або ж використавши пакет аналізу даних програми Microsoft

Таблиця 1

Вихідні дані для побудови економетричної моделі впливу соціально-економічних показників на фінансові результати діяльності організацій сфери ритуальних послуг в Україні за 2012 рік

		Фінансовий результат (сальдо), тис.грн.	Чисельність населення на 1 січня 2013 року, тис. осіб.	Капітальні інвестиції, млн.грн.	Обсяги реалізованих послуг за видом економічної діяльності, тис. грн.	Середньомісячна заробітна плата, грн.
		y	x_1	x_2	x_3	x_4
1	АР Крим	247,1	1965,2	17576,8	15219,2	2654
2	Вінницька	60,9	1627,0	4901	5574,1	2432
3	Волинська	-83,2	1040,0	3180,2	4041,4	2339
4	Дніпропетровська	333,8	3307,8	20456,2	24749,5	3138
5	Донецька	769,9	4375,4	30068,8	48486	3495
6	Житомирська	-29,7	1268,9	2539,2	7904,9	2369
7	Закарпатська	...*	1254,4	2518,8	...*	2351
8	Запорізька	900,6	1785,2	6261,7	16788,2	2927
9	Івано-Франківська	-206,3	1381,8	4976,6	5616,8	2540
10	Київська	-307,4	1722,1	19375,8	2044,1	3157
11	Кіровоградська	-59,9	995,2	4376,7	5775,8	2428
12	Луганська	-1637,8	2256,5	7839,4	9029,4	3090
13	Львівська	220,7	2540,7	9992,5	7154,6	2578
14	Миколаївська	-288,8	1173,5	4166,4	5176,7	2822
15	Одеська	311,7	2395,2	13230,3	23202,7	2700
16	Полтавська	-45,5	1467,8	10190,5	12513,3	2850
17	Рівненська	...*	1156,9	2671,6	...*	2575
18	Сумська	...*	1143,2	2695,7	...*	2503
19	Тернопільська	-29,5	1077,3	3159,9	3791,5	2185
20	Харківська	67,2	2744,4	13516,1	26080,5	2752
21	Херсонська	-745,8	1078,2	2287,9	2686,8	2268
22	Хмельницька	29,5	1314,0	3282,6	2487,9	2425
23	Черкаська	28,8	1268,9	3373,4	6079,4	2508
24	Чернівецька	33,8	907,2	2131,2	2719,2	2329
25	Чернігівська	468,1	1077,8	2470,2	15365,7	2308
26	місто Київ	1219,5	2845,0	64552	40843,8	4607
27	м. Севастополь	212,5	383,4	1936,2	12652,7	2890

* Інформація конфіденційна відповідно до Закону України «Про державну статистику»

Excel, отримаємо такі оцінки b_0, b_1, b_2, b_3, b_4 параметрів $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$:

$$b_0 = 1620,710; b_1 = -0,329; b_2 = 0,029; b_3 = 0,044; b_4 = -0,676.$$

Вибіркова чотирифакторна лінійна кореляційно-регресійна модель, яка описує залежність фінансового результату діяльності організацій сфери ритуальних послуг в Україні за 2012 рік від чисельності населення, капітальних інвестицій, обсягів реалізованих послуг за видом економічної діяльності «Організування поховань і надання суміжних послуг» (код 96.03 за КВЕД-2010) та середньомісячної заробітної плати, матиме вигляд:

$$\tilde{y} = 1620,710 - 0,329x_1 + 0,029x_2 + 0,044x_3 - 0,676x_4. \quad (4)$$

Під час проходження четвертого етапу, необхідно здійснити перевірку моделі на достовірність та адекватність. Перший крок в даному напрямку передбачає з'ясування відповідності отриманих результатів до сформульованої гіпотези.

Як видно із моделі (4), коефіцієнти факторних показників моделі мають як додатні так і від'ємні значення. Це свідчить про те, що обрані чинники соціально-економічного становища в країні впливають на фінансові результати (сальдо) діяльності організацій сфери ритуальних послуг як позитивно, так і негативно.

Рівняння регресії, представлене формулою (4), показує низькі абсолютні значення коефіцієнтів при відповідних факторах, що свідчить про їх незначний вплив на фінансові результати.

Щільність зв'язку між факторами визначається на основі матриці кореляції. Коефіцієнт кореляції є найпростішим критерієм, який кількісно оцінює зв'язок між двома показниками. Причому потрібно визначити зв'язок не лише чинників моделі та результативного показника, але й взаємозв'язок між самими факторами [4; 5].

Отже, на основі застосування статистичних методів розрахунку будемо матрицю парних коефіцієнтів кореляції факторів моделі впливу соціально-економічних показників на фінансові результати діяльності організацій сфери ритуальних послуг в Україні за 2012 рік та матрицю міжфакторної кореляції, які наведено в таблиці 2.

Найвищий ступінь взаємозалежності спостерігається між фінансовими результатами та фактором «Обсягами реалізованих послуг». Тоді як коефіцієнт кореляції для решти чинників дещо нижчий. Тісноту сумісного впливу усіх факторів моделі визначає коефіцієнт множинної кореляції, який, за розрахунками, складає 0,737. Тобто, підтверджується наявність достатньо тісного, хоча з елементами змінного характеру, зв'язку між фінансовими результатами діяльності організацій сфери ритуальних послуг та відібраними чинниками.

Між тим важливого значення у технології проведення кореляційно-регресійного аналізу займає перевірка одержаної моделі на явище мультиколінеарності.

Таблиця 2

Матриця коефіцієнтів кореляції факторів моделі

	Фінансові результати	Чисельність населення	Капітальні інвестиції	Обсяги реалізованих послуг	Середньо-місячна заробітна плата
Фінансові результати	1				
Чисельність населення	0,333	1			
Капітальні інвестиції	0,517	0,672	1		
Обсяги реалізованих послуг	0,619	0,801	0,767	1	
Середньо-місячна заробітна плата	0,401	0,622	0,915	0,739	1

Якщо значення коефіцієнта парної кореляції між факторами близьке до одиниці, то це вказує на тісний зв'язок між ними, тобто на мультиколінеарність. У цьому випадку один з факторів необхідно вилучити із подальшого розгляду, а інший залишити. Найчастіше залишають той фактор, який з економічної точки зору більш вагомий, або який сильніше корелює із результуючою змінною y [4, с. 153].

У розглянутій моделі таке виключення доцільно застосувати до факторної величини x_4 , величина абсолютного значення коефіцієнту кореляції якого з фактором «Капітальні інвестиції» є більшою за «0,8». Згідно шкали Чеддока це характеризує дуже сильний зв'язок між даними факторними величинами [4], але вплив фактора «Капітальні інвестиції» на результуючою змінною «Фінансові результати» є вагомим, тому його доцільно залишити в моделі.

Надалі проведемо регресійний аналіз між результативним показником та факторними величинами x_1, x_2, x_3 . У результаті розв'язання поставленої мети трьох факторного кореляційно-регресійного аналізу, було побудовано економіко-математичну модель, яка має наступний вигляд:

$$\hat{y} = 11,098 - 0,308x_1 + 0,007x_2 + 0,041x_3 \quad (5)$$

Дане рівняння свідчить про те, що найбільший вплив з обраних факторів має фактор «Чисельність населення». Даний коефіцієнт показує, що при зростанні чисельності населення на 1 тис. осіб, очікувані фінансові результати спадуть на 0,308 тис. грн.

Перевірка моделі (5) на мультиколінеарність показала, що між обраними факторами відсутній дуже високий кореляційний зв'язок, а, отже, дана кореляційно-регресійна модель може бути використана як основна.

Відповідно запропонованої моделі отримані результати мають суттєве відхилення фактичних та теоретичних даних стосовно фінансових результатів діяльності організацій сфери ритуальних послуг. Це підтверджується і коефіцієнтом детермінації, який для нашої моделі складає 0,52. Тобто це означає, що обрані фактори соціально-економічного становища регіонів України в 2012 році як незалежні змінні на 52,0% пояснюють тенденцію фінансових результатів діяльності організацій сфери ритуальних послуг як залежної змінної.

З одного боку, даний показник показує, що обрані критерії не є повністю респектабельними, але з іншого – цей коефіцієнт має властивість збільшуватись при включенні значної кількості факторів впливу.

Другий крок перевірки моделі передбачає статистичне визначення ступеня її достовірності за F -критерієм Фішера, оскільки обсяг вибірки невеликим ($n < 30$) [4, 5]. При цьому розраховується F -статистика Фішера з попередньо визначеним рівнем помилки. Так, при заданому рівні значущості $\alpha = 0,01$ та при кількості ступенів вільності $v_1 = 3$ і $v_2 = 24 - 3 - 1 = 20$ критичне значення критерію Фішера становить $F_{кр} = 4,431$. Для нашої ж моделі F -критерій становить:

$$F = \frac{R_{y12...k}^2 (n - k - 1)}{(1 - R_{y12...k}^2)k} = \frac{0,52 \cdot (24 - 3 - 1)}{(1 - 0,52) \cdot 3} = 7,2303, \quad (6)$$

де $R_{y12...k}^2$ – коефіцієнт детермінації запропонованої моделі.

Таким чином, побудована модель відповідає статистичним критеріям адекватності (адже, $F > F_{кр}$), а теоретичні значення результативного показника, розрахованого з її допомогою, можуть вважатися адекватними дійсності [5].

Оскільки обсяг вибірки малий, то третій крок четвертого етапу моделювання передбачає перевірку гіпотези про статистичну значущість парних коефіцієнтів кореляції (r) впливу соціально-економічних показників на фінансові результати діяльності організацій сфери ритуальних послуг, використовуючи t -статистику Ст'юдента [4]:

$$t = \frac{|r|\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (7)$$

За таблицями Ст'юдента при заданому рівні значущості $\alpha = 0,01$ та $\alpha = 0,1$, а також кількості ступенів вільності $v = n - 2 = 24 - 2 = 22$ знаходимо критичне значення статистики ($t_{кр}$). Результати обчислення t -статистики Ст'юдента для моделі (4) подано в таблиці 3).

Таблиця 3

Перевірка значущості чинників моделі за t -критерієм Ст'юдента

Критерій	Фактичне значення t -критерію	Рівень довіри	
		99% $t = 2,508$	90% $t = 1,321$
Чисельність населення	1,656	-	+
Капітальні інвестиції	2,833	+	+
Обсяги реалізованих послуг	3,697	+	+
Середньомісячна заробітна плата	2,053	-	+

Табличне значення критерію Ст'юдента розглянутої моделі складає 2,508 при рівню довіри в 99%. Дані таблиці показують, що чинники «Чисельність населення» та «Середньомісячна заробітна плата», статистично не значущі, оскільки значення їх t -критерію нижче критичного рівня. Тільки при зниженні рівня довіри до 90%, вказані критерії матимуть вплив на результати запропонованої моделі.

Побудована багатофакторна регресійна модель є індикатором рівня розвитку сфери ритуальних послуг в Україні.

На заключному етапі алгоритму процесу економіко-математичного моделювання діяльності об'єкту дослідження, можна зробити висновки, на основі яких визначити основні заходи щодо усунення вузьких місць у функціонуванні організацій сфери ритуальних послуг.

Висновки з проведеного дослідження. Наведені дані свідчать про неефективність як загальнодержавного, так і місцевого управління розвитком даної сфери комунальних послуг. Це має активізувати пошук інноваційних шляхів розв'язання кризової ситуації з залученням та використанням закордонного досвіду. Адже виокремлення сфери ритуальних послуг як самостійної системно-структурної цілісності в межах національної економіки в сучасних нестійких ринкових умовах передбачає об'єктивну необхідність державного регулювання її розвитком з метою забезпечення стабільного економічного зростання [5].

Практична цінність розробленої моделі полягає у тому, що вона служить індикатором рівня розвитку національного ринку похоронної справи та дозволяє оцінити ефективність державної політики в сфері ритуальних послуг. Крім того, вона може бути використана для аналізу на регіональному або галузевому рівнях.

УДК 334.752

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Крылов Э.И. Анализ финансовых результатов предприятия : Учеб. пособие / Э.И. Крылов, В. М. Власова. – СПб., ГУАП. 2006. – 256 с.: ил.
2. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа : Учебник / А.Д. Шеремет. – 3-е изд., доп. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 352 с.
3. Ефимова О.В. Финансовый анализ : Учебник / О.В. Ефимова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Бухгалтерский учет, 2002. – 528 с.
4. Здрок В.В. Эконометрия : Підручник із рекомендацією Міністерства освіти і науки України / В.В. Здрок, Т.Я. Лагоцький. – К. : Знання, 2010. – 541 с.
5. Шаповалов В.О. Эконометрична оцінка впливу національного ринку акцій на економічне зростання / В.О. Шаповалов // Економічний простір : зб. наук. пр. – Д. : ПДАБА, 2011. – № 55 – С. 139–149.
6. Рентабельність операційної діяльності підприємств за видом економічної діяльності «Організування поховань і надання суміжних послуг» (код 96.03 за КВЕД-2010) у 2011-2012 роках. – Лист Державної служби статистики України № 15.1-20/103 ПІ від 25.01.2014.

Савченко М.В.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Донецького національного університета*

Чайдак А.Г.

*аспірант кафедри економіки підприємства
Донецького національного університета*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ВНУТРИ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СИСТЕМЫ

Статья посвящена сравнительному анализу терминологических отличий понятия франчайзинговой системы в научных исследованиях отечественных и зарубежных учёных. На основании полученных в ходе анализа сведений предложено авторское определение указанной категории. Разработана и описана модель взаимодействия субъектов внутри франчайзинговой системы.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзинговая система, франшиза, функциональная взаимосвязь, франчайзер, франчайзи.

Савченко М.В., Чайдак А.Г. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ У ФРАНЧАЙЗИНГОВІЙ СИСТЕМІ

Стаття присвячена порівняльному аналізу термінологічних відмінностей поняття «франчайзингова система» у наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених. На підставі отриманих у ході аналізу відомостей запропоновано авторське визначення зазначеної категорії. Розроблена і описана модель взаємодії суб'єктів франчайзингової системи.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзингова система, франшиза, функціональний взаємозв'язок, франчайзер, франчайзи.

Savchenko M., Chajdak A. THEORETICAL ASPECTS OF FUNCTIONAL LINKS WITHIN THE FRANCHISE SYSTEM

The article is devoted to the comparative analysis of terminological differences of the concept franchise system in scientific researches of national and foreign scholars. The author's definition of this category was suggested based on the analysis of data. There was developed and described a model of interaction of subjects within the franchise system.

Keywords: franchise, franchise system, franchise, functional relationship, the franchisor, franchisee.

Постановка проблеми. Постоянное развитие экономических отношений обусловило возникновение нового института бизнеса, такого, как франчайзинг, что позволило ему подняться на следующую ступень своего развития. Для коммерческой сферы в Украине характерной является преобладание западных новаций. Главной задачей остается адаптация новых вариантов ведения бизнеса к украинской экономике и менталитету. Отчасти этим занимается представительство Международной Ассоциации Франчайзинга, что свидетельствует о широком распространении франчайзинга в нашей стране. Такой метод эконо-

мически выгоден для страны в силу того, что с его помощью создаются новые рабочие места, и это способствует эффективному функционированию экономической системы. Одной из нерешенных проблем указанной темы является отсутствие в Украине законодательства, регламентирующего франчайзинговую деятельность. Как следствие указанной проблемы возникает другая – отсутствие механизма управления франчайзинговой системой в целом и отдельными её элементами в частности. Но первоочередным вопросом является отсутствие единой и четкой методологии, которой можно было бы оперировать при

деловом взаимодействии. Данный аспект обусловил выбор темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Разные аспекты этой проблемы темы изучало множество современных авторов. Например, А. Цират, А. Кривонос составили терминологический словарь франчайзинга [2]. И. Салата уточнила понятие франчайзинговой сети и франчайзинговой системы, а также рассмотрела особенности формирования последней с позиции жизненного цикла [4]. В. Сидельников раскрыл базовые основы франчайзинга [9]. Р. Кац [3], М. Мендельсон [5], В. Липчук [6], О. Скибицкий [7], М. Кобяк [11] рассмотрели понятие франчайзинговой системы.

Постановка задачи. На основе изложенного можно сформулировать исследование, которое заключается в рассмотрении теоретических аспектов функциональных взаимосвязей внутри франчайзинговой системы

Изложение основного материала исследования. В Украине регулирование франчайзинга происходит с использования главы 76 Гражданского кодекса Украины, где утверждается, что по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за плату право пользования, в соответствии с его требованиями, комплексом принадлежащих этой стороне прав с целью изготовления и (или) продажи определённого вида товара и (или) предоставления услуг [1].

По мнению Ассоциации франчайзинга Украины, франчайзинг – предпринимательская деятельность, согласно которой на договорной основе одна сторона (франчайзер) передает второй (франчайзи) за вознаграждение на определенный срок или без указания такого: право использования торговой марки; знака обслуживания; фирменного (торгового) наименования; услуг; технологического процесса; специализированного оборудования; ноу-хау; коммерческой информации, которая охраняется законом; других, предусмотренных договором объектов права интеллектуальной собственности [2, с. 55].

Несмотря на существование Международной Ассоциации, наличие двух вариантов трактовки данного понятия франчайзинг является примечательным для всех государств, которые стремятся разработать свой механизм управления. Целесообразным будет привести некое обобщённое определение, которое по мнению авторов, наиболее четко определяет данную категорию: *франчайзинг – это система договорных отношений между франчайзером и франчайзи, в ходе которых устанавливаются условия передачи и пользования коммерческой формулой, доказавшей свою практическую значимость.*

Сама система договорных отношений в общем понимании является тем, что называют франшизой, однако по своей сути она является правом на вступление в определённую предпринимательскую деятельность. Непосредственно понятие франчайзинговой системы куда более обширное и включа-

Таблица 1

Различная трактовка понятия «франчайзинговая система»

Автор	Понятие
Р.Б. Кац	Франчайзинговая система (франшизная система) – организационная структура франчайзингового бизнеса, которая состоит из компании-франшизодателя, возглавляющей структуру, и находящейся под ее контролем сети франшизных предприятий, или франшизной сети [3, с. 2].
И.З. Салата	Франчайзинговую систему предлагается определять как совокупность участников франчайзинговой сети, условий их совместной работы и других характерных свойств, взаимодействие между которыми и с внешней средой способствует созданию нового организационного образования в сфере предпринимательства [4, с. 98].
М. Мендельсон	Комплексная система включает не просто использование фирменных товаров или услуг, но подготовку проекта предприятия во всех его аспектах. Проект должен быть так тщательно разработан, чтобы свести до минимума риск, связанный с открытием нового бизнеса [5, с. 8].
В.В. Липчук	Система франчайзинга – это пример наивысшей степени защиты от рыночного провала. В условиях контрактов, которые заключают стороны, обозначены границы рыночного пространства, установлены графики, введены ограничения, составлены программы, а также приняты обязательства, которые дают возможность конечному потребителю получать преимущества от совместных действий франчайзера и франчайзи. Франчайзинговая система обеспечивает движение важной информации о рынке между франчайзером и франчайзи, благодаря чему преимущества потребителей, а также цель совершения покупок могут быстрее отображаться на планировании производства и маркетинговой деятельности [6].
О.М. Скибицкий	Большую роль в кооперации между крупными и мелкими фирмами, особенно в сфере услуг играет система франчайзинговых взаимоотношений – гибридная форма мелкого и крупного предпринимательства [7].
http://rufs.info/	Франчайзинговая система – это, по сути, большое представительство компании, а франчайзи как маленькие филиалы этой компании, но огромным преимуществом является, то, что каждый офис франчайзи находится в независимом от головной компании управлении и владении, но работающие под единой маркой [8].
В. Сидельников	Франчайзинговая система – это, как правило, пакет, включающий права интеллектуальной собственности, такие как права на использование товарных знаков, торговых наименований, логотипов и «фирменного стиля», связанного с бизнесом; любые изобретения, такие как патенты, промышленные секреты и ноу-хау и любые сопроводительные рекламные материалы, касающиеся изготовления, продажи товаров или оказания услуг клиентам [9, с. 20].
http://www.chipsaway.ua/	Одним из ключевых понятий в системе франчайзинговых отношений является франшиза (франчайзинговый пакет). Под ним понимается полная бизнес-система, включая пособия по ведению работ, программное обеспечение, документацию и другие материалы, которую франчайзер передает франчайзи. Наличие франшизы позволяет последнему работать достаточно эффективно, даже при отсутствии предварительного опыта и знаний в соответствующей сфере бизнеса [10].
М.В. Кобяк	Франчайзинговая система предоставляет права на использование своего имени, логотипа, систем бронирования и других видов обслуживания, однако сама эта система не осуществляет функций управления [11, с. 9].
Азбука франчайзинга	Франчайзинговая система – совокупность всех элементов развития и продвижения определенного бизнеса, в котором используется франчайзинг [12, с. 69].

ет в себя множество элементов, потому как процесс франчайзинга включает отношения, обусловленные производственными, экономическими, государственными, управленческими функциями и межличностными отношениями людей. Кроме того, внутри фирм управленцы осуществляют определённые действия, связанные не только с влиянием, но и с отдачей от сотрудников. Эффективное функционирование франчайзинга, как и любой схемы видения бизнеса, в любой стране не может иметь место в условиях отсутствия отлаженной или хотя бы полностью регламентированной системы. В свою очередь, невозможно устанавливать простые понятные правила в той сфере, где нет единой методологической системы.

В таблице 1 представлено видение различных учёных по этому поводу.

Таким образом, легко сделать вывод, что мало кто из учёных современности понимает франчайзинговую систему как совокупность более чем двух-трёх взаимосвязанных элементов. Автору это видится в корне неверным, так как чем больше учитывается элементов системы, тем осознаннее становится государственная политика, тем более отлаженно функционирует весь комплекс, который участвует при возникновении франчайзинговых сетей.

На основе изученных данных приведём общее определение *франчайзинговой системы как структуры франчайзингового бизнеса, основанной на взаимодействии сторон договора франшизы, внешних и внутренних условий и участников функционирования сети (таких, как работники, поставщики, потребители, государство, внутренний и международный рынок), функционирующая на определённой базе и предусматривающая дальнейшее сопровождение.*

Поскольку схема ведения бизнеса методом франчайзинга для Украины всё ещё находится в стадии

развития, её функционирование ограничивается отсутствием как минимум двух важных моментов:

- совершенной законодательной базы,
- предпринимателей, имеющих необходимый опыт.

Также существование в стране такого понятия, как «франчайзинг» предусматривает взаимодействие малого и крупного предпринимательства, наличие должной системы банковского кредитования. На данный момент кредитованием франчайзинга как отдельного вида бизнеса занимается только ПАО «Укрсоцбанк», группа UniCredit [13], но некоторые зарубежные банки, например, ИНГ Банк Украина [14], входят на рынок Украины посредством франчайзинговых сетей.

По примерам развития франчайзинговых отношений в странах с более развитой экономикой указанный вид взаимодействия бизнеса в Украине уже вовлекает в себя других участников рынка страны. Так, например, сайт franch.biz составил рейтинг сложности услуг, предоставляемых франчайзерам и франчайзи [15], среди которых выделил такие услуги, как юридические, оценочные, информационные, PR-услуги и др.

Очевидно, что при усложнении инфраструктуры усложняется и задача руководящей стороны, т.е. управленцев. Увеличение количества взаимодействий внутри системы диверсифицирует и дифференцирует выполняемые ими функции. И.М. Семененко представил наглядную классификацию видов взаимодействия во франчайзинговой системе, которая позволяет установить критериальные признаки: степень объективно-субъективного проявления взаимодействия элементов системы; степень проявления; силу взаимодействия; формы взаимодействия; степень прогрессивности проявления; содержательное отражение сторон (франчайзера и франчайзи); дифференциально-структурное отражение элементов;

иерархическую форму отображения. В процессе взаимодействия участвуют системы управления (франчайзера и франчайзи); субъекты и объекты управления, а также подсистемы и элементы самой франчайзинговой системы. Такой подход позволяет выработать организационно-экономический механизм функционирования системы в целом [16, с. 149-150].

На основе полученных результатов можно представить наглядную схему функционирования франчайзинговой системы с помощью рис. 1. Она демонстрирует основные функциональные взаимосвязи:

1) между франчайзером и франчайзи (то есть обеспечение последнего необходимыми сырьевыми и информационными ресурсами, определёнными в договоре);

2) между франчайзи и конечными потребителями, результаты которого доходят до франчайзи в виде установленного процента и статистики (финансовый и информационный поток).

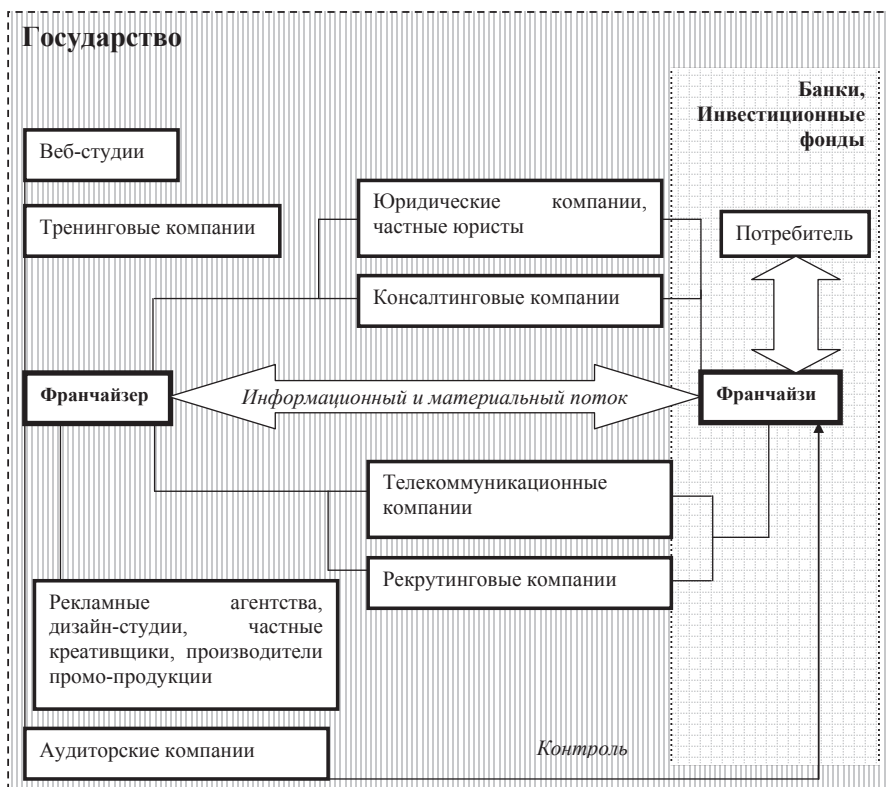


Рис. 1. Взаимодействия внутри франчайзинговой системы

Также существуют перекрёстные взаимосвязи, то есть те, которые могут или должны касаться обоих участников договора:

3) между сторонами и юридическими компаниями (обязательны при заключении соглашений);

4) 4.1 между франчайзером и консалтинговыми компаниями (при подборе методов развития и контроля над бизнесом);

4.2 между последними и франчайзи (при выборе вида франчайзинга и/или его представителя);

5) с телекоммуникационными компаниями;

6) с рекрутинговыми компаниями;

Ещё один вид взаимосвязей – это односторонние, т.е. те, которые необходимы только одной стороне, однако входят в общую систему в силу того, что обеспечивают эффективную деятельность второй:

7) взаимоотношения франчайзера:

7.1 с веб-студиями;

7.2 с тренинговыми компаниями, т.к. заинтересованность владельца франшизы в высокой квалификации сотрудников выше;

7.3 с рекламными агентствами;

7.4 с аудиторскими компаниями для контроля над работой компаний сети.

8) отдельно взаимодействия франчайзи может происходить только с банками, кредитующими его деятельность

Работа с веб-студиями может также заключаться в том, что сам рынок франшиз представляет собой некое эфемерное пространство, т.к. в основном существует в сети Интернет. Количество выставок-продаж незначительно и такого рода мероприятия зачастую происходят один-два раза в год в одной стране. Поэтому всё популярнее и многочисленнее становятся сайты-каталоги, такие как, например:

1. <http://ru.franchising.ua/katalog-franshiz/franshizy>.

2. <http://www.birzhatm.ua/franchise>.

3. <http://www.newidea.in.ua/tag/kupit-franshizu/>.

4. http://www.newbiz.com.ua/fran_1.

Что касается контроля за работой своих предприятий франчайзером, то, например, в Германии представители сети McDonald's были недовольны тем, что франчайзер часто и слишком предвзято проверял свою сеть с помощью тайных покупателей и внедрения сотрудников-шпионов [17].

Также следует учитывать, что деятельность всех элементов сети происходит на основе законодательства определённого государства, которое, как представляется авторам, должно взаимодействовать одновременно внутри системы, как один из её участников (в отношении налоговых отчислений, систем поощрения) и над системой, как регулирующая надстройка.

Выводы из проведенного исследования. Из указанного выше можно сделать вывод, что рассмотрение франчайзинга как системы позволяет более ар-

гументированно структурировать его по элементам и распределить основные функциональные обязанности, что в дальнейшем обеспечит чёткий контроль и быстрое решение спорных моментов. Направление дальнейших исследований основано на необходимости глубокого изучения взаимосвязей системы для эффективного моделирования процесса франчайзинга с учётом управленческих и государственных функций, инфраструктурных обеспечений и развития организационных структур.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Цират А.В. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь / А.В. Цират, Е.А. Кривонос – К. : Ассоциация франчайзинга, 2004. – 60 с.
3. Кац Р.Б. Франчайзинг: построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты / Р.Б. Кац. – М. : ГроссМедиа Ферлаг, РОСБУХ, 2010. – 70 с.
4. Салата І.З. Основні поняття та зміст формування франчайзингової системи / І.З. Салата // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2007. – С. 97–102.
5. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу / М. Мендельсон. – М. : Сибли Интернешнл, Инк., 1995. – 121 с.
6. Маркетинг [Електронний ресурс] : / В.В. Липчук, Р.П. Дудяк, С.Я. Бугіль, Я.С. Янишин. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/1466122250027/marketing/franchayzing_sistemi_tovaroprosuvannya.
7. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності [Електронний ресурс] : / О.М. Скібіцький, В.В. Матвеев, Л.І. Скібіцька. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/1965070241999/managedment/spilni_pidpriemstva#909.
8. Франчайзинговая система в недвижимости [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://rufs.info/index.php/franchajzingovaja-sistema-v-nedvizhivosti>.
9. Сидельников В. Франчайзинг как предмет бизнеса на основе лицензирования / В. Сидельников // Вестник франчайзинга. Великий франчайзинговый путь. – № 2. – С. 18–24.
10. Понятие и условия франчайзинга в Украине [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.chipsaway.ua/franchising/ru>.
11. Кобяк М.В. Совершенствование форм управления предприятиями гостиничного бизнеса / М.В. Кобяк // Мир экономики и права. – 2010. – № 12. – С. 8–12.
12. Франчайзинг: лицензия на легенду, № 1 2010 : [каталог]. – [Москва : business flight, 2010]. – 79 с.
13. Партнерство-франчайзинг [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ru.unicredit.ua/smlloans/view/9/>.
14. ING Банк Украина будет работать с розницей по франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bizkiev.com/content/view/254/627/>.
15. Разбогатай на франчайзинге [Електронний ресурс] : / И. Маслов. – Режим доступу : <http://franch.biz/read/articles/18>.
16. Семененко І.М. Процес моделювання взаємодії елементів франчайзингової системи / І.М. Соколюк // Економічний простір. – 2012. – № 62. – С. 145–150.
17. Детективная история [Електронний ресурс] : / Д. Кроуфорд, Д. Джаргон. – Режим доступу : <http://franch.biz/read/articles/40>.

УДК 339.56.005

Сакир-Молочко Н.В.

*аспірант кафедри макроекономіки та державного управління
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Стаття присвячена дослідженню динаміки основних показників зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області. Географічне положення Чернігівської області та розвинута транспортна мережа дають можливість проводити ефективну зовнішньоекономічну діяльність. Автор виділяє основні напрями зовнішньоекономічної діяльності області та пропонує ефективні інструменти, що допоможуть вдосконалити зовнішньоекономічну політику області.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, Чернігівська область.

Сакир-Молочко Н.В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРНИГОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Статья посвящена исследованию динамики основных показателей внешнеэкономической деятельности Черниговской области. Географическое положение Черниговской области и развитая транспортная инфраструктура предоставляют возможность проводить эффективную внешнеэкономическую деятельность. Автор выделяет основные направления внешнеэкономической деятельности и предлагает эффективные инструменты, которые помогут усовершенствовать внешнеэкономическую политику области.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, Черниговская область.

Sakir-Molochko N.V. PROBLEMS AND PROSPECTS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF CHERNIHIV REGION

The article deals with the dynamics of the main indicators of foreign economic activity of Chernihiv region. The geographical position of Chernihiv region and developed transportation network make it possible to conduct an effective foreign trade. The author highlights the main directions of foreign economic activity of the region and offers effective tools that help to improve the foreign policy area.

Keywords: foreign economic activity, export, import, Chernihiv region.

Постановка проблеми. Чернігівська область має унікальне географічне положення, потужний природно-ресурсний та виробничий потенціал, що дає можливість проводити ефективну зовнішньоекономічну політику. Чернігівська область співпрацює з понад 80 країнами світу, до яких експортує та з яких імпортує низку товарів та послуг. Детальний аналіз показників зовнішньоекономічної діяльності області є надзвичайно важливим для визначення напрямів розширення такої діяльності та для розробки інструментів, що використовуватимуться при здійсненні зовнішньоекономічної політики області.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області займаються переважно державні установи: Державна служба статистики України, Відділ зовнішніх зносин, зовнішньоекономічної діяльності та міжрегіонального співробітництва управління з питань зовнішніх зносин та торгівлі Департаменту економічного розвитку Чернігівської облдержадміністрації, Головне управління статистики у Чернігівській області, Постійна комісія з питань міжрегіонального і транскордонного співробітництва. Також науковці М.П. Бутко, М.А. Брусенко, О.А. Русманенко, О.І. Черниченко займаються питаннями зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області.

Постановка завдання. Враховуючи те, що питаннями аналізу зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області займаються переважно державні установи, результатом такого аналізу є суто статистична звітність з відсутністю проведеного аналізу отриманих показників та зроблених на його основі висновків. Головною метою даної роботи є детальний аналіз динаміки показників зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області за останні роки та визначення основних інструментів зовнішньоекономічної політики, які дозволять підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз показників зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області за 2009-2012 роки дав змогу визначити наступні статистичні характеристики зовнішньоекономічної діяльності області.

У 2009 році обсяг експорту товарів склав 297206,7 тис. доларів США, обсяг експорту послуг – 5400,7 тис. доларів США.

Порівняно із 2008 роком експорт товарів зменшився на 30%, експорт послуг зменшився на 19%.

Партнерами підприємств та організацій області були 64 країни світу. До країн СНД експортовано товарів на 186891,8 тис. доларів США (на 33% менше, ніж в 2008 році), послуг – 1746,6 тис. доларів США (на 39% більше, ніж в 2008 році). До країн ЄС експортовано товарів на 53388,5 тис. доларів США (на 40% менше, ніж у 2008 році), послуг на 1507,4 тис. доларів США (на 13% менше, ніж у 2008 році).

Серед країн СНД основними торговими партнерами в експорті товарів були Російська Федерація, Білорусь, Молдова, Туркменістан та Азербайджан, в експорті послуг – Російська Федерація, Білорусь, Киргистан, Казахстан та Молдова. Серед країн-членів ЄС найвагоміші експортні поставки товарів здійснювались до Італії, Польщі, Литви, Франції та Німеччини, послуг – до Німеччини, Греції, Болгарії, Польщі та Італії. Серед інших країн найбільше експортувались товари до Грузії, Туреччини, Єгипту, Сирійської Арабської Республіки та Індії, послуги – до Канади, Ірану, США, Туреччини та Панами.

Серед найбільших країн-партнерів зріс експорт товарів до Туркменістану, Литви, Індії, Сирії та Єгипту, послуг до – Греції, Ірану, Киргистану, Казахстану та Туреччини; зменшився експорт товарів до Білорусі, Італії, Німеччини, Польщі, Азербайджану, послуг – до США, Італії, Молдови, Польщі та Панами.

У загальному обсязі експорту товарів найвагомішим є експорт паперу та картону, зернових культур,

деревини та виробів з деревини, молока та молочних продуктів, одягу. У загальному обсязі експорту послуг найвагомішими є послуги транспорту та зв'язку, послуги в операціях з нерухомістю, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги у сфері освіти.

У загальному обсязі експорту товарів у порівнянні із 2008 роком збільшилась частка ефірних олій, кави та чаю, приладів, натомість зменшилась частка текстильних волокон, виробів з чорних металів, шпательних волокон. У загальному обсязі експорту послуг збільшилась частка послуг обробної промисловості, послуг, пов'язаних з фінансовою діяльністю, натомість зменшилась частка послуг транспорту та зв'язку, послуг готелів і ресторанів.

У 2009 році обсяг імпорту товарів склав 326901,6 тис. доларів США, обсяг імпорту послуг – 15365,4 тис. доларів США.

Порівняно із 2008 роком імпорт товарів зменшився на 14%, імпорт послуг зменшився на 20%.

З країн СНД імпортовано товарів на 91288 тис. доларів США (на 16% більше, ніж в 2008 році), послуг – 1595,2 тис. доларів США (на 34% менше, ніж в 2008 році). З країн ЄС імпортовано товарів на 167522,3 тис. доларів США (на 27% менше, ніж у 2008 році), послуг на 11394,6 тис. доларів США (на 8% менше, ніж у 2008 році).

Найвагоміші імпорتنі поставки товарів серед країн СНД здійснювались з Російської Федерації, Білорусі, Узбекистану, Казахстану та Молдови, послуг – з Російської Федерації, Білорусі, Казахстану, Молдови та Азербайджану. Найвагоміші імпорتنі поставки товарів серед країн-членів ЄС здійснювались з Великої Британії, Італії, Нідерландів, Франції та Литви, послуг – з Великої Британії, Німеччини, Польщі, Болгарії та Австрії. Серед інших країн світу найбільші імпорتنі поставки товарів були з Бразилії, Індії, Китаю, Туреччини та Малаві, послуг – з США, Кіпру, Об'єднаних Арабських Еміратів та Туреччини.

Порівняно із 2008 роком збільшились надходження товарів з Малаві, Молдови, Білорусі, Узбекистану та Казахстану, послуг з Об'єднаних Арабських Еміратів, Азербайджану, Білорусі, Туреччини та Болгарії. Натомість зменшились надходження товарів з Франції, Китаю, Нідерландів, Італії та Литви, послуг з США, Казахстану, Молдови, Російської Федерації та Австрії.

У загальному обсязі імпорту товарів найвагомішим є папір та картон, пластмаси, котли, добрива, шпательні волокна. У загальному обсязі імпорту послуг найвагомішим є послуги в операціях з нерухомістю, послуги, пов'язані з державним управлінням, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги транспорту та зв'язку.

У загальному обсязі імпорту товарів збільшилась частка алкогольних і безалкогольних напоїв, насіння, цукру і кондитерських виробів, натомість зменшилась частка зернових культур, органічних хімічних сполук, деревини і виробів з дерева. У загальному обсязі імпорту послуг збільшилась частка послуг в обробній промисловості, натомість зменшилась частка послуг, пов'язаних з фінансовою діяльністю, послуг транспорту та зв'язку.

Сальдо зовнішньої торгівлі у 2009 році склало 29694,9 тис. доларів США. Коефіцієнт покриття імпорту експортом – 90,9%.

У 2010 році обсяг експорту товарів склав 324754,2 тис. доларів США, обсяг експорту послуг – 6204,2 тис. доларів США.

Порівняно із 2009 роком експорт товарів збільшився на 9%, експорт послуг збільшився на 15%.

До країн СНД експортовано товарів на 200218,6 тис. доларів США (на 7% більше, ніж в 2009 році), послуг – 2224,3 тис. доларів США (на 27% більше, ніж в 2009 році). До країн ЄС експортовано товарів на 71519,7 тис. доларів США (на 34% більше, ніж у 2009 році), послуг на 2439,9 тис. доларів США (на 62% більше, ніж у 2009 році).

Серед країн СНД основними торговими партнерами в експорті товарів були Російська Федерація, Білорусь, Молдова, Туркменістан та Азербайджан, в експорті послуг – Білорусь, Російська Федерація, Казахстан, Узбекистан, Молдова. Серед країн-членів ЄС найвагоміші експортні поставки товарів здійснювались до Польщі, Литви, Франції, Італії, Німеччини, послуг – до Греції, Німеччини, Великої Британії, Чехії та Польщі. Серед інших країн найбільше експортувались товари до Туреччини, Грузії, Єгипту, Китаю та Сирійської Арабської Республіки, послуги – до Канади, США, Туреччини, Панами та Кіпру.

Серед найбільших країн-партнерів зріс експорт товарів до Азербайджану, Польщі Китаю, Туреччини та Литви, послуг до – Казахстану, Білорусі, Греції, Туреччини та США; зменшився експорт товарів до Італії, Грузії, Туркменістану, Сирійської Арабської Республіки та Єгипту, послуг – до Кіпру, Російської Федерації та Німеччини.

У загальному обсязі експорту товарів найвагомішим є експорт паперу та картону, зернових культур, деревини та виробів з деревини, молока та молочних продуктів, взуття. У загальному обсязі експорту послуг найвагомішими є послуги транспорту та зв'язку, послуги в операціях з нерухомістю, послуги готелів і ресторанів, послуги у сфері освіти, послуги пов'язані з будівництвом.

У загальному обсязі експорту товарів у порівнянні із 2009 роком збільшилась частка їстівних плодів, продуктів з чорних металів, жири та олії, іграшки, взуття; натомість зменшилась частка енергетичних матеріалів, текстильних матеріалів, залишків і відходів харчової промисловості, приладів та ниток. У загальному обсязі експорту послуг збільшилась частка послуг, готелів та ресторанів, послуг, пов'язаних з фінансовою діяльністю, послуг в операціях з нерухомістю, послуг у сфері освіти; натомість зменшилась частка послуг в обробній промисловості, послуг транспорту та зв'язку.

У 2010 році обсяг імпорту товарів склав 381164 тис. доларів США, обсяг імпорту послуг – 19905,3 тис. доларів США.

Порівняно із 2009 роком імпорт товарів збільшився на 17%, імпорт послуг збільшився на 30%.

З країн СНД імпортовано товарів на 141675 тис. доларів США (на 55% більше, ніж в 2009 році), послуг – 5265,2 тис. доларів США (на 230% більше, ніж в 2009 році). З країн ЄС імпортовано товарів на 149142,3 тис. доларів США (на 11% менше, ніж у 2009 році), послуг на 9935,9 тис. доларів США (на 13% менше, ніж у 2009 році).

Найвагоміші імпорتنі поставки товарів серед країн СНД здійснювались з Російської Федерації, Білорусі, Узбекистану, Казахстану та Молдови, послуг – з Російської Федерації, Білорусі, Казахстану, Молдови та Азербайджану. Найвагоміші імпорتنі поставки товарів серед країн-членів ЄС здійснювались з Італії, Литви, Великої Британії, Нідерландів та Бельгії, послуг – з Великої Британії, Німеччини, Польщі, Болгарії та Австрії. Серед інших країн світу найбільші імпорتنі поставки товарів були з Бразилії, Індії,

Китаю, Японії та Туреччини, послуг – з США, Кіпру, Об'єднаних Арабських Еміратів та Туреччини.

Порівняно із 2009 роком збільшились надходження товарів з Японії, Білорусі, Литви, Італії та Індії, послуг з Російської Федерації, США, Туреччини, Узбекистану та Білорусі. Натомість зменшились надходження товарів з Казахстану, Узбекистану, Великої Британії, та Бразилії, послуг з Об'єднаних Арабських Еміратів, Австрії, Кіпру, Польщі та Болгарії.

У загальному обсязі імпорту товарів найвагомішим є папір та картон, добрива, пластмаси, гума та котли. У загальному обсязі імпорту послуг найвагомішим є послуги в операціях з нерухомістю, послуги, пов'язані з державним управлінням, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги транспорту та зв'язку.

У загальному обсязі імпорту товарів збільшилась частка овочів, гуми та чорних металів, натомість зменшилась частка алкогольних і безалкогольних напоїв, м'яса, одягу та скла. У загальному обсязі імпорту послуг збільшилась частка послуг транспорту та зв'язку, послуг в операціях з нерухомістю, послуг готелів та ресторанів, натомість зменшилась частка послуг, пов'язаних з фінансовою діяльністю, послуг в обробній промисловості, послуг у сфері освіти.

Сальдо зовнішньої торгівлі у 2010 році склало -56409,8 тис. доларів США. Коефіцієнт покриття імпорту експортом – 85,2%.

У 2011 році обсяг експорту товарів склав 418665 тис. доларів США, обсяг експорту послуг – 7114,7 тис. доларів США.

Порівняно із 2009 роком експорт товарів збільшився на 29%, експорт послуг збільшився на 14%.

До країн СНД експортовано товарів на 234200,3 тис. доларів США (на 17% більше, ніж в 2010 році), послуг – 1997,6 тис. доларів США (на 11% менше, ніж в 2010 році). До країн ЄС експортовано товарів на 85074,5 тис. доларів США (на 19% більше, ніж у 2010 році), послуг на 2125,2 тис. доларів США (на 13% менше, ніж у 2010 році).

Серед країн СНД основними торговими партнерами в експорті товарів були Російська Федерація, Білорусь, Казахстан, Туркменістан та Азербайджан, в експорті послуг – Білорусь, Російська Федерація, Узбекистан, Молдова, Туркменістан. Серед країн-членів ЄС найвагоміші експортні поставки товарів здійснювались до Польщі, Франції, Литви, Іспанії та Італії, послуг – до Німеччини, Греції, Словаччини, Литви та Франції. Серед інших країн найбільше експортувались товари до Туреччини, Єгипту, Грузії, Ірану та Китаю, послуги – до Канади, Туреччини, Сейшельських Островів, США та Кіпру.

Серед найбільших країн-партнерів зріс експорт товарів до Ірану, Єгипту, Іспанії, Грузії, Китаю, послуг до – Словаччини, Туреччини, Литви, Кіпру та Сейшельських Островів; зменшився експорт товарів до Литви, послуг – до Казахстану, Молдови, США, Франції та Греції.

У загальному обсязі експорту товарів найвагомішим є експорт паперу та картону, зернових культур, деревини та виробів з деревини, молока та молочних продуктів, одягу. У загальному обсязі експорту послуг найвагомішими є послуги транспорту та зв'язку, послуги в операціях з нерухомістю, послуги пов'язані з будівництвом, послуги готелів і ресторанів, послуги у сфері освіти.

У загальному обсязі експорту товарів у порівнянні із 2010 роком збільшилась частка зернових культур, ниток, залишків і відходів харчової промисловості, засобів наземного транспорту та котлів; натомість

зменшилась частка харчових продуктів, енергетичних матеріалів, текстильних матеріалів, інструментів та ефірних олій. У загальному обсязі експорту послуг збільшилась частка послуг в обробній промисловості, послуг транспорту та зв'язку; натомість зменшилась частка послуг готелів та ресторанів, послуг пов'язаних з фінансовою діяльністю, послуг в операціях з нерухомістю, послуг у сфері освіти.

У 2011 році обсяг імпорту товарів склав 562489,3 тис. доларів США, обсяг імпорту послуг – 40525 тис. доларів США.

Порівняно із 2010 роком імпорт товарів збільшився на 48%, імпорт послуг збільшився на 104%.

З країн СНД імпортовано товарів на 258800,2 тис. доларів США (на 83% більше, ніж в 2010 році), послуг – 2526,1 тис. доларів США (на 52% менше, ніж в 2010 році). З країн ЄС імпортовано товарів на 196960,4 тис. доларів США (на 32% більше, ніж у 2010 році), послуг на 35339,4 тис. доларів США (на 256% більше, ніж у 2010 році).

Найвагоміші імпортні поставки товарів серед країн СНД здійснювались з Російської федерації, Білорусі, Узбекистану, Казахстану та Молдови, послуг – з Російської Федерації, Білорусі, Казахстану, Молдови та Азербайджану. Найвагоміші імпортні поставки товарів серед країн-членів ЄС здійснювались з Італії, Литви, Польщі, Бельгії та Великої Британії, послуг – з Великої Британії, Німеччини, Польщі, Болгарії та Австрії. Серед інших країн світу найбільші імпортні поставки товарів були з Бразилії, Індії, Китаю, Туреччини та США, послуг – з США, Кіпру, Об'єднаних Арабських Еміратів та Туреччини.

Порівняно із 2010 роком збільшились надходження товарів з Білорусі, Польщі, Росії, Туреччини та США, послуг з Об'єднаних Арабських Еміратів, Білорусі, Казахстану, Великої Британії та Польщі. Натомість зменшились надходження товарів з Казахстану та Узбекистану, послуг з Кіпру, Туреччини, США, Болгарії та Австрії.

У загальному обсязі імпорту товарів найвагомішим є папір та картон, добрива, засоби наземного транспорту, гума та пластмаси. У загальному обсязі імпорту послуг найвагомішим є послуги в операціях з нерухомістю, послуги, пов'язані з державним управлінням, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги транспорту та зв'язку.

У загальному обсязі імпорту товарів збільшилась частка алкогольних та безалкогольних напоїв, мінеральних палив, хімічної продукції та виробів зі шкіри, натомість зменшилась частка одягу, чорних металів, м'яса, риби та молока. У загальному обсязі імпорту послуг збільшилась частка послуг в обробній промисловості, послуг, пов'язаних з фінансовою діяльністю, послуг в операціях з нерухомістю; натомість зменшилась частка послуг у сфері освіти.

Сальдо зовнішньої торгівлі у 2011 році склало -143824 тис. доларів США. Коефіцієнт покриття імпорту експортом – 74,4%.

У 2012 році обсяг експорту товарів склав 542355,4 тис. доларів США, обсяг експорту послуг – 7943,1 тис. доларів США.

Порівняно із 2011 роком експорт товарів збільшився на 30%, експорт послуг збільшився на 12%.

До країн СНД експортовано товарів на 271039,1 тис. доларів США (на 16% більше, ніж в 2011 році), послуг – 2849 тис. доларів США (на 43% більше, ніж в 2011 році). До країн ЄС експортовано товарів на 148524,7 тис. доларів США (на 75% більше, ніж у 2011 році), послуг на 1895,4 тис. доларів США (на 11% менше, ніж у 2011 році).

Серед країн СНД основними торговими партнерами в експорті товарів були Російська Федерація, Білорусь, Молдова, Туркменістан та Азербайджан, в експорті послуг – Білорусь, Російська Федерація, Казахстан, Узбекистан та Молдова. Серед країн-членів ЄС найвагоміші експортні поставки товарів здійснювались до Іспанії, Італії, Польщі, Бельгії та Франції, послуг – до Німеччини, Словаччини, Великої Британії, Фінляндії та Чехії. Серед інших країн найбільше експортувались товари до Туреччини, Грузії, Єгипту, Китаю та Ірану, послуги – до Канади, Сейшельські Острови, США, Туреччини та Кіпру.

Серед найбільших країн-партнерів зріс експорт товарів до Бельгії, Іспанії, Італії, Туркменістану та Китаю, послуг до – Казахстану, Великої Британії, Чехії, Фінляндії та Словаччини; зменшився експорт товарів до Азербайджану, Ірану, Туреччини та Єгипту, послуг – до Туреччини та Узбекистану.

У загальному обсязі експорту товарів найвагомішим є експорт паперу та картону, зернових культур, деревини та виробів з деревини, молока та молочних продуктів, насіння. У загальному обсязі експорту послуг найвагомішими є послуги транспорту та зв'язку, послуги в операціях з нерухомістю, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги у сфері освіти.

У загальному обсязі експорту товарів у порівнянні із 2011 роком збільшилась частка продукції борошномельно-круп'яної промисловості, насіння, продуктів переробки овочів, залишків і відходів харчової промисловості, електричних машин; натомість зменшилась частка вовни, кави, чаю, приладів, продукції борошномельно-круп'яної промисловості та взуття. У загальному обсязі експорту послуг збільшилась частка послуг в обробній промисловості, послуг готелів і ресторанів, послуг транспорту та зв'язку, послуг в операціях з нерухомістю; натомість зменшилась частка послуг пов'язаних з будівництвом, послуг пов'язаних з фінансовою діяльністю, послуг у сфері освіти.

У 2012 році обсяг імпорту товарів склав 544794,3 тис. доларів США, обсяг імпорту послуг – 26782,4 тис. доларів США.

Порівняно із 2011 роком імпорт товарів зменшився на 3%, імпорт послуг зменшився на 34%.

З країн СНД імпортовано товарів на 224643,4 тис. доларів США (на 13% менше, ніж в 2011 році), послуг – 3725,4 тис. доларів США (на 47% більше, ніж в 2011 році). З країн ЄС імпортовано товарів на 192716,6 тис. доларів США (на 2% менше, ніж у 2011 році), послуг на 22166,8 тис. доларів США (на 37% менше, ніж у 2011 році).

Найвагоміші імпортні поставки товарів серед країн СНД здійснювались з Російської федерації, Білорусі, Узбекистану, Казахстану та Молдови, послуг – з Російської Федерації, Білорусі, Казахстану, Молдови та Азербайджану. Найвагоміші імпортні поставки товарів серед країн-членів ЄС здійснювались з Польщі, Італії, Бельгії, Великої Британії та Нідерландів, послуг – з Великої Британії, Німеччини, Польщі, Болгарії та Австрії. Серед інших країн світу найбільші імпортні поставки товарів були з Бразилії, Індії, Китаю, США та Японії, послуг – з США, Кіпру, Об'єднаних Арабських Еміратів та Туреччини.

Порівняно із 2011 роком збільшились надходження товарів з Польщі, Узбекистану, Китаю, Бельгії та Індії, послуг з Об'єднаних Арабських Еміратів, Туреччини, Узбекистану, Кіпру та Польщі. Натомість зменшились надходження товарів з Білорусі,

Казахстану, Російської Федерації та Італії, послуг з Австрії, Великої Британії, Німеччини, та США.

У загальному обсязі імпорту товарів найвагомішим є папір та картон, гума, засоби наземного транспорту, пластмаси та котли. У загальному обсязі імпорту послуг найвагомішим є послуги в операціях з нерухомістю, послуги, пов'язані з державним управлінням, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги транспорту та зв'язку.

У загальному обсязі імпорту товарів збільшилась харчових продуктів, продуктів неорганічної хімії, виробів з каменю та меблів, натомість зменшилась частка зернових культур, органічних хімічних сполук, деревини і виробів з дерева. У загальному обсязі імпорту послуг збільшилась частка послуг готелів і ресторанів, послуг у сфері освіти, послуг, пов'язаних з державним управлінням, натомість зменшилась частка послуг в обробній промисловості, послуг в операціях з нерухомістю.

Сальдо зовнішньої торгівлі у 2012 році склало -2438,9 тис. доларів США. Коефіцієнт покриття імпорту експортом – 99,6%.

Проаналізувавши наведені показники зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області у 2009-2012 роках, можемо констатувати наступне.

Починаючи з 2009 року обсяги експорту товарів та послуг постійно збільшувались. Слід зауважити, що обсяги експортованих до країн СНД товарів та послуг зростали, тоді як обсяг експортованих до країн ЄС товарів зростав, а послуг – зменшувався. Стабільними партнерами Чернігівської області у питаннях експорту товарів та послуг серед країн СНД є Російська Федерація, Білорусь та Молдова, серед країн ЄС – Італія, Польща та Франція (експорт товарів), Німеччина (експорт послуг), серед інших країн – Туреччина, Грузія та Єгипет (експорт товарів), Канада, США та Туреччина (експорт послуг). У структурі експорту товарів переважали папір та картон, зернові культури, деревина та вироби з деревини, молоко та молочні продукти; у структурі експорту послуг – послуги транспорту та зв'язку, послуги в операціях з нерухомістю, послуги готелів і ресторанів.

Починаючи з 2009 року, обсяги імпорту товарів та послуг не мали сталої тенденції до збільшення або до зменшення. Слід зауважити, що обсяги імпортованих з країн СНД та з країн ЄС товарів та послуг також не мали сталої тенденції до збільшення або до зменшення. Стабільними партнерами Чернігівської області у питаннях імпорту товарів та послуг серед країн СНД є Російська Федерація, Білорусь, Казахстан та Молдова, серед країн ЄС – Велика Британія та Італія (імпорт товарів), Велика Британія, Польща, Німеччина, Болгарія та Австрія (імпорт послуг), серед інших країн – Бразилія, Індія та Китай (імпорт товарів), США, Кіпр, Об'єднані Арабські Емірати та Туреччина (імпорт послуг). У структурі імпорту товарів переважали папір та картон, пластмаси; у структурі імпорту послуг – послуги в операціях з нерухомістю, послуги, пов'язані з державним управлінням, послуги в обробній промисловості, послуги готелів і ресторанів, послуги транспорту та зв'язку.

Коефіцієнт покриття імпорту експортом починаючи з 2009 року знижувався, але вже в 2012 році підвищився і досяг максимальної позначки за період, що аналізується (99,6%)

Висновки з проведеного дослідження. Отже, виходячи з вищезазначеного, можемо зробити висновок, що Чернігівська область має широкий спектр зовнішньоекономічних відносин з багатьма країнами світу, в тому числі з країнами СНД та з країнами

ЄС. Ряд країн є постійними партнерами області, що дає можливість не лише надалі підтримувати з ними налагоджені економічні відносини, але й поглиблювати та розширювати їх. З такими країнами СНД як Російська Федерація, Білорусь та Молдова Чернігівська область стабільно співпрацює, здійснюючи як експортні, так і імпорتنі операції, тому ці держави є ключовими партнерами Чернігівської області в питаннях зовнішньоекономічної діяльності. Зважаючи на євроінтеграційний національний курс, вкрай важливо приділяти найбільшу увагу економічному співробітництву області з країнами-членами ЄС, а саме з постійними партнерами – Італією, Польщею та Францією та з перспективними партнерами – Великою Британією, Болгарією, Австрією та Німеччиною. Серед інших країн світу важливими партнерами є країни, з якими добре налагоджені експортні та імпорتنі операції – США, Туреччина та Індія, а також країни, з якими зовнішня торгівля може бути поглиблена – Об'єднані Арабські Емірати, Китай, Грузія та Єгипет.

Зважаючи на те, що підприємства Чернігівської області, з однієї сторони, експортують продукцію паперово-картонної галузі промисловості, а, з іншої сторони, імпортують продукцію цієї ж галузі, вважа-

ємо доцільним переглянути перелік імпорتنих позицій по цій галузі та розглянути можливість виробляти їх самостійно (адже Чернігівська область має всі необхідні для цього ресурси).

Перспективами зовнішньоекономічної діяльності Чернігівської області є поглиблення співпраці з країнами-партнерами; розширення географії ринків збуту товарів та послуг; розширення асортименту товарів та послуг, що експортуються; підвищення міжнародного іміджу області та її інвестиційної привабливості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. Статистичний збірник «Регіони України» (2 частини). [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. – Львів : Афіна, 2004. – 140 с.
3. Економічний портал Чернігівської області. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.chernihiv-oblast.gov.ua/>.
4. Закон України від 16 квітня 1991 р. «Про зовнішньоекономічну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 29. – Ст. 377.
5. Закон України від 29 червня 2004 р. «Про міжнародні договори України» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 50. – Ст. 540.

УДК 338.24:330.12

Світлоока В.Ф.

*аспірант кафедри економічної теорії, прикладної та національної економіки
Класичного приватного університету*

ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ ТА ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНУ ЗАХИЩЕНІСТЬ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ВДОСКОНАЛЕНЬ ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Стаття присвячена проблемі оцінювання економічного ефекту від функціонування соціально-економічних інститутів, зокрема – інституту економічної експертизи. При визначенні економічного ефекту від функціонування інституту економічної експертизи враховано дві складові: економічний ефект, якщо інститут не сформовано; економічний ефект, якщо інститут сформовано. Запропоновано за допомогою когнітивної моделі визначати вплив на економічну захищеність країни від впровадження вдосконалень інституту економічної експертизи.

Ключові слова: альтернатива, втрати, економічна захищеність, ефект, загроза, інститут економічної експертизи.

Светлоокая В.Ф. ОЦЕНИВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА И ВЛИЯНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЗАЩИЩЕННОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЙ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Статья посвящена проблеме оценивания экономического эффекта от функционирования социально-экономических институтов, в частности – института экономической экспертизы. При определении экономического эффекта от функционирования института экономической экспертизы учтено две составляющие: экономический эффект, если институт не сформирован; экономический эффект, если институт сформирован. Предложено с помощью когнитивной модели определять влияние на экономическую защищенность страны от внедрения совершенствований института экономической экспертизы.

Ключевые слова: альтернатива, потери, экономическая защищенность, эффект, угроза, институт экономической экспертизы.

Svitlooka V.F. ASSESSMENT OF ECONOMIC EFFECT AND IMPACT OF IMPROVEMENTS IMPLEMENTATION OF THE INSTITUTE OF ECONOMIC EXPERT ANALYSIS ON ECONOMIC SECURITY

This article studies the problem of economic effect assessment of socioeconomic institutes operation, and the institute of economic expert analysis in particular. Defining the economic effect of the institute of economic expert analysis operation two constituents are taking into consideration: economic effect if the institute is not formed, and economic effect if the institute is formed. By using the cognitive model, it is offered to define the impact of the improvements implementation of the institute of economic expert analysis on the country's economic security.

Keywords: alternative, losses, economic security, effect, threat, institute of economic expert analysis.

Постановка проблеми. Економічна безпека країни є однією з важливіших складових національної безпеки. Складовими економічної безпеки є: макро-економічна, фінансова, зовнішньоекономічна, інвестиційна, науково-технологічна, енергетична, виробнича, демографічна, соціальна, продовольча безпека

[1]. Від ефективності дій державних органів влади значною мірою залежать такі аспекти економічної безпеки, як: рівень та якість життя, рівень злочинності, економічний потенціал тощо. Без ефективного, узгодженого функціонування соціально-економічних інститутів (СЕІ) неможливий ні економічний, ні со-

ціальний розвиток. Тобто інституціональна складова економіки є однією з головних складових економічної захищеності країни. Під економічною захищеністю будемо розуміти такий стан економічної системи при якому небезпека є мінімальною.

Інститут економічної експертизи опосередковано впливає на соціально-економічні, політичні та інші процеси, які відбуваються в країні, оскільки завдання діяльності цього інституту є виявлення зловживань та кваліфікована оцінка певним процесам, явищам, що відбулися. Ліквідація же негативних наслідків від певних економічних зловживань можлива за умови тісної співпраці інституту економічної експертизи з іншими СЕІ. Але інститут економічної експертизи в Україні ще остаточно не сформувався, тому питання дослідження впливу діяльності інституту економічної експертизи на економіку країни є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інституціональна структура суспільства є предметом багатьох наукових праць. Українські вчені також досліджували питання економічного розвитку України з позиції інституціональної теорії, а саме В. Геєць [2, с. 31] вивчав зв'язок суспільного розвитку та інституціональних перетворень. Питання нормативно-правової складової при побудові інституціональної структури державної форми власності розглядав В. Мандибура [3, с. 68]. Інституціональні основи ринкової економіки в своїх роботах аналізував А. Ткач [4, с. 29]. Теоретико-методологічні аспекти інституціоналізму досліджував А. Чухно [5, с. 6].

Дослідженню питання економічної безпеки країни присвячено праці багатьох вчених, зокрема О. Александрова, Г. Дарнопыха, О. Власюка та інших. Більшість з авторів аналізують складові економічної безпеки, фактори, що на них впливають. Проте питання оцінювання економічного ефекту та впливу на економічну захищеність діяльності соціально-економічних інститутів, зокрема інституту економічної експертизи, в українській науковій літературі не висвітлено. Це і обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є оцінювання економічного ефекту від функціонування інституту економічної експертизи та визначення впливу від впровадження удосконалень цього інституту на економічну захищеність країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначити вплив функціонування інституту економічної експертизи на економічну захищеність запропоновано здійснювати за допомогою когнітивного моделювання [6, с. 105]. Об'єкт дослідження розглядається як складна система, для аналізу поведінки якої бідують структурну схему причинно-наслідкових зв'язків – когнітивну модель.

На першому кроці для побудови когнітивної моделі впливу на економічну захищеність від впровадження вдосконалень інституту економічної експертизи необхідно виділити перелік факторів впливу на досліджуваній об'єкт. На основі опрацювання наукової літератури було виокремлено перелік факторів, що впливають на об'єкт дослідження. Фактори впливу поділено на три групи: політичні, економічні та соціальні. До найбільш важливих факторів політичного впливу віднесено: бюрократію, демократизацію законодавства, політичну активність суспільства, корупцію тощо. До

факторів економічного впливу віднесено: валову додану вартість (ВДВ), інвестиції, рівень економічної злочинності тощо. До соціальних факторів впливу віднесено: рівень безробіття, соціальну активність громадян, доступність інформації.

На другому кроці побудови когнітивної моделі визначено та зважено зв'язки між факторами. Фактори є вершинами графу, а зв'язки між ними – дугами графу. В даному дослідженні, розглядався тільки вплив факторів на економічну захищеність, зв'язки між факторами не враховувалися. Крім того, було використано найпростіший підхід зважування зв'язків, тобто якщо зв'язок прямий, то йому присвоювався знак плюс, а якщо – зворотній, то знак мінус. Наприклад, зв'язок між вершиною «інститут економічної експертизи» та вершиною «економічна захищеність» має зворотній зв'язок, оскільки діяльність інституту економічної експертизи сприяє зменшенню економічної злочинності. Когнітивну карту впливу політичних, економічних та соціальних факторів на економічну захищеність країни представлено на рисунку 1. Цільовим фактором є «економічна захищеність», а фактором впливу – «інститут економічної експертизи». Змінюючи фактор впливу можемо змінювати значення цільового фактору.

На третьому кроці визначено тип контуру (замкнутого циклу), для цього підраховано кількість зв'язків, що помічено знаком мінус. Якщо кількість зв'язків, що помічено знаком мінус, непарна, то контур стабілізуючий, а якщо – парна, то контур посилюючий.

Аналіз когнітивної карти, яка представлена на рисунку 1, дозволив зробити висновок, що контури є посилюючими.

Тобто позитивні зрушення будуть посилювати закладені тенденції при цьому негативні зрушення будуть також посилюватися. Для усунення такого недоліку в когнітивну модель необхідно додати зв'язки між факторами або ввести інші фактори, що можуть впливати на економічну захищеність. Таким чином, використання запропонованої когнітивної моделі дозволить визначати вплив на економічну захищеність країни від впровадження вдосконалень інституту економічної експертизи і, враховуючи це, розробляти стратегічні заходи щодо її підвищення.

Побудова матриць суміжності, задавання імпульсних процесів у їх вершини дають змогу визначити тенденції подальшого розвитку аналізованого

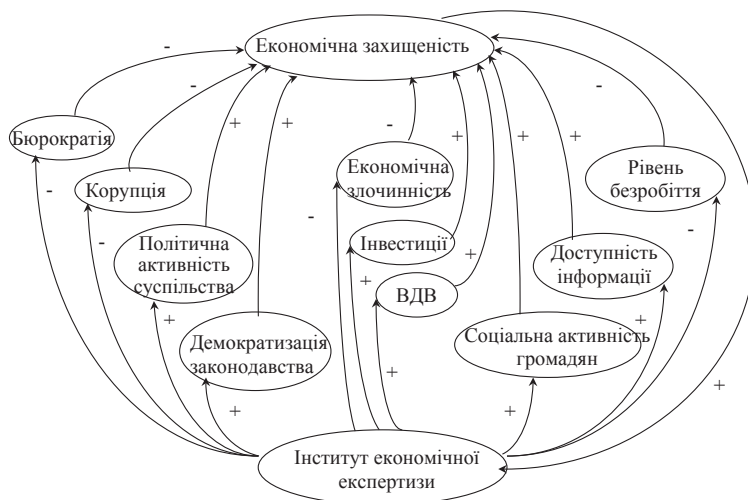


Рис. 1. Когнітивна карта впливу політичних, економічних та соціальних факторів на економічну захищеність країни

об'єкта. Важливість когнітивного моделювання полягає в тому, що за допомогою задавання імпульсів за тими чи іншими чинниками – важелями дії – система самостійно зумовлює подальший перспективний розвиток залежно від заданих первинних цілей. Так, наприклад, побудувавши імпульсну модель на базі когнітивної карти (рис. 1), можна визначити, в який період і на скільки зміниться рівень економічної захищеності країни.

Крім визначення впливу діяльності інституту економічної експертизи на економічну захищеність, важливо також оцінювати ефекти від функціонування цього інституту. Для оцінювання ефектів від функціонування СЕІ застосуємо запропоновану в попередніх дослідженнях автора трьох етапну процедуру [7, с. 82]. Так, на першому етапі ідентифіковано можливі ефекти: економічний, соціальний, політичний та інші. Соціальний, політичний та інші ефекти опосередковано пов'язані з економічним ефектом, наприклад, зниження рівня економічних зловживань призводить до зниження суми втрат суспільства від них, або ж виявлення несумлінних роботодавців, що не сплачують податки в повному обсязі, призводить, в кінцевому разі, до збільшення надходжень до бюджету. Тому будемо вважати, що економічний ефект повно віддзеркалює результат впровадження інституту економічної експертизи.

На другому етапі обрано кількісні характеристики економічного ефекту. Економічний ефект складається з двох частин: перша – це умовні втрати, яке має суспільство до впровадження СЕІ, зокрема, інституту економічної експертизи, а друга – додаткові доходи, що отримав суспільство у випадку, якщо СЕІ впроваджено. Такий підхід вперше був запропонований в роботах Е. Слепян [8, с. 75]

Для розрахунку економічного ефекту необхідно розглянути дві альтернативи:

- альтернатива A_1 – СЕІ не сформовано;
- альтернатива A_2 – СЕІ сформовано.

Множина економічних ефектів діяльності СЕІ має вигляд:

$$E_i^{\text{екон}} = \{e_1^{\text{екон}}, \dots, e_m^{\text{екон}}\}, \quad (1)$$

де $e_m^{\text{екон}}$, $m = 1, \dots, M$ – економічні ефекти від формування СЕІ, M – загальна кількість ефектів.

Крім того, множина економічних ефектів $E_i^{\text{екон}}$ складається з двох складових: з ефектів, що отримуємо у випадку, коли СЕІ не сформовано, та ефектів, що отримуємо у випадку формування СЕІ, тобто з множини $E_1^{\text{екон}}$ та $E_2^{\text{екон}}$.

Множина $E_1^{\text{екон}} = \{e_1^{\text{екон}}, \dots, e_{m_1}^{\text{екон}}\}$ – це втрати грошей, часу тощо у випадку здійснення альтернативи A_1 , а множина $E_2^{\text{екон}} = \{e_{m_1+1}^{\text{екон}}, \dots, e_m^{\text{екон}}\}$ – це додаткові доходи у випадку здійснення альтернативи A_2 .

Так, економічний ефект, у випадку здійснення альтернативи A_1 , можна вимірювати кількістю злочинів економічної спрямованості, але такий показник не є інформативним, оскільки більш цікавими є вартісні оцінки. Тому, вважаємо, що адекватним вартісним еквівалентом буде сума втрат держави від злочинів у сфері господарської діяльності. До таких втрат віднесемо: $e_1^{\text{екон}}$ – втрати держави від здійснення фіктивного підприємництва; $e_2^{\text{екон}}$ – втрати держави від «відмивання» доходів, одержаних злочинним шляхом; $e_3^{\text{екон}}$ – втрати держави від нецільового використання бюджетних коштів; $e_4^{\text{екон}}$ – втрати держави від шахрайства з фінансовими ресурсами.

Ефект від здійснення альтернативи A_1 визначається наступним чином:

$$E_1^{\text{екон}} = -\sum_{m=1}^4 e_m^{\text{екон}}. \quad (2)$$

Слід зазначити, що у випадку здійснення альтернативи A_1 економічний ефект буде від'ємний, оскільки ця величина показує втрати суспільства.

Економічний ефект, у випадку здійснення альтернативи A_2 , вимірюється як додатковий дохід від впровадження удосконалень інституту економічної експертизи. Під додатковим доходом будемо розуміти додаткову додану вартість, що виробляється тими економічними суб'єктами, які здійснили злочини економічної спрямованості та були виявлені за підсумками проведених експертиз. До таких доходів віднесемо: $e_5^{\text{екон}}$ – додана вартість, що виробляється суб'єктами, які здійснювали фіктивне підприємництво; $e_6^{\text{екон}}$ – додана вартість, що виробляється суб'єктами, які здійснювали шахрайства з фінансовими ресурсами.

Ефект від здійснення альтернативи A_2 визначається наступним чином:

$$E_2^{\text{екон}} = \sum_{m=5}^6 e_m^{\text{екон}}. \quad (3)$$

Загальний економічний ефект можна визначити, підсумовуючи ефекти, що отримані в залежності від того, яка з двох альтернатив реалізується, тобто за формулою:

$$E^{\text{екон}} = \begin{cases} E_1^{\text{екон}}, & A_1 - \text{виконується} \\ E_2^{\text{екон}} - E_1^{\text{екон}}, & A_2 - \text{виконується} \end{cases}. \quad (4)$$

При чому, значення $E^{\text{екон}}$ може бути від'ємним у випадку, коли СЕІ не сформовано, тобто $E_2^{\text{екон}} = 0$. У випадку, коли СЕІ сформовано, навіть незважаючи на те, що $E_2^{\text{екон}}$ може приймати нульове значення, значення $E_1^{\text{екон}}$ є від'ємним і тому $E^{\text{екон}}$ буде приймати позитивні значення.

Оцінювання економічного ефекту ускладнюється тим, що, по-перше, відсутня узагальнена статистична інформація щодо втрат від зловживань в економічній сфері, по-друге, Міністерство внутрішніх справ подає інформацію по виявлених злочинах економічної спрямованості, а щодо невиявлених злочинів – звісно, інформації немає. Враховуючи вищесказане, оцінювання ефекту можна вважати дещо умовним, але навіть такий розрахунок дає змогу визначити, чи позитивно впливає діяльність певного соціально-економічного інституту на економіку країни.

Ефект від здійснення альтернативи A_1 визначено за даними Міністерства внутрішніх справ [9] щодо злочинів у сфері господарської діяльності. Так, сума втрат держави від означених злочинів у 2010 р. становила $E_1^{\text{екон}2010} = -2,73$ млрд. грн., у 2011 р. – $E_1^{\text{екон}2011} = -2,03$ млрд. грн.

Економічний ефект, у випадку здійснення альтернативи A_2 , будемо розраховувати з припущення, що сума валової доданої вартості суб'єктів, які здійснювали фіктивне підприємництво або шахрайство з фінансовими ресурсами дорівнює значенню валової доданої вартості, що приходить в середньому на одне підприємство в Україні. Так, розрахункові додаткові доходи від діяльності інституту економічної експертизи у 2010 р. дорівнюють $E_2^{\text{екон}2010} = 675,9$ млн. грн., а у 2011 р. – $E_2^{\text{екон}2011} = 673,6$ млн. грн.

Підсумовуючи визначені ефекти, отримано загальний економічний ефект у 2010 р. становив $E^{\text{екон}2010} = 3,4$ млрд. грн., а у 2011 р. – $E^{\text{екон}2011} = 2,7$ млрд. грн.

На третьому етапі застосування процедури оцінювання ефектів від функціонування СЕІ визначається доцільність формування СЕІ. Так, державним органам влади в процесі прийняття рішення щодо формування СЕІ пропонуємо користуватися наступною схемою:

- якщо ефект менше нуля, то суспільство несе умовні втрати, тому існує негайна потреба у формуванні СЕІ;

- якщо ефект дорівнює нулю, то суспільство нічого не втрачає та додатково не отримує від формування СЕІ;

- якщо ефект більше нуля, то суспільство отримує прибутки від функціонування СЕІ, що підтверджує доцільність його формування в країні.

Таким чином, оскільки розрахований економічний ефект більше нуля, то суспільство отримує прибутки від функціонування інституту економічної експертизи, тому вважаємо, що існує суспільна необхідність в його формуванні.

Запропонована процедура оцінювання ефекту від функціонування соціально-економічного інституту дозволяє визначати доцільність формування будь-якого інституту. Зазначена процедура використовується в рамках загальної концепції формування СЕІ.

Висновки з проведеного дослідження. Інституціональна структура, фактично, є моделлю економіки будь-якої країни, оскільки держава реалізує свої функції через систему інститутів. Відсутня або непрозора інституціональна структура спонукає розвиток корупції і економічних зловживань. Так, наприклад, інститут економічної експертизи є засобом контролю поведінки економічних агентів, за допомогою якого зменшується невизначеність економічних відносин.

Держава на законодавчому рівні може зменшувати або, навпаки, збільшувати реальні та потенційні економічні загрози. Стабільне економічне становище є одним із головних показників зміцнення економічної безпеки держави. Функціонування інституту економічної експертизи дозволить забезпечити стабільний економічний розвиток, а отже зменшити реальні та потенційні економічні загрози.

Запропонована в роботі когнітивна модель оцінювання впливу від впровадження вдосконалень ін-

ституту економічної експертизи на економічну захищеність дозволить приймати якісні управлінські рішення щодо формування інституціональної структури країни. Процедура оцінювання економічного ефекту є універсальною та може бути використана для визначення ефекту від функціонування будь-якого соціально-економічного інституту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про основи національної безпеки України» № 3200-IV від 15.12.2005 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=964-15>.
2. Геєць В.М. Інституційні перетворення і суспільний розвиток /
3. В.М. Геєць // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 2. – С. 29–36.
4. Мандибура В.О. Нормативно-правова складова інституційної архітектури державної форми власності / В.О. Мандибура // Екон. теорія. 2005. – № 1. – С. 67–80.
5. Ткач А.А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури: Моногр. / А.А. Ткач; Об'єдн. ін-т економіки НАН України. – К., 2005. – 295 с.
6. Чухно А. Інституціоналізм: теорія, методологія, значення / А. Чухно // Економіка України. – 2008. – № 6. – С. 4–13.
7. Робертс Ф.С. Дискретные математические модели с приложениями к социальным, биологическим и экологическим задачам / Ф.С. Робертс. – М. : Наука, 1986. – 497 с.
8. Світлоока В.Ф. Оцінювання ефекту від формування соціально-економічних інститутів, зокрема інституту економічної експертизи / В.Ф. Світлоока // Актуальні проблеми економіки та управління сучасної України [текст]: матеріали доповіді Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 16-17 травня 2014 р.) // Ужгородський національний університет. – Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2014. – С. 81–84.
9. Слепян Е.В. Оцінювання ефективності регіональних інвестиційних проектів / Е.В. Слепян // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 5. – С. 73–78.
10. Стан та структура злочинності в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mvs.gov.ua/mvs/control/main/uk/publish/article/813157>.

УДК 339.564:338.27:338.439

Сенишин О.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту

Львівського національного університету імені Івана Франка

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ НА СВІТОВИХ РИНКАХ

Стаття присвячена напрямам підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на світових ринках. У результаті комплексного дослідження конкурентоспроможності агропродовольчого сектору здійснено розрахунок таких показників: індексів виявлених порівняльних переваг та індексів відносних торговельних переваг для окремих сільськогосподарських товарів, що є основними товарами експортної спеціалізації України. Розроблено ряд заходів у контексті підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на світових ринках за основними напрямками.

Ключові слова: конкурентоспроможність вітчизняної продовольчої продукції, експорт та імпорт продовольства, зовнішня торгівля, порівняльні переваги, індекс виявленої порівняльної переваги, індекс відносних торговельних переваг, експортна конкурентоспроможність, відносна залежність від імпорту.

Сенишин О.С. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ

Статья посвящена направлениям повышения конкурентоспособности отечественной продовольственной продукции на мировых рынках. В результате комплексного исследования конкурентоспособности агропродовольственного сектора осуществлен расчет таких показателей: индексов выявленных сравнительных преимуществ и индексов относительных торговых преимуществ для отдельных сельскохозяйственных товаров, являющихся основными товарами экспортной специализации Украины. Разработан ряд мероприятий в контексте повышения конкурентоспособности отечественной продовольственной продукции на мировых рынках по основным направлениям.

Ключевые слова: конкурентоспособность отечественной продовольственной продукции, экспорт и импорт продовольствия, внешняя торговля, сравнительные преимущества, индекс сравнительного преимущества, индекс относительных торговых преимуществ, экспортная конкурентоспособность, относительная зависимость от импорта.

Senyshyn O.S. DIRECTIONS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF STATE FOOD PRODUCTS IN THE WORLD MARKET

Areas increase the competitiveness of state food products on world markets are showed in the article. As a result, a comprehensive study of the competitiveness of the agro-food sector by the calculation of these indicators, namely indices revealed comparative advantage indices and relative's trade advantages for certain agro-food products, which are the main products of export specialization Ukraine. A number of measures in the context of improving the competitiveness of domestic food products in the world markets in key areas are designed.

Keywords: competitiveness of state food production, exports are food import, foreign trade, comparative advantage, index of revealed comparative advantage, index for trading relative advantages, export competitiveness, relative dependence on imports.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки розвиток зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки будь-якої держави, оскільки він має не тільки економічне, але й величезне політичне значення. Адже, виклики, які пов'язані з глобалізацією агропродовольчої системи, ведуть до прискорених темпів розширення світової торгівлі продовольчими товарами, порівняно із темпами зростанням виробництва сільськогосподарської продукції і продуктів харчування. Вважаємо, що із важливих питань у процесі інтеграції України у світове економічне співтовариство є насиченість її внутрішнього ринку конкурентоспроможною агропродовольчою продукцією та розширення її експорту.

Поряд з цим пріоритетним напрямом стратегічного розвитку продовольчого комплексу України на етапі формування взаємовідносин із світовим ринком слід вважати не лише зростання його експортних можливостей, а й удосконалення структури експорту, а основне – вихід на нові ринки з конкурентоспроможною агропродовольчою продукцією, яка б відповідала вимогам міжнародних стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що дослідженню конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на світових ринках присвячені праці багатьох вчених-економістів, зокрема: В.Г. Андрійчука, В.І. Вернадського, В.М. Гейця, В.І. Губенка, Б.М. Данилишина, Л.В. Дейнеко, О.М. Кириченка, М.А. Кравця, А.І. Кредісова,

А.С. Лисецького, Ю.В. Макогона, Б.П. Плишевського, П.Т. Саблука та ін.

Постановка завдання. Основним завданням наукової статті є розробка ряду заходів у контексті підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на світових ринках за основними напрямками.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вважаємо, що конкурентоспроможність вітчизняної агропродовольчої продукції складається із сукупності конкурентних переваг, що проявляються на світовому ринку шляхом їх порівняння з відповідними показниками-факторами (чинниками) інших країн-конкурентів.

Дослідження різних думок та трактувань учених-економістів стосовно чинників, які формують конкурентні переваги певної країни у виробництві того чи іншого виду продовольчої чи сільськогосподарської продукції, налаштовує на думку про те, що найбільш актуальним підходом до вирішення вищезазначеної проблеми є аналіз експорту та імпорту сільськогосподарської та продовольчої продукції. Відповідно, чим більший обсяг експорту країною певного товару, тим більше конкурентних переваг вона має.

Комплексно оцінюючи конкурентоспроможність агропродовольчого сектору порівняно з іншими галузями економіки України, вважаємо за доцільне використання методики розрахунку індексу виявленої порівняльної переваги RCA_i , використовуючи статистичну інформацію щодо обсягів зовнішньої

торгівлі країни окремими групами товарів. Вищезгадана концепція розглядає стан конкуренції окремого сектора порівняно з іншими секторами економіки країни, причому в індикатор включають обсяги експорту й імпорту. Індекс RCA_i (Revealed Comparative Advantage), тобто індекс виявленої порівняльної переваги, уніфікує експорт та імпорт i -тої галузі із загальним експортом й імпортом усіх галузей певної країни:

$$RCA_i = \left[\frac{X_i - M_i}{X_i + M_i} - \frac{\sum (X_i - M_i)}{\sum (X_i + M_i)} \right], \quad (1)$$

де RCA_i – індекс виявленої порівняльної переваги i -тої галузі;

X_i – вартість експорту продукції i -тої галузі;

M_i – вартість імпорту продукції i -тої галузі.

Позитивна величина цього індексу означає, що i -та галузь має порівняльну перевагу. Якщо i -та галузь є чистим експортером, то вона більше експортує порівняно з сукупністю всіх галузей. Від’ємна величина індексу відображає порівняльну втрату. Динаміку порівняльних переваг України у зовнішній торгівлі окремими групами товарів у 2007–2012 рр. подано на рис. 1.

Зазначимо, що за аналізований період 2007–2012 рр. як видно із рис. 1, спостерігаємо негативну тенденцію до поступової втрати конкурентоспроможності продукції тваринництва, а також значні коливання порівняльних переваг України у зовнішній торгівлі окремими групами агропродовольчих товарів у різні роки досліджуваного періоду 2007–2012 рр.

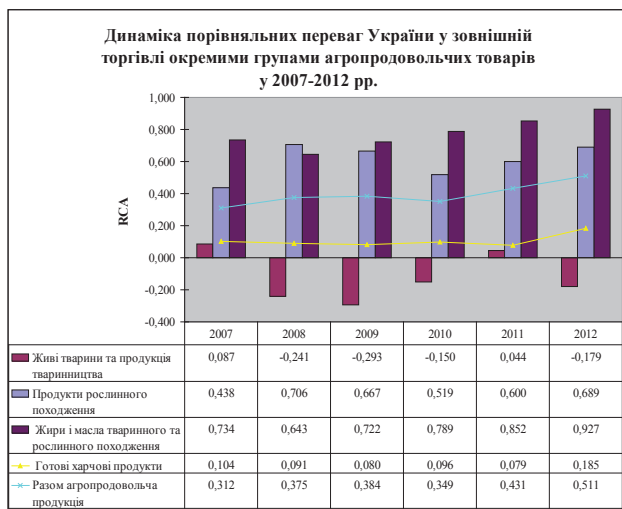


Рис. 1. Динаміка порівняльних переваг України у зовнішній торгівлі окремими групами агропродовольчих товарів у 2007–2012 рр.

Власні розрахунки автора на основі [1, с. 37–53]

Окрім оцінки порівняльних переваг вітчизняного агропродовольчого виробництва в цілому, нами також було проведено дослідження окремих продовольчих товарів в Україні за 2008–2011 рр. Для аналізу були обрані товари, що у даний час становлять основу українського агропродовольчого експорту. До вищезгаданих товарів входять як зернові (пшениця, ячмінь, кукурудза), насіння соняшнику та соняшникова олія, яловичина, молочні продукти (маргарин і знежирене сухе молоко). При цьому для проведення дослідження було обрано методику розрахунку індексів відносних торговельних переваг RTA_{ij} для окремих сільськогосподарських товарів, що є основними товарами експортної спеціалізації України. Обраний

період 2008–2011 рр. дозволяє прослідкувати динаміку зміни конкурентоспроможності окремих товарів з часом. При розрахунку індексу відносних торговельних переваг RTA_{ij} одночасно беруться показники експорту та імпорту певного товару, про що свідчить наведена формула 2 [3, р. 112]:

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij}, \quad (2)$$

де RXA_{ij} – індекс відносної експортної конкурентоспроможності i -го товару у j -й країні;

RMP_{ij} – індекс відносної залежності від імпорту i -того товару у j -тій країні.

Позитивне значення даного показника вказує на відносні переваги у зовнішній торгівлі, негативне – на відносні невігоди.

Аналіз міжнародної конкурентоспроможності товарів, що становлять основу агропродовольчого експорту в Україні у 2009–2011 рр. (на основі розрахунків індексів відносних торговельних переваг RTA_{ij} , що зображено на рис. 2), дозволив зробити кілька важливих висновків. По-перше, позитивною обставиною є те, що у 2009–2011 рр. всі товари, обрані для дослідження, за виключенням знежиреного сухого молока у 2009 р., були конкурентоспроможними на зовнішньому ринку, про що свідчать позитивні значення індексів RTA .

По-друге, як видно з рис. 2, у 2011 р. майже для усіх продовольчих товарів, за винятком кукурудзи та знежиреного сухого молока, було характерним значне зниження конкурентоспроможності порівняно з 2010 р. внаслідок скорочення експорту, причиною чого є фінансова криза в Росії, куди спрямовується значна частка української агропродовольчої продукції. Так, наприклад, у 2011 р. порівняно з 2010 р. індекс RTA для пшениці знизився на 0,618; для ячменю – на 10,791; олії соняшникової – на 5,859; яловичини – на 0,193; маргарину – на 0,269 тощо. Це свідчить про досить високу залежність України від кон’юнктури зовнішніх ринків і вимагає пошуку шляхів диверсифікації експорту.

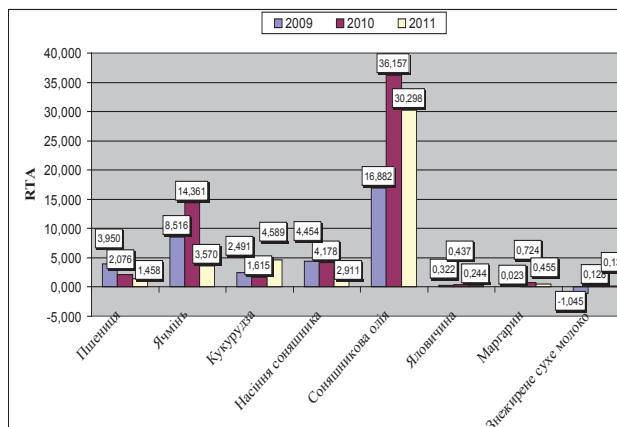


Рис. 2. Динаміка міжнародної конкурентоспроможності товарів, що становлять основу агропродовольчого експорту в Україні у 2009–2011 рр. (на основі розрахунків індексів відносних торговельних переваг RTA_{ij})

Власні розрахунки автора на основі даних FAOSTAT [2]

По-третє, аналіз значень показників RTA свідчить про те, що найбільш конкурентоспроможною на світовому ринку у 2009–2011 рр. є соняшникова олія, оскільки її частка в українському експорті у десятки разів перевищує аналогічну частку у світовому експорті (RTA у 2011 р. становив 30,298). Досить конкурентоспроможними є також і ячмінь та

насінина сояшника. Варто зауважити, що у 2010 р. значення RTA для насіння сояшника досягло рівня 14,361.

По-четверте, розраховані індекси відносних торговельних переваг RTA_{ij} для зернових за 2009–2011 рр. свідчать про їх конкурентоспроможність. Хоча у структурі українського експорту сільськогосподарської продукції саме зернові займають найбільшу частку, абсолютне значення RTA є досить невисоким. Так, до прикладу, у 2011 р. індекс RTA для пшениці становив 1,458, для ячменю та кукурудзи – 3,570 та 4,589 відповідно. Це пояснюється тим, що, поряд з експортом, в Україні протягом досліджуваного періоду постійно мав місце й імпорт окремих видів зернових. Крім того, для зернових характерна досить висока частка у світовому експорті.

По-п'яте, із рис. 2. чітко простежено тенденцію невисокої конкурентоспроможності тваринницької продукції, однак позитивним є те, що у 2011 р. усі три товари, обрані для дослідження, а саме: яловичина, маргарин і знежирене сухе молоко, були конкурентоспроможними на зовнішньому ринку. Крім того, не можна назвати позитивною обставиною значні коливання обсягів експорту у різні роки. Це свідчить про те, що Україна не має стійких позицій на світовому ринку, а конкурентоспроможність її продукції носить переважно ціновий характер та значною мірою залежить від кон'юнктури зовнішніх ринків.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, з урахуванням вищезначених проблем, а також позитивного зарубіжного досвіду, видається доцільною реалізація заходів у контексті підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продовольчої продукції на світових ринках за такими основними напрямками:

1) збільшення експортного потенціалу вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції через:

- розширення товарної структури експорту продовольчих товарів та підтримка продовольчих груп із зростаючими експортними обсягами (цукру і кондитерських виробів, какао, готових продуктів із зерна тощо);

- сприяння розробці й запровадженню систем управління якістю на основі принципів ISO 9000 та системи управління безпекою харчових продуктів (HASSP), а також системи охорони довкілля на основі принципів ISO 14000;

- покращення репутації України на міжнародному ринку продовольства як країни-виробника екологічно чистих і безпечних продуктів через розробку та реалізацію державних програм просування вітчизняної продовольчої продукції на зовнішні ринки, включаючи країн-учасниць СOT та ЄС;

- збільшення державних стратегічних запасів окремих продовольчих товарів (зернових, цукру тощо) для реалізації державних інтервенцій, а відтак

послаблення цінових коливань та унеможливлення спекуляцій на внутрішньому ринку;

- збільшення обсягів державного фінансування наукових розробок у сфері біотехнологій, генетики, селекції, плеїнної діяльності з метою покращення вхідних факторів забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції;

2) використання позитивного досвіду країн ЄС у регулюванні ринку агропродовольчої продукції в напрямі зміцнення конкурентоспроможності продовольчого комплексу;

3) гармонізація вітчизняних стандартів на сільськогосподарську та агропродовольчу продукцію згідно зі стандартами ЄС за такими основними напрямками:

- створення та запровадження вітчизняної бази гармонізованих з міжнародними вимогами стандартів на сільськогосподарську та продовольчу продукцію й сировину та забезпечення необхідних обсягів фінансування цих робіт;

- запровадження на території України спеціальної програми сільського господарства та розвитку села (SAPARD), яка дозволить гармонізувати українські стандарти до вимог ЄС з меншими затратами з державного бюджету;

4) посилення кооперації господарств населення виробників сільськогосподарської продукції;

5) налагодження співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції та дослідними установами через:

- запровадження грантових програм у вищих навчальних закладах з метою підтримки університетських досліджень, спрямованих на вирішення проблем продовольчої галузі, підтримка молодих науковців;

- фінансування з державного бюджету наукових досліджень, підготовки та підвищення кваліфікації кадрів для виробничої та соціальної сфери села, інформаційно-консультаційного обслуговування;

- стимулювання розвитку територіально-виробничих та агротехнічних комплексів виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції, наукового обслуговування сільськогосподарських виробництв.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зовнішня торгівля України : Статистичний збірник; відпов. за випуск А. Фризоренко. – К. : Державна Служба Статистики України, 2013. – 99 с.
2. Food and Agricultural Organization of the United Nation [Електронний ресурс] / FAOSTAT 2011. – Режим доступу : <http://faostat3.fao.org/faostat-gateway/go/to/download/T/TP/E>.
3. Scott L. Global Competitive Advantage and Overall Bilateral Complementary in Agriculture: Statistical Review / L. Scott, T. L. Vollrath, United States Department of Agriculture, Economic Research Service // Statistica Bulletin. – № 850. – Washington, 1992. – 182 p.

УДК 338.1

Сівіцька С.П.

*аспірант кафедри фінансів і банківської справи
Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЦЕС У СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Проаналізовано механізм обміну активами енергетичними компаніями в системі інвестиційного процесу забезпечення енергетичної безпеки держави. Досліджено міжнародний досвід з обміну активами в енергетичному секторі. Досліджено ризики інвестиційного процесу в стратегії забезпечення енергетичної безпеки держави. Визначено напрями інтеграції та диверсифікації енергоресурсів в стратегії забезпечення енергетичної безпеки держави.

Ключові слова: інвестиції, енергетика, міжнародний досвід, корпорації, активи, ризики, стратегія, енергетична стратегія.

Сивицкая С.П. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Проанализирован механизм обмена активами энергетическими компаниями в системе инвестиционного процесса обеспечения энергетической безопасности государства. Исследован международный опыт по обмену активами в энергетическом секторе. Исследованы риски инвестиционного процесса в стратегии обеспечения энергетической безопасности государства. Определены направления интеграции и диверсификации энергоресурсов в стратегии обеспечения энергетической безопасности государства.

Ключевые слова: инвестиции, энергетика, международный опыт, корпорации, активы, риски, стратегия, энергетическая стратегия.

Sivitska S.P. INVESTMENT IN STRATEGIES OF PROVIDING ENERGY SECURITY

Mechanism of exchange of assets in the system power companies' investment process to ensure energy security has been analyzed. International experience on exchange of assets in the energy sector has been studied. Risks of the investment process in the strategy to ensure energy security have been investigated. The directions of integration and diversification of energy resources in the strategy of energy security have been grounded.

Keywords: investment, energy, international experience, corporations, assets, risks, strategy, energy strategy.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день можна констатувати, що реалізація дійсної енергетичної політики України є малоефективною. У той же час відносини між головними гравцями світових та регіональних енергетичних ринків значно загострюються. У першу чергу, це стосується питань ціноутворення, надійності постачань та транзиту, використання постачань енергоресурсів як механізму політичного та економічного тиску. Однак забезпечення енергетичної безпеки держави та перехід від імпортованих енергоносіїв до власних потребує значних обсягів інвестиційних ресурсів і аналізу інвестиційних процесів у стратегії забезпечення енергетичної безпеки держави, що вимагає поглиблених досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблеми показав, що питання інвестиційного процесу в Україні розглядалося низкою вчених, таких як: Т. Майорова, А. Пересада, В. Лановий, В. Опарін, В. Базилевич, Г. Калетник, А. Касич, Г. Александер, Дж. Бейлі, В. Бочаров, З. Боді, Л. Гітмана, М. Джонк, А. Кейн та ін. Разом з тим, не зважаючи на значний обсяг наукових праць питанню інвестиційного процесу забезпечення енергетичної безпеки держави не приділялося значної уваги.

Мета статті. Головною метою даної роботи є дослідження інвестиційного процесу забезпечення енергетичної безпеки держави.

Виклад основного матеріалу. В Енергетичній стратегії України на період до 2030 р. зазначено, що однією із стратегічних цілей розвитку енергетичного комплексу є диверсифікація зовнішніх джерел поставок енергетичних продуктів та створення умов для залучення до ПЕК приватних інвестицій, нових технологій і сучасного досвіду ефективної роботи [1]. Відповідно до цього документу, ключовими умовами для ефективного розвитку енергетичного сектора є нарощення обсягів виробництва енергоресурсів, що,

в свою чергу, призводить до необхідності дослідження інвестиційних процесів в системі стратегічного планування розвитку енергетики в Україні.

Варто зауважити, що інвестиційний процес – це система економічних відносин, яка включає сукупність взаємопов'язаних елементів однієї складної динамічної системи – інвестиційної сфери, котра перебуває в стані постійних змін під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх системо-твірних чинників, спрямованих на перетворення інвестиційних ресурсів на нові дохідні активи – фінансові, реальні та людські [2]. А отже, саме механізм управління такими активами є одним із чинників функціонування інвестиційного процесу забезпечення енергетичної безпеки держави

Інтеграція України до світової економіки та європейський вибір України, що отримав підтримку з боку світової спільноти, мають підкріплюватися поступовим досягненням європейських стандартів рівня життя, в тому числі енергетичної ефективності та енергооснащеності, поступовим виконанням вимог ЄС до країн-претендентів у сфері ПЕК і суміжних екологічних питаннях. Що, в свою чергу, свідчить про необхідність пошуку джерел значних фінансових ресурсів для модернізації, переорієнтації та вдосконалення енергетичних систем й участі в міжнародних інвестиційних енергетичних проектах. Проблема полягає в недостатньому досвіді участі в міжнародних проектах, незважаючи на те, що українські компанії здійснюють за кордоном різні проекти або співпрацюють з партнерськими організаціями в рамках спільних підприємств і консорціумів, так НАК «Нафтогаз України» співпрацює з «ExxonMobil» (США), «Chevron» (США), «HALLIBURTON» (США), «TOTAL» (Франція), «ENI S.p.a» (Італія), «RWE Dea AG» (Німеччина), «ТРАО» (Туреччина), «Cadogan Petroleum plc.» (Великобританія), «CBM Oil plc»

(Великобританія), «ТОЧМА» (Китай), «СІНОПЕК» (Китай), «Лукойл» (РФ), «Газпром» (РФ), ТНК-ВР (РФ) [3]. Однак знання і досвід, які можуть принести українські компанії в міжнародні проекти, досить обмежені.

Більшість стратегій інтернаціоналізації засновані на використанні наявних можливостей, при цьому корисний ефект для компанії іноді залишається під питанням; основна цінність для приймаючої країни, яку українські компанії можуть забезпечити, – це капітал; так, одним із перспективних механізмів забезпечення інвестиційного процесу в енергетичному секторі постає варіант залучення активів, що може стати конкурентною перевагою для українських компаній.

Національні та міжнародні енергетичні компанії з різних країн світу шукають можливості для обміну активами на цільових ринках і укладають угоди. Залучаючи міжнародних учасників, компанії отримують можливість розширити список своїх діючих проєктів в інших країнах світу. Таким чином, з точки зору компанії, обмін активами допомагає вирішити відразу два завдання: залучення міжнародних учасників у проєкт і входження компанії в нові проєкти в цільових регіонах (табл. 1).

Одним з прикладів співпраці з обміном активами є угода між компаніями Statoil і Total: у 2011 р. компанії Statoil і Total E & P Norge AS підписали угоду, у відповідності з якою Statoil придбала всю частку участі Total в родовищі Valemon (2,5%) в обмін на передачу Total 2,0% в родовищі Hild. Statoil розглядає таку угоду як природне збільшення і консолідацію активів, що перебувають в її управлінні, в ключовому регіоні на континентальному шельфі Норвегії [4]. Угода являє приклад активного управління портфелем активів, що є ключовим заходом для оптимізації процесу створення вартості. Інші компанії також використовують обмін активами: норвезька Statoil – для оптимізації портфеля міжнародних активів [5], алжирська Sonatrach – для придбання ноу-хау [6], казахська АТ НК КазМунайГаз – для більш глибокої інтеграції в міжнародну нафтову промисловість, а також багато інших компаній. Крім того, що комерційні угоди в енергетичному секторі важливі для компаній, вони завжди мають величезне значення з точки зору енергетичної безпеки держави.

Стабільні поставки енергоресурсів відображаються на тенденціях національної економіки та розви-

Таблиця 1
Співвідношення наявних можливостей українських компаній та передумов розвитку співпраці з іноземними інвесторами

Передумови розвитку співпраці з міжнародними партнерами	Наявні можливості українських компаній
Капітал	– Капітал
Технології і знання	– Деякі технології
Доступ до кінцевих ринків і каналів збуту	X
Практичний досвід:	
Принципи управління проєктами, а також досвід включення різних типів компаній (міжнародних і національних нафтогазових компаній) у структуру проєкту	X
Процес спільної розробки проєкту	X
Управління групами зацікавлених осіб, а також політичними та соціальними ризиками в рамках складного проєкту	– Політичну підтримку зацікавлених осіб в деяких країнах; регіональну близькість і схожість культур
Управління складною ієрархічною структурою субпідрядників	X
Вибір, залучення до участі спільних підприємств та / або управління такими СП на основі правильних угод, що забезпечують комерційний успіх і одночасно захист компаній від дорогих спірних ситуацій	X

тку, а забезпечення енергетичної безпеки є ключовим елементом національної енергетичної політики багатьох країн. Три основних фактора енергетичної безпеки держави – це безперервні поставки енергоресурсів, їх достатній обсяг і доступні ціни, тому надзвичайно важливе значення мають доступ до енергетичних ресурсів, надійні маршрути транспортування (і транзиту) і адекватне ціноутворення (див рис. 1). Для дотримання вимог енергетичної безпеки необхідно виконати наступні умови:

- своєчасні інвестиції в достатньому обсязі, які забезпечують належний розвиток ресурсної бази та транспортної інфраструктури;
- ринкові умови, які забезпечують баланс інтересів різних учасників.

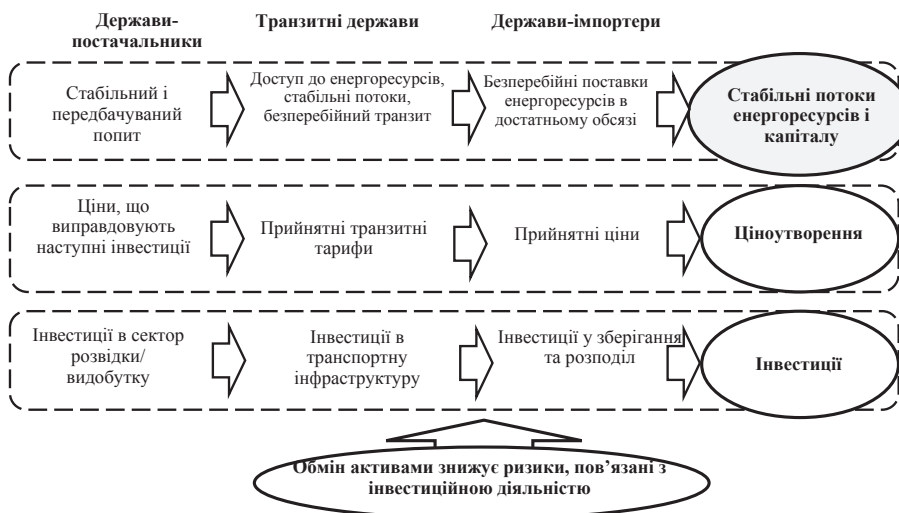


Рис. 1. Взаємний обмін активами в контексті забезпечення енергетичної безпеки

Енергетична безпека може бути охарактеризована як стабільний потік енергоресурсів і капіталу. Для цієї мети основними умовами є баланс інтересів виробників і споживачів (у формі механізму ціноутворення і результуючої ціни, достатньої для виробника для забезпечення подальших інвестицій і розумної і доступної для споживача) і своєчасний розвиток транспортної інфраструктури (для експорту та поставок), для якої істотне значення мають інвестиції. З цього приводу інтереси виробників і споживачів збігаються словами, обом сторонам необхідно мінімізувати ризик зменшення обсягу і ціновий ризик, а також інші ризики (наприклад, ризик порушення потоку енергоресурсів).

сів, ризик несплати поставок, небезпеку для навколишнього середовища, ризик невиконання компаніями своїх зобов'язань і ризик невиконання проекту).

Взаємне володіння активами дозволяє гарантувати засновану на принципах співробітництва поведінку партнерів по бізнесу на лібералізованих енергетичних ринках, де держави знижують ступінь своєї участі в економічній діяльності, але грають велику роль у регулюванні.

Засоби, які використовуються в рамках політики в галузі забезпечення енергетичної безпеки, різні для виробників, суб'єктів, які забезпечують транзит, і споживачів. Механізм обміну активами сприяє горизонтальній та вертикальній інтеграції різних бізнес-сегментів, забезпечуючи, таким чином, внесок у стабільність потоків енергії і капіталів.

Управління портфелем активів включає заходи щодо активів і цінних паперів компаній для досягнення конкретних інвестиційних цілей. Нафтогазовий сектор відрізняється особливими ризиками та невизначеностями, і управління портфелем активів не може не враховувати цих особливостей. Діяльність з управління портфелем активів включає аналіз ризиків, управління ризиками та аналіз портфеля активів. Ключовими складовими управління портфелем активів є злиття, поглинання і продаж активів. Угоди придбання мають потенціал для забезпечення більш швидких темпів зростання, ніж при органічному зростанні, шляхом вивчення та використання синергії в рамках існуючого портфеля активів. Відділення (продаж) активів має потенціал для монетизації непрофільних активів, скорочення накладних витрат і концентрації уваги до матеріальних активів. Угоди злиття можуть забезпечити істотну зміну розміру, економію за рахунок масштабів і переваги за рахунок регіональної синергії. Таким чином, угоди злиття, поглинання і продажу активів є важливим елементом управління портфелем активів в інвестиційному процесі [7].

Основна мета управління портфелем активів (проектів) полягає в зростанні капіталізації і зрівноваженні ризиків однієї групи проектів іншою групою проектів. Два основних принципи управління портфелем проектів – баланс і диверсифікація. Диверсифікація шляхом заміни одного проекту двома різними проектами істотно знижує ступінь ризику. Для зрівноваження ризиків компаніям необхідно:

- поєднувати діяльність з розвідки нових недосліджених родовищ із освоєнням уже вивчених;
- поєднувати нафтові та газові проекти з проектами в секторі відновлюваної енергетики;
- поєднувати проекти уздовж ланцюжка поставок (в галузі розвідки/видобутку, зберігання/транспортування та переробки/збуту);
- використовувати географічну диверсифікацію проектів з метою зниження концентрації політичних ризиків і оцінки різних ринків.

Це пояснює, по-перше, чому на газ припадає вже більше 40% в обсязі видобутку найбільших світових нафтогазових корпорацій і, по-друге, чому національні нафтові компанії так прагнуть до розробки активів в інших країнах, займаючись діяльністю в інших сегментах ланцюжка поставок, а також переймаючи досвід світових нафтогазових корпорацій.

Варто зазначити, що цілі угод в інвестиційному процесі можуть бути різними, включаючи географіч-



Рис. 2. Мінімізація ризиків: області, де доцільно використовувати злиття, поглинання та продажу активів

ну диверсифікацію, вертикальну або горизонтальну інтеграцію і диверсифікацію бізнесу. Обмін активами дозволяє компаніям досягти мети по входженню в новий сегмент ланцюжка поставок без втрати свого становища на вихідному ринку. Обмін активами означає стратегічне співробітництво між державою та компаніями. Основна ідея полягає в створенні інтегрованої низки поставок енергоресурсів, коли компанії з різних країн спільно володіють активами в сегментах розвідки/видобутку та переробки/збуту в рамках технологічно зв'язаних мереж. За такої схеми імпортер отримує гарантію поставок, а експортер – гарантію попиту. Таким чином, знижуються ризики енергозалежності та дискримінаційного доступу, незважаючи на збереження концентрації поставачальників і споживачів. В цілому обмін активами відіграє важливу роль в управлінні портфелем активів, оскільки така угода забезпечує відносно безпечні умови для диверсифікації портфеля по різних сегментах ринку і географічному положенню (рис. 2).

Перший приклад того, коли угода з обміну активами виступила інструментом захисту інвестицій, – це робота компаній в рамках стратегічного партнерства. Інвестиції в енергетичному секторі характеризуються високим ступенем специфіки: по-перше, активи мають фіксоване місце розташування і не можуть бути переміщені; по-друге, обладнання створюється під конкретний проект; по-третє, будівництво інфраструктури здійснюється для з'єднання фіксованого кола учасників. Все це може стати причиною опортуністичної поведінки одного з бізнес-партнерів. Створюючи спільне підприємство, сторони прагнуть знизити свій індивідуальний рівень ризику, а також розділити витрати, розмір яких значний, і встановити свої звичайні принципи в рамках спільного підприємства. Угода про спільне підприємство створює спільну відповідальність сторін, що діють з метою отримання взаємної вигоди.

Особливим типом спільного підприємства в енергетичному секторі є міжнародний консорціум – тимчасовий союз двох незалежних компаній, створений для ведення діяльності з розвідки і видобутку, будівництва енергетичних транспортних систем, переробки та ефективного збуту енергетичних матеріалів та продуктів та ін. [8]. Однією з цілей створення консорціумів є підвищення конкурентоспроможності компаній-учасників на міжнародних енергетичних ринках. Консорціуми можуть створюватися як компанії, так і держави. Відмінність від класичного спільного

підприємства полягає в тому, що консорціум створюється для реалізації конкретного проекту; коли проект завершується, підприємство перестає існувати. Частка в консорціумі залежить від узгодженої суми інвестицій кожної договірної сторони.

Одним із прикладів стратегічної співпраці в енергетичному секторі являється партнерство російської компанії Газпром і німецької BASF. У 1990 р. компанії підписали довгострокову угоду про постачання російського газу до Німеччини. В даний час компанії співпрацюють з приводу освоєння газових родовищ Сибіру (Південноросійське газоконденсатне родовище і ачмівські поклади Уренгойського газоконденсатного родовища), транспортування газу до Німеччини (проекти «Північний потік» і «Південний потік») і в питаннях продажу природного газу через спільне підприємство WINGAS, що спеціалізується на торгівлі природним газом. Крім створення партнерств, деякі інші стратегії компаній також можуть включати обмін активами.

По-перше, виділяються в числі цих стратегій горизонтальна інтеграція, або зростання в секторі, в якому компанія здійснює свою діяльність, наприклад, шляхом просування власних експертних знань за кордоном; і диверсифікація бізнесу (або горизонтальна диверсифікація) – вхідження в новий бізнес (рис. 3).

По-друге, вертикальна інтеграція – стратегічне рішення компанії здійснити інтеграцію уздовж всього виробничо-збутового ланцюжка. Досить звичайною є ситуація, коли компанії, що працюють в певних сегментах ланцюжка, з метою забезпечення надійності поставок і максимізації прибутку починають придбавати активи в інших сегментах. Виробники прагнуть до інтеграції діяльності з переробки і збуту з діяльністю щодо постачання та участі в діяльності

по переробці (нафтопереробці) і збуту, а також у виробленні електроенергії. Придбання в інших сегментах виробничо-збутового ланцюжка мають потенціал у відношенні стабілізації фінансових результатів компанії і в кінцевому підсумку збільшенні її капіталізації. Розглядаючи вертикальну інтеграцію як таку, можна виділити два ключові чинники успіху для енергетичних компаній, будь то державні компанії або міжнародні корпорації, – контроль над ресурсами і контроль над переробкою і ринками збуту. Враховуючи відносно обмежену кількість наявних у світі активів, механізм обміну активами представляється одним з основних засобів сприяння вертикальній інтеграції (як зворотного, так і прямого).

По-третє, географічна диверсифікація, яка, з одного боку, має потенціал відносно вирівнювання політичних ризиків, а з іншого – забезпечує доступ до нової ресурсної бази.

По-четверте, важливою метою для компаній, що виходять на міжнародні ринки, є отримання доступу до технологій і експертних знань. Деякі національні нафтові компанії, як і раніше, потребують ноу-хау і капітал для самостійної розробки своїх родовищ нафти, і тому вони звертаються за допомогою до великих нафтових корпорацій.

Висновки і пропозиції. Забезпечення адекватного рівня пропозиції енергії в глобальному масштабі вимагає значних і своєчасних інвестицій та міжнародного співробітництва уздовж всього ланцюжка поставок. Багатонаціональні та міжнародні енергетичні компанії, що здійснюють діяльність у міжнародному масштабі, розробляють нові методи і стратегії для вирішення поставлених перед ними завдань та забезпечення енергетичної безпеки як для країн-споживачів, так і для країн-виробників енергії. Обмін активами є одним з інструментів у складі вико-

ристовуваних ними тактичних прийомів. На основі аналізу здійснених угод з обміну активами можна зробити низку висновків.

По-перше, обмін активами дозволяє вийти на нові ринки в контексті стратегій глобалізації/інтернаціоналізації компаній енергетичного сектора.

По-друге, відносне зростання кількості угод з обміну активами може бути результатом глобального економічного спаду.

По-третє, у багатьох випадках обмін активами є тільки частиною стратегічних угод між енергетичними компаніями, які включають спільну діяльність в галузі геологічних і геофізичних досліджень, розробки технологій, освоєння родовищ, буріння свердловин, фінансування, логістики, техніки безпеки, охорони здоров'я і навколишнього середовища.

По-четверте, обмін активами використовується для мінімізації ризиків в рамках стратегії з диверсифікації і збалансуванню портфеля активів.

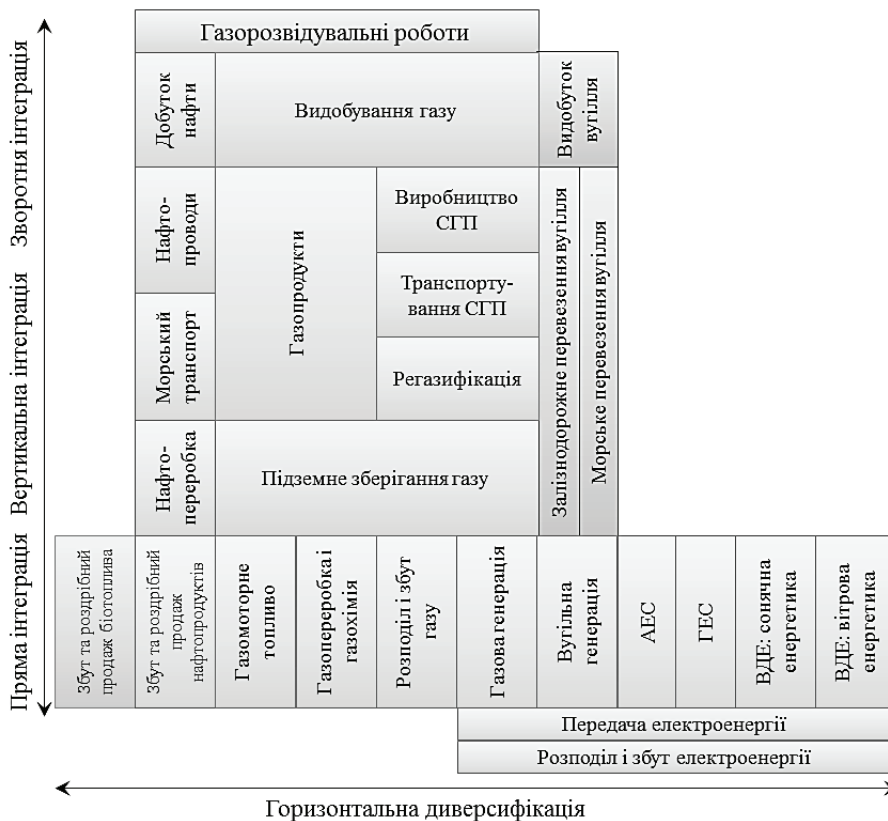


Рис. 3. Ланцюги поставок енергоресурсів і напрями інтеграції/диверсифікації

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. від 24.07.2013 № 1071 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/>
2. [uk/doccatalog/list?currDir=50358](http://ukdoccatalog.org/list?currDir=50358).
3. Майорова Т.В. Інвестиційний процес і фінансово-кредитні вагелі його активізації в Україні: монографія. – К. : КНЕУ, 2013. – 332 с.
4. Офіційний сайт НАК «Нафтогаз України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.naftogaz.com/www/3/nakweb.nsf?Open>.
5. Statoil increases Valemon Stake in Total Asset Swap // World Oil Online. [Electronic source]. Access mode: http://www.worldoil.com/Statoil_increases
6. [Valemon_stake_in_Total_asset_swap.html](http://www.worldoil.com/Statoil_increases).
7. Piepul R. Issues & Analysis: Norway opens debate on partial privatization of Statoil // Oil and Gas Journal. [Electronic source]. Access mode: <http://www.ogj.com/articles/2000/12/issues-analysis-norway-opens-debate-on-partial-privatization-of-statoil.html>.
8. Izundu U. WEC: Algeria to OER 10–15 blocks in next round // Oil and Gas Journal. [Electronic source]. Access mode: <http://www.ogj.com/articles/2007/11/wec-algeria-to-oer-10-15-blocks-in-next-round.htm>.
9. Обмен активами как инструмент обеспечения энергетической безопасности: Информационный документ. ООО «4Д Консалт». – Москва, 2011 г. – С. 7.
10. Газотранспортна система України: готовність до співпраці? [Електронний ресурс] // Національна безпека і оборона. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/ukr/journal_pos.php?y=2004&cat=1&pos=140.

УДК 658.56:637.5

Ставська Ю.В.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Вінницького національного аграрного університету***ВДОСКОНАЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯКОСТІ**

Стаття присвячена дослідженню національної системи якості. Розкривається створення відповідної системи контролю якості та інфраструктури, які відповідають за удосконалення і просування якості, підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств, укладання надійних трансакцій на товари і послуги, сприяння дотриманню міжнародних угод, що мають відношення до оцінки відповідності, надання технічної підтримки органам регулювання.

Ключові слова: акредитація, випробування, інфраструктура якості, лабораторія, сертифікація, стандартизація, метрологія, системи якості.

Ставская Ю.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАЧЕСТВА

Статья посвящена исследованию национальной системы качества. Раскрывается создание соответствующей системы контроля качества и инфраструктуры, которые отвечают за совершенствование и продвижение качества, повышение конкурентоспособности местных предприятий, заключение надежных трансакций на товары и услуги, содействие соблюдению международных соглашений, имеющих отношение к оценке соответствия, предоставление технической поддержки органам регулирования.

Ключевые слова: акредитация, испытания, инфраструктура качества, лаборатория, сертификация, стандартизация, метрология, системы качества.

Stavska U.V. THE IMPROVEMENT OF NATIONAL QUALITY INFRASTRUCTURE

The article investigates the national quality. It reveals the establishment of appropriate quality control systems and infrastructure, which are responsible for improving and promoting quality, improving the competitiveness of local businesses, concluding reliable transactions for goods and services, promoting the application of international agreements relating to conformity assessment and to provide technical support to regulators.

Keywords: accreditation, probation, infrastructure of quality, laboratory, certification, standardization, metrology and quality systems.

Постановка проблеми. У період інтенсивного зростання міжнародних зв'язків України та її прагнення до інтеграції з Європейським Співтовариством вдосконалення національної інфраструктури системи якості є вкрай важливим питанням.

Аналіз останніх досліджень. Проблема управління якістю продукції займалася значна кількість вітчизняних вчених: Т.М. Бойко, Р.С. Бичківський, О.Ю. Бронська, О.С. Бутенко, Е.М. Векслер, В.Г. Версен, В.П. Галушко, А.В. Гличев, Н.З. Гончаров, М.М. Дорош, П.Я. Калита, Ю.І. Койфман, О.В. Мазуренко, Л.Я. Малюта, Я.О. Мармуль, Б.В. Мельник, Е.С. Михеєнко, О.І. Момот, М.І. Шаповал, Ф.О. Ярошенко та багато інших. У своїх працях вони висвітлювали теоретичні засади вдосконалення процесу сертифікації та стандартизації продукції та послуг в Україні, що є лише частиною інфраструктури якості.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання, яке полягає в дослідженні та виявленні напрямів вдосконалення сучасної інфраструктури системи якості вітчизняної продукції.

дженні та виявленні напрямів вдосконалення сучасної інфраструктури системи якості вітчизняної продукції.

Виклад основного матеріалу. Вітчизняна інфраструктура якості складається з наступних щаблів: проведення випробувань, здійснення сертифікації продукції, її стандартизація, проведення акредитації, метрологія.

У всіх галузях випробування служать засобом вивчення характеристик, вмісту і/або визначення параметрів якості продукції, компонентів, речовин, тощо. Всі випробування будь-якого виду чітко залежать від універсально застосованих, визнаних настанов, які визначають, як і за яких обставин повинні проводитися випробування. У зв'язку з цим, стандартизація знову перебирає на себе головну роль, оскільки багато методів випробування стандартизовані у цілях забезпечення отримання взаємно зіставних і відновлюваних результатів.

Достовірність проведених випробувань залежить, звичайно, від правильного функціонування і точності випробувань та вимірювального устаткування. А останнє, в свою чергу, залежить від простежуваності калібрувань.

Результати випробування і аналіз можуть служити різним цілям. Якщо використовуються загальні випробування продукції в процесі виробництва як частині системи якості, то випробування, як правило, виконується маленькою внутрішньою лабораторією компанії з зосередженням на внутрішньому попиті. В цьому випадку постачальник і замовник являють собою особу власника. Ніяка третя сторона не бере в цьому участі, оскільки зовнішня оцінка непотрібна. Внутрішня випробувальна лабораторія може бути належно інтегрована в систему управління якістю компанії згідно з вимогами стандартів ISO серії 9000. Технічна компетентність входить до вимог в межах політики з якості компанії і простежуваності вимірювань та випробувань відповідно до стандартів ISO серії 9000.

Було б надзвичайно дорого створювати в країні лабораторії для всіх необхідних випробувань кожним виробником, споживчою групою або урядовою організацією. Тому вигідно використовувати існуючі спеціалізовані лабораторії і створювати тільки ті, яких не вистає. Ці лабораторії можуть бути приватними або вони можуть функціонувати в урядових організаціях; важливо те, щоб належна акредитація зробила їх доступними і надійними для різних цілей. Комерційні випробувальні лабораторії пропонують свої можливості будь-якому клієнту, який потребує цієї послуги. В цьому випадку клієнт буде довіряти результатам випробування тільки в тому випадку, якщо лабораторія може доказати свою безсумнівну технічну компетентність. Оскільки клієнт, як правило, не має засобів оцінки, то прийняття рішення третьою стороною відносно оцінки відповідності певним критеріям приймається компетентним і визнаним органом.

Цей вид системи узгоджений і встановлений по всьому світу. Управління якістю і технічними критеріями компетентності визначені міжнародним стандартом ISO/IEC 17025, який застосовує однакові критерії до всіх видів випробувальних і калібрувальних лабораторій. Існує тільки один виняток – клінічні і медичні лабораторії для повного задоволення потреб цієї галузі повинні відповідати вимогам стандарту ISO/IEC 15189. Орган з акредитації здійснюватиме оцінку і нагляд.

Державний або приватний сектор може засновувати випробувальні лабораторії згідно з потребами в країні. Ніякі переваги або винятки не повинні виконуватися, адже акредитація, як критерій компетентності для клієнтів, повинна проводитися незалежно від того, це урядова чи неурядова лабораторія.

Коли випробується еквівалентний зразок, скажімо, в п'яти різних випробувальних лабораторіях і отримуються п'ять різних результатів, то це марна витрата ресурсів і ця непослідовність результатів призводить до виправданої відсутності довіри. Це одна з причин, через які випробувальні лабораторії повинні проходити процес акредитації.

З метою уникнення структур подвійного випробування органи регулювання повинні використовувати лабораторії державні або приватні, до тих пір, поки вони акредитовані органом, визнаним на міжнародному рівні. Ключові критерії «технічної компетентності згідно з міжнародними стандартами» можуть і повинні бути визнані органом регулювання (рис. 1).

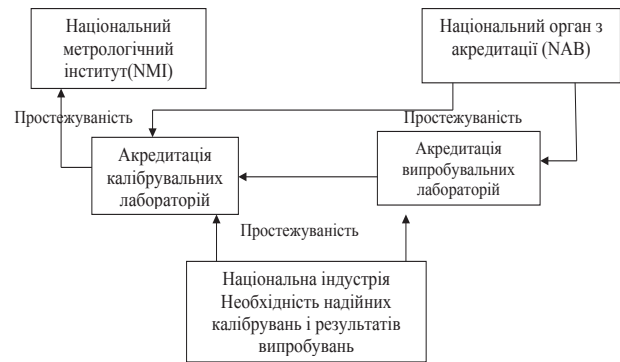


Рис. 1. Забезпечення надійності інфраструктури національних лабораторій

В свою чергу, сертифікація, базуючись на оцінці, підтверджує відповідність вимогам, визначеним документованими стандартами. Визнання може бути досягнуте за рахунок використання стандартів і процедур оцінки, які виконуються по всьому світові (стандартів ISO, рекомендацій Codex Alimentarius, тощо). Описання однакових ситуацій для випробувальних і калібрувальних лабораторій, а також оцінки третьою стороною компетентності органів з сертифікації та регулярні відвідини нагляду органом з акредитації підтвердять надійність і полегшать міжнародне визнання.

Акредитацію і сертифікацію часто плутають або розглядають як еквівалент, що являє собою помилку. Акредитація – значно більше, ніж сертифікація. Хоча деякі процедури подібні, акредитація містить додатковий компонент, який може бути одержаний від самого слова безпосередньо: для надання «кредиту» вимагається, перш за все, з'ясувати, настільки кредитоспроможна людина, установа або лабораторія, тобто настільки можна бути впевненим у їхній компетентності. Це можна вирішити тільки після контрольної перевірки відповідності вимогам стандарту. Щоб довести технічну компетентність, важливо оцінити не тільки правильне виконання стандартів якості, але й оцінити можливості і технічні результати. Технічний консультант повинен бути спеціалістом у галузі оцінки з, як мінімум, тим же рівнем компетентності, що й оцінюваний об'єкт для того, щоб бути здатним підтвердити не тільки відповідність вимогам стандарту, а також технічну компетентність, згадану в статті 6.1.1 ТВТ (Технічні бар'єри в торгівлі) Угоди СОТ.

Акредитація проводиться в самих різних галузях. Типова структура органу з акредитації може складатися з відділів акредитації:

- випробувальних і калібрувальних лабораторій на відповідність вимогам стандарту ISO/IEC 17025;
- органів інспекції на відповідність вимогам стандарту ISO/IEC 17020;
- органів з сертифікації систем управління якістю на відповідність вимогам стандарту ISO/IEC 17021 (колишня Настанова ISO/IEC 62);
- органів з сертифікації систем управління навколишнім середовищем на відповідність вимогам стандарту ISO/IEC 17021 (колишня Настанова ISO/IEC 66);
- органів з сертифікації продукції на відповідність вимогам Настанови І80/IEC 65;
- органів з сертифікації персоналу на відповідність вимогам стандарту І80/IEC 17024.

Орган з акредитації сам повинен дотримуватись відповідності вимогам стандарту ISO/IEC 17011 «Оцінка відповідності. Загальні вимоги до органів з

акредитації, що акредитують органи з оцінки відповідності». Цей стандарт замінив колишні Настанови 58 і 61.

Всі види акредитації, хоча вони проводяться у відповідності з різними настановами, дотримуються однакової процедури. Вона складається в основному з оцінки впроваджені системи якості в органі, який проходить акредитацію, і оцінка професійної компетентності в галузі акредитації. Для другої частини процедури в команді з оцінки бере участь визначений експерт за субпідрядним контрактом. Це надає органу з акредитації величезної гнучкості і можливості розширити свою діяльність з акредитації в кожній новій галузі, додаючи завжди нових визначених експертів до динамічної сфери «консультування». Аналогічно до роботи органу з стандартизації орган з акредитації працює із зовнішніми експертами технічних комітетів як ноу-хау для підтримки контексту різних галузей акредитації.

Закони або постанови будь-якого міністерства можуть визнавати результати випробувань тієї чи іншої лабораторії, але це буде прийматися тільки на національному рівні. Неакредитоване міжнародне визнання вимагає регулярних інспекцій країнами імпортування згідно з їхніми регламентами, і це може призвести до необхідності підтримки декількох паралельних структур з якості для задоволення інспекторів всіх видів.

Аналогічна проблема виникає на національному рівні, якщо одна лабораторія виконує, наприклад, однаковий хімічний аналіз для клієнтів різних секторів, таких як промисловість, нагляд за навколишнім середовищем, питання охорони здоров'я або аспекти безпеки продуктів харчування. Якщо ця лабораторія підтримує чотири різні види нагляду або акредитації з паралельними системами якості, то настільки це дорого тільки для того, щоб задовольнити чотири різні міністерства? Акредитація одного органу, визнаного по всьому світові, дозволила б скоротити ці зусилля до мінімуму.

Політика регіональних організацій полягає в тому, щоб мати тільки один орган з акредитації в країні MLA (Багатостороння угода про взаємне визнання). Країни в цілому прагнуть заснувати національну систему акредитації і визначити структуру акредитації в національному законі з метою уникнення конкуруючих організацій та ускладнень визнання всередині країни, а також скоротити витрати на дублювання національних структур і міжнародного членства та представництва. Рішення полягає у заснуванні одного національного органу з акредитації для всіх галузей акредитації.

Орган з акредитації повинен бути абсолютно незалежним і неупередженим, а також він повинен бути незалежною організацією, тобто організацією з невеликим адміністративним і управлінським штатом. Вся технічна експертиза тоді переміщується на субпідрядні контракти у залежності від фактичних потреб. Наявність експертів у всіх можливих галузях застосування акредитації як постійних співробітників в межах одного органу з акредитації є надзвичайно дорогою і неефективною. Таким чином, структурований орган з акредитації може охопити всі національні вимоги з акредитації і, як тільки міжнародне визнання буде досягнуте, може легко розширити свою діяльність з акредитації на нові галузі.

Малі країни з низьким попитом на акредитацію страждатимуть від двох основних проблем:

- недостатній прибуток для підтримки органу з акредитації; будуть потрібні постійні субсидії від уряду для підтримки органу з акредитації;

- відсутності практики, адже консультанти, ймовірно, ніколи не наберуть такого ж досвіду і технічної компетентності, як їхні колеги в більших органах з акредитації.

На основі досвіду по всьому світові орган з акредитації повинен акредитувати приблизно 200-300 організацій, щоб розраховувати на досвід і економічну стабільність для міжнародного визнання. Інші варіанти:

- заснувати невеликий офіс тільки як координаційний центр і співробітничати з органами з акредитації сусідніх країн вже визначених ІЛАС-MLA (ІЛАС – Міжнародне співробітництво з акредитації лабораторій);

- заснувати регіональну мережу, доповнюючи можливості обміном консультантами і експертами;

- заснувати регіональний орган з акредитації;

- заснувати орган з акредитації для національних цілей і співробітничати з інтернаціонально визначеним ІЛАС-MLA органом з акредитації іншої країни.

Акредитація може бути дорогою. Однак належить мати на увазі, що, зрештою, відсутність акредитації і супутня їй відсутність доказу технічної компетентності і, отже, довіри, виявиться набагато дорожчою для кожного.

Відповідні питання торгівлі, такі, як акредитація випробувальних і калібрувальних лабораторій, чий сертифікат про калібрування або протоколи випробування повинні визнаватися за кордоном (для уникнення дорогого повторення одного і того ж випробування), або акредитація органів з сертифікації систем управління і, особливо, сертифікації продукції повинні бути визначені країнами-імпортерами. У сільськогосподарському і продовольчому секторі взаємне визнання сертифікатів на продукцію має важливе значення. Часта відмова від харчових продуктів в ЄС, США або інших країнах, границі і здійснення систем швидкого оповіщення для сільськогосподарської продукції дуже чітко показують, наскільки багато існуватиме недоліків до тих пір, поки по всьому світові не стане реальністю «встановлення єдиного випробування або сертифікату».

Взаємне визнання грає все більш і більш важливу роль в акредитації. Клієнти органів з акредитації – це лабораторії і органи з сертифікації. Більшість з них не можуть укласти в індивідуальному порядку угоди про взаємне визнання з своїми колегами по всьому світові. Досягнення і підтримка визнання по всьому світові тільки однієї акредитації набагато простіше, легше і менш дорого. Сприяння укладенню угоди про взаємне визнання вимагає малої структури акредитації. Структура системи акредитації аналогічна метрологічній системі з її регіональними організаціями і однією міжнародною організацією.

Прийняття міжнародного стандарту, названого ISO/IEC 17025, як основи для акредитації випробувальних і калібрувальних лабораторій, допомогло країнам прийняти єдиний підхід до визначення компетентності лабораторій. Цей загальноприйнятий підхід дозволяє країнам з однаковими системами акредитації укласти між собою угоди, засновані на взаємній оцінці і прийнятті систем акредитації один одного.

Такі міжнародні угоди, названі, як правило, угодами про взаємне визнання (MRAs), мають вирішальне значення для того, щоб результати випробування були прийняті цими країнами. По суті, кожен партнер такої угоди визнає акредитовані лабораторії іншого партнера, ніби він сам провів акредитацію лабораторій свого партнера.

На додаток до акредитації повинна бути обов'язкова участь у кваліфікаційних випробуваннях. Кваліфікаційні випробування мають на увазі порівняння результатів випробування, виданих цілим рядом лабораторій, що аналізують один зразок. Ця оцінка охоплює порівняння середніх значень і заявленої невизначеності. Якщо результати відхиляються від допустимого діапазону, надійність лабораторії сумнівна і повинні застосовуватися коригувальні дії.

Регіональний форум для акредитації лабораторної в Азії називається Азіатсько-Тихоокеанське співробітництво з акредитації лабораторій (APLAC). Там все ще існує паралельна структура з акредитації органів з сертифікації, названої Тихоокеанським співробітництвом з акредитації (PAC). В Європі колишнє Європейське співробітництво з акредитації лабораторій (EAL) і Європейська організація з акредитації органів з сертифікації (EAC) були об'єднані з метою сформування Європейського співробітництва в акредитації (EA). Регіональна організація в Америці, яка була заснована багато років тому і яка набрала належної форми з 1992 року, створювалась із самого початку як єдина регіональна організація для всіх питань акредитації: Міжамериканське співробітництво з акредитації (IAAC). Майбутнє злиття двох регіональних азіатських організацій вписується в цю картину.

Міжнародні зонтичні організації, такі як Міжнародне співробітництво з акредитації лабораторій (ILAC) і Міжнародний форум з акредитації (IAF) виконують акредитацію органів з сертифікації. Концепція найменшого міжнародного визнання ґрунтується на угодах про взаємне визнання в межах галузей і, наступний крок, між регіональними організаціями на основі багатосторонніх угод (MLA) у цілях зменшення взаємної оцінки еквівалентності.

Що стосується регіональних організацій з акредитації, таких як APLAC, EA і IAAC, то взаємне визнання національних органів з акредитації досягається шляхом колегіальної експертної оцінки органів з акредитації країн регіону для підтвердження належної роботи. Чим більше органів з акредитації беруть участь, тим більше необхідно оцінок та координації і вони повинні координуватися регіональною організацією з акредитації.

Якщо регіональна організація з акредитації (APLAC, EA, IAAC) вже визнана ILAC, то експертна оцінка в рамках регіональної організації з акредитації призводить не тільки до регіональної MLA, але й автоматично охоплює ILAC і MLA.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що без стандартизації і компонентів метрології, а також без акредитації не можуть встановитися надійні, визнані на міжнародному рівні компоненти випробування в рамках політики забезпечення якості. Поняття MSTQ (метрологія, стандартизація, випробування і управління якістю) перетворилось в більш інтегроване поняття інфраструктури якості (QI). Це дійсно цілісний підхід, адже це значно більше, ніж просте сумарне зібрання компонентів.

Деякі компоненти, згаданих вище, таких як стандартизація, метрологія, випробування, сертифікація, акредитація, являють собою національну інфраструктуру якості (QI). Ця інфраструктура може використовуватися для всієї продукції і послуг, а це забезпечує відповідність вимогам клієнтів, таких як споживачі, виробники або органи регулювання.

Споживач хоче мати продукцію, яка підтримується сертифікацією певного виду, оскільки в такому випадку він знатиме, що продукція відповідає вимогам визначених стандартів. Це вимагає від виробника впровадження системи управління якістю і відповідності його продукції визначеним стандартам, що забезпечується процесом сертифікації.

Для забезпечення визнання сертифікатів і приведення їх у відповідність з регіональними або міжнародними умовами сертифікація повинна відповідати існуючим стандартам, а це, в свою чергу, вимагає функціонування компонентів стандартизації.

З іншого боку, для того, щоб продукція підтримувалася сертифікатом, вона повинна бути випробувана з метою визначення ефективного дотримання вимог відповідних стандартів. Це потребує випробувальних лабораторій, які виконуватимуть свої випробування і аналіз згідно з загальноприйнятими міжнародними стандартами.

Випробувальна лабораторія повинна бути здатною показати, що її вимірювання надійні, тобто що вони простежуються до національних еталонів, а через них – до міжнародних еталонів. Крім того, якщо до результатів випробування повинна бути довіра, то устаткування повинно бути належним чином відкаліброване. Національний метрологічний інститут і калібрувальна лабораторія можуть надати таку підтримку виробнику.

Технічна компетентність лабораторій і органів з сертифікації підтверджується органами з акредитації, надаючи тим самим довіру всім зацікавленим сторонам до всього процесу. Дані аспекти відіграють важливу роль в економічному розвитку країни. Оскільки, чітко налагоджена інфраструктура системи якості дозволяє не лише скоротити витрати, а й встановити тісні міжнародні зв'язки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Качество в истории цивилизации. Эволюция, тенденции и перспективы управления качеством : в 3 т. / под ред. Дж. Джурана ; [пер. с англ.]. – М. : Стандарты и качество, 2004 – 478 с.
2. Кодекс Алиментариус. Гигиена пищевых продуктов. Базовые тексты / под ред. Т.В. Кирсанова ; [пер. с англ.]. – М. : Весь мир, 2006. – 76 с.
3. Малюта Л.Я. Забезпечення якості продукції – необхідна умова підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в сучасному ринковому просторі / Л.Я. Малюта // Економіка, фінанси, право. – 2008. – № 9. – С. 11–14.
4. Міжнародні та європейські системи сертифікації і акредитації: організація діяльності, норми та правила : довід. / [Койфман Ю.І., Кисельова Т.М., Кальман І.Г. та ін.]. – К. ; Л., 1995. – 326 с.
5. Момот А.И. Экономический механизм управления качеством / Момот А.И. ; М-во образования и науки Украины, ДонНТУ. – Донецк : Норд-Пресс, 2005. – 383 с.
6. Момот О.І. Дослідження поняття «якість» і його особливостей в Україні / О.І. Момот // Зб. наук. праць Черкас. держ. технол. ун-ту. Серія: Економічні науки. – Черкаси : ЧДТУ, 2007. – Вип. 17. – С. 236–240.
7. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості : навч. посіб. / Момот О.І. – К. : ЦУЛ, 2007. – 368 с.
8. Регламент Європейського Парламенту і ради ЄС «Про гігієну харчових продуктів» від 29.04.2004. – Режим доступу: <http://www.nomination.in.ua>.
9. Регламент європейського парламенту і ради ЄС 178/2002/ЕС «Про встановлення загальних принципів та вимог щодо харчових продуктів, створення Європейського органу з безпеки харчових продуктів та встановлення процедур у галузі безпеки харчових продуктів» від 28.01.2002. – Режим доступу: <http://www.sps-info.org.ua>.
10. Саранча Г.А. Метрологія, стандартизація, відповідність, акредитація та управління якістю : підруч. / Саранча Г.А. – К. : ЦНЛ, 2006. – С. 417–468.

УДК 658.589:669

Тарасенко О.Ю.

асистент кафедри фінансів
Донецького державного університету управління**СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

У статті проведено аналіз сучасного стану інноваційного потенціалу металургійної галузі України, розглянуто динаміку інноваційної діяльності металургійної галузі. Був проведений аналіз інвестиційної привабливості металургійної галузі з використанням моделі М. Портера, що дозволив визначити її рівень, а також були виявлені деформації галузі, які заважають її розвитку на інноваційній основі.

Ключові слова: інноваційний потенціал, металургійна галузь, інвестиційна привабливість, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток.

Тарасенко Е.Ю. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

В статье проведен анализ современного состояния инновационного потенциала металлургической отрасли Украины, рассмотрена динамика инновационной деятельности металлургической отрасли. Был проведен анализ инвестиционной привлекательности металлургической отрасли с использованием модели М. Портера, который позволил определить ее уровень, а также выявлены деформации отрасли, которые мешают ее развитию на инновационной основе.

Ключевые слова: инновационный потенциал, металлургическая отрасль, инвестиционная привлекательность, инновационная деятельность, инновационное развитие.

Tarasenko O.Yu. CURRENT STATE OF INNOVATIVE POTENTIAL METAL INDUSTRY OF UKRAINE

This article analyzes the current state of the innovation potential metallurgical industry of Ukraine, the dynamics of innovation metallurgical industry. Analyzed the investment attractiveness of the steel industry using Porter's model, which allowed us to determine the level and revealed deformation industry that hinder its development on the basis of innovation.

Keywords: innovation potential, metallurgical industry, investment attractiveness, innovation, innovative development.

Постановка проблеми. Промисловість України є найважливішою галуззю національної економіки, її роль визначається тим, що їй належить більше 60% ВВП і 40% національного доходу, а металургія належить до базових галузей промисловості України. Про необхідність формування та реалізації інноваційного потенціалу для пришвидшення модернізаційних зрушень у металургійному виробництві України свідчить наявність низки деформацій у галузі, які заважають її розвитку на інноваційній основі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування інноваційного потенціалу у розвитку металургійної галузі неможливо здійснити без результатів досліджень металургійного комплексу на макро- і макrorівні провідних українських вчених: О. Амоші, С. Аптекаря, В. Бандурова, А. Блізнюка, С. Гріщенко, О. Зайцева, Д. Кокуріна Д. [1], О. Мінаєва [6], О. Риженкова, В. Нікіфорової, В. Фортуніна та ін.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, що полягає у визначенні сучасного стану інноваційного потенціалу металургійної галузі України та виявленні деформацій у галузі, які заважають її розвитку на інноваційній основі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний розвиток промисловості України протягом 2005–2013 рр. визначався нестабільністю. У докризовий період рівень інноваційної активності був найвищим у 2007 році. У порівнянні з 2005 р. кількість промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, збільшилася на 23,3%, а їхня частина у загальній кількості промислових підприємств зросла з 11,9 у 2005 р. до 14,2% у 2007 р. За цей період кількість підприємств, що впроваджували інновації, зросла на 40,2%. Світова фінансово-економічна криза (2008-2009 рр.) руйнівно вплинула на стан інноваційної сфери. У цей період показники інноваційної активності мали переважно низхідну динаміку.

Впровадженням інновацій у 2013 р. займалися 1312 підприємств (77% загальної кількості іннова-

ційно активних). Впроваджували інноваційні види продукції 683 підприємства, кількість таких видів становила 3138 найменувань, з них 809 – машини, устаткування, апарати, прилади. Нові технологічні процеси у 2013 році запровадили 557 підприємств; кількість процесів складала 1576, у тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих – 502 (табл. 1).

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Впроваджено	2012 р.	2013 р.
інноваційних видів продукції, найменувань	3403	3138
з них машин, устаткування, приладів, апаратів тощо	942	809
нових технологічних процесів	2188	1576
з них маловідходних, ресурсозберігаючих	554	502
Придбано нових технологій	739	651
Реалізовано інноваційної продукції, млрд.грн.	36,2	35,9

*Розроблено на основі статистичних даних Держстату України

У 2013 р. 1031 підприємство реалізувало інноваційної продукції на 35,9 млрд. грн., або 3,3% загального обсягу реалізованої промислової продукції (у 2012 р. відповідно 36,2 млрд. грн. та 3,3%). Реалізацію продукції за межі України здійснювали 344 підприємства, обсяг якої склав 44,7% від загального обсягу реалізованої інноваційної продукції, у тому числі в країні СНД – 25,3%.

Майже кожне четверте підприємство реалізовувало продукцію, що була новою для ринку. Обсяг такої продукції склав 12,4 млрд. грн., більш ніж половину якої (53,0%) 102 підприємства поставили на експорт. Слід зазначити, що більшість підприємств у 2013 році 86,0% реалізовували продукцію, яка була

новою виключно для підприємства. Її обсяг склав 23,5 млрд. грн., 40,4% якої 271 підприємство реалізувало за межі України.

Наслідком того, що в Україні формувалася і закріплювалася модель економіки, що побудована переважно на низько технологічних галузях і укладах (3-го та 4-го), стало поглиблення у промисловому комплексі тенденції домінування виробництв з низькою наукоємністю. Так, у 2013 році частка інноваційної продукції в реалізованій промисловій продукції скоротилась майже в два рази і становила 3,3% (у 2005 – 6,5%). У загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції нова для українського ринку продукція становила 40%, тоді як решту 60% становила реалізація продукції, яка була новою для окремих підприємств.

За оцінками експертів промисловість України продовжує розвиватися без суттєвого використання свого інноваційного потенціалу, і активізація інноваційної діяльності потребує міжгалузевого технологічного обліку, розвитку міжнародної науково-технічної кооперації, створення інноваційної інфраструктури, застосування інформаційних технологій.

Сучасна металургія займає провідне місце у міжгалузевій структурі промисловості. Металургійне виробництво і виробництво готових металевих виробів є одними з основних складових гірничо-металургійного комплексу (ГМК) України, який об'єднує більше 300 підприємств, у тому числі 12 металургійних комбінатів, 7 трубних заводів підприємств кольорової металургії та 16 коксохімічних підприємств [1].

У посткризовий період (2010–2011 рр.) в результаті поліпшення кон'юнктури світового металоринку відбувається зростання виробництва, хоча і не був

досягнутий докризового рівня по чавуну, сталі, прокату приблизно на 20%. У 2012–2013 рр. відбувається знову падіння обсягів виробництва та реалізованої продукції. Так, річний індекс обсягів продукції в 2012 р. склав 96,4, а в 2013 р. – 94,2.

У 2013 році частка металургійного виробництва в загальному обсязі реалізованої продукції становить 17,9%, а індекс реалізованої металургійної продукції за грудень 2012 р – листопад 2013 р склав 93,3% [2].

Підвищення інноваційного потенціалу металургійної галузі сприятиме її розвитку, забезпечить виробництво високотехнологічної металопродукції, конкурентоспроможної на зовнішньому і внутрішніх ринках.

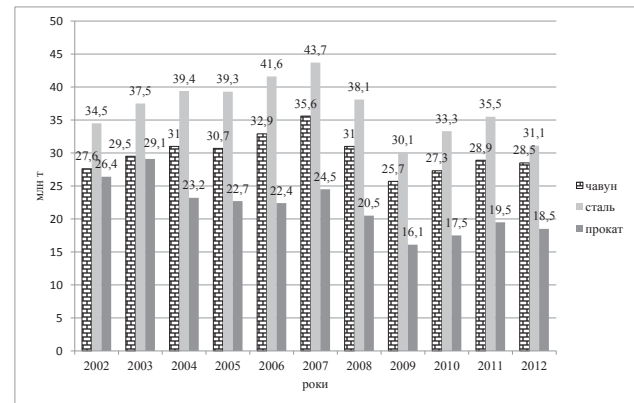


Рис. 1 Динаміка обсягів виробництва основних видів металопродукції в Україні в 2002–2012 рр.

*Розроблено на основі статистичних даних Держстату України

Таблиця 2

Динаміка виробництва та реалізації металопродукції в Україні в 2002–2013 рр.

Показники	Роки											
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг реалізованої продукції, млрд грн	41,8	57,9	93,4	103,3	120,6	157,4	202,0	141,5	199,9	241,0	209,3	198,3
Частка в загальному обсязі реалізованої промислової продукції, %	18,2	20,0	23,3	22,1	21,9	22,0	22,0	17,6	18,8	18,1		17,9
Індекс обсягу виробництва металопродукції, до попереднього періоду	103,9	114,3	112,0	98,5	108,9	108,3	89,4	73,4	112,3	108,5	96,4	94,2

*Розроблено на основі статистичних даних Держстату України

Таблиця 3

Динаміка інноваційної діяльності металургійної галузі України

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість інноваційно активних підприємств, од. / % до загальної кількості промислових підприємств галузі	85 13,3	86 12,9	109 15,0	111 14,1	108 13,1	113 14,3	120 15,2
Кількість підприємств, що впроваджували інновації од. / % до загальної кількості підприємств галузі	54 8,4	78 11,7	90 12,4	102 13,0	96 11,6	99 12,6	103 13,0
Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, од. / % до загальної кількості підприємств галузі	66 10,3	73 10,9	80 11,0	82 10,4	84 10,2	81 10,4	85 10,8
Обсяги реалізованої інноваційної продукції, млн. грн. / % до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції галузі	3382 3,5	7896 7,0	9361 6,2	16254 8,4	9672 7,3	7259 3,7	4422 1,7
у тому числі продукція, що була новою для ринку, млн. грн. / % до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції галузі	24995,4 6,5	30892,7 6,7	40188 6,7	45830,2 5,9	31432,3 4,8	33697,6 3,8	42386,7 3,8
Обсяги реалізованої за межі України інноваційної продукції, млн. грн. / % до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції галузі	1720 50,9	4099 51,9	4939 52,8	12931 79,6	5192 53,7	3766 51,9	1063 24,0

*Розроблено на основі статистичних даних Держстату України

Аналіз інноваційної діяльності у металургійній промисловості України у 2005–2012 рр. свідчить, що після досягнення у докризовий період позитивних змін і наступного замороження у кризовому періоді (2008–2009 рр.), у 2010–2012 рр. відбулося зростання кількості інноваційно активних підприємств, а також підприємств, що впроваджували інновації. У 2012 р. кількість інноваційних підприємств у металургійній галузі порівняно з 2005 роком зросли на 63%, а підприємств, що впроваджували інновації за цей період більш ніж вдвічі (табл. 3).

Обсяги реалізованої інноваційної продукції після зростання у 2005–2008 рр. надалі скорочувались, і в 2011 році підприємствами металургійної промисловості реалізовано інноваційної продукції у загальному обсязі 4,4 млрд. грн., що у 3,7 разів менше проти докризового 2008 [3].

За межі України за 2012 рік реалізовувалось понад половини інноваційної продукції, за виключенням 2011 р. (24%).

Обсяги цієї реалізованої продукції у 2005-2008 рр. збільшилися з 1,7 до 12,9 млрд грн (у 7,6 разів), а її частка у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції галузі за цей період зросла з 50,9% до 79,6%. У наступні 2008-2012 рр. відбулось скорочення обсягів реалізованої інноваційної металевої продукції за межі України майже у 2 рази.

Зроблений аналіз витрат на інноваційну діяльність у металургійній галузі України (табл. 4) показує, що у докризовий період у 2007-2008 рр. їхні загальні обсяги становили 2,8 млрд грн та 3,3 млрд грн відповідно. Після чого у наступні 2009-2010 рр. відбулось суттєве скорочення обсягів витрат на інноваційну діяльність до 0,9 млрд грн та 0,3 млрд грн відповідно.

У 2011 р. порівняно з 2010 р., загальний обсяг витрат на цю продукцію зріс на 4,4 разів за рахунок майже усіх складових за винятком тільки внутрішніх науково-дослідних робіт, обсяг яких скоротився на 6,9%.

Що стосується структури витрат на інноваційну діяльність металургійної галузі, то вона залишається недосконалою. На внутрішні і зовнішні НДР за аналізований період спрямовувалось не більше 5% від обсягу усіх витрат на інноваційну діяльність. Більше витрат за цей період було спрямовано на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, частка яких у загальному обсязі витрат на інноваційну діяльність коливалась від 64% у 2008 р. до 97% у 2009 р.

Значно менше коштів було витрачено на придбання нових технологій, патентів і ліцензій – від 0,1% у 2010 р. до 19% у 2011 р.

Активізувалась діяльність підприємств металургійної галузі у використанні об'єктів права інтелектуальної власності, напрямом створення високих технологій, які є найважливішими складовими інноваційного

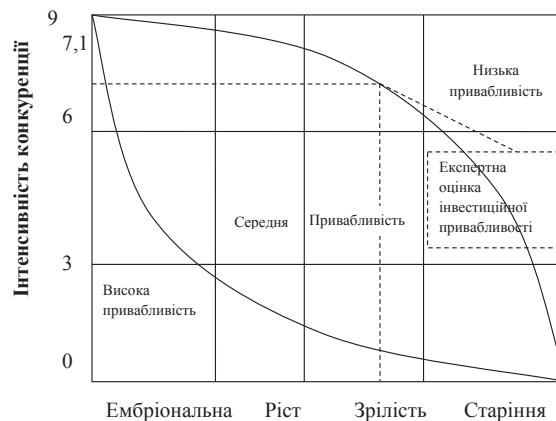


Рис. 2. Експертна діаграма рівня інвестиційної привабливості чорної металургії

розвитку металургійного виробництва. Загальна кількість створених у 2011 році високих технологій проти 2010 року збільшилася на 40% і становила 39 одиниць. Однак про рівень створених технологій свідчить негативний фактор: серед створених технологій не було жодної, визначеної як принципово нової. У 2011 році на високі технології було отримано 73 охоронних документів, у т.ч. 20 – патентів на винахід, 53 – на корисну модель. Проте із загальної їх кількості лише 4 охоронних документа мали патентну чистоту в інших країнах тоді як в 2010 році їх було 21 [3].

Кількість використаних винаходів у 2011 році становило 131 од., корисних моделей – 76, промислових зразків – 15, тоді як у 2010 р. – 17, 40 та 1 відповідно. У 2011 році підприємствами металургійної галузі використано 1057 раціоналізаторських пропозицій, що більше на 23%, ніж у 2010 р.

Аналіз інвестиційної привабливості металургійної галузі проведено з використанням моделі М. Портера, що дозволяє визначити її рівень (рис. 2) [4]. На рис. 2 наведена експертна діаграма рівня інвестиційної привабливості чорної металургії. Діаграма має дві осі. На вертикальній осі представлена експертна оцінка рівня інтенсивності конкуренції. До таких відносяться: конкуренти, постачальники, споживачі Використовуючи дев'ятибальною шкалу, експерти оцінили рівень інтенсивності конкуренції в чорній металургії на рівні 7,1 бала. Українська чорна металургія в своєму розпорядженні має цілу низку потужних конкурентних переваг, основними з них є: відносно низька вартість ресурсів (сировина, енергоносії, праця); наявні власні сировинні ресурси (залізорудна сировина; кваліфіковані кадри; вигідне геологічне розташування, близькість до ринків (СНД, ЄС, Близький Схід, Північна Америка). На горизонтальній осі відзначена точка, що характеризує стадію розвитку галузі. Дана оцінка була отримана на основі оцінки критеріїв: темпи

Таблиця 4

Обсяги витрат на інноваційну діяльність у металургійній галузі України, млн. грн.

	2007	2008	2009	2010	2011
Внутрішні НДР	5,2	20,1	2,2	13,1	12,2
Зовнішні НДР	17,8	36,0	16,9	8,0	13,4
Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	2500,3	2122,3	867,2	260,3	988,0
Придбання нових технологій, патентів, ліцензій	115,3	282,7	0,2	0,3	252,0
Інші	123,9	830,8	5,7	16,6	69,2
Всього	2762,6	3292,0	892,1	298,3	1334,8

*Розроблено на основі статистичних даних Держстату України

зростання, потенціал зростання, еволюція продуктів і технології та ін. Як видно з діаграми, інвестиційна привабливість металургії країн Росії та України оцінюються на низькому рівні.

Таким чином, металургійна галузь належить до числа зрілих галузей з низькою інвестиційною привабливістю, не є пріоритетним об'єктом вкладення фінансових ресурсів для інвесторів і характеризується великою інертністю, так як тривалість циклу «будівництво-виробництво» нерідко перевищує 10 років.

Впровадження інноваційних проектів реконструкції та модернізації металургійного виробництва вимагає залучення значних інвестицій.

У металургію України протягом останніх років реалізовано низку масштабних інноваційно-інвестиційних проектів, які спрямовані на освоєння та модернізацію виробництва.

Про необхідність формування та реалізації інноваційного потенціалу для пришвидшення модернізаційних зрушень у металургійному виробництві України свідчить наявність низки деформацій у галузі, які заважають її розвитку на інноваційній основі, тому виділено фактори, які негативного впливають на інноваційний розвиток металургійної промисловості: велика ресурсна та енергоємність металургійного виробництва; неефективне споживання паливно-енергетичних ресурсів; високий ступень зношеності основних фондів; неефективне використання виробничих потужностей; залежність фінансових результатів діяльності металургійних підприємств від кон'юнктури зовнішніх ринків; відсутність зв'язку вітчизняної науки з виробництвом; низький

рівень кооперації у гірничо-металургійному комплексі; гострі екологічні проблеми.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, проведений аналіз інвестиційно-інноваційної привабливості металургійної галузі дозволив визначити її рівень, що належить до числа зрілих галузей з низькою інвестиційною привабливістю.

Зазначені фактори деформацій у металургійній галузі закріплюють сировинно-експортну орієнтацію галузі та спонукають державу пристосовуватись до потреб світового ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность // Д.И. Кокурин – М.: Экзамен, 2001. – 576 с.
2. Державна служба статистики України. Експрес випуск № 57/0/03.1/ Вн-14. Електронний ресурс. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua].
3. Інноваційний розвиток промисловості як складова стратегічної трансформації економіки України. – К.: НІДС.2013. – 74 с.
4. Инновационные особенности и инвестиционная привлекательность металлургических мини-заводов и модулей. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://uas.su/books/2011/minizavod/14/razdel14.php> 67.
5. Держстат України «Товарна структура зовнішньої торгівлі» 2011 р. / Електронний ресурс. Режим доступу [http://www.ukrstat.gov.ua].
6. Минаев А.А. Снижение расхода и дефицитности потребляемых энергоресурсов на производство чугуна – основной резерв качественного повышения рентабельности черной металлургии Украины / Минаев А.А., Ярошевский С.Л., Афанасьева З.К., Голухин Н.В., Мишин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://nashaucheba.ru/v37415/&cc=1].

УДК 330.562:338.43

Федяєва М.С.

*викладач кафедри економічної теорії
Херсонського державного університету*

ОЦІНКА СТУПЕНЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ ВИДАТКІВ У КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ)

Децентралізація – це надзвичайно складний процес, який можна розглядати як комплекс із трьох складових: політичної, адміністративної і фінансової. Стаття досліджує фінансову децентралізацію та ключове питання децентралізації громадських витрат. Визначена роль органів місцевих самоврядувань країн ЄС у використанні громадських ресурсів.

Ключові слова: децентралізація, громадські витрати, місцеве самоврядування, національна економіка, Польща, Євросоюз.

Федяева М.С. ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ ПУБЛИЧНЫХ РАСХОДОВ В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА (НА ПРИМЕРЕ ПОЛЬШИ)

Децентрализация – это чрезвычайно сложный процесс, который можно рассматривать как комплекс из трех составляющих: политической, административной и финансовой. Статья исследует финансовую децентрализацию и ключевой вопрос децентрализации общественных расходов. Определена роль органов местного самоуправления стран ЕС в использовании общественных ресурсов.

Ключевые слова: децентрализация, общественные расходы, местное самоуправление, национальная экономика, Польша, Евросоюз.

Fedyayeva M.S. AN ASSESSMENT OF THE DEGREE OF DECENTRALISATION OF PUBLIC EXPENDITURES IN POLAND COMPARED WITH OTHER EU COUNTRIES

Decentralization is a highly complex process which can be broken down into three forms of decentralization: political, administrative, and financial. The article examines financial decentralization, the main gauge of which is the decentralization of public expenditures. The role of local governments of the countries of the EU in spending public funds is presented.

Keywords: decentralization, public expenditures, local government, national economy, Poland, European Union.

Постановка проблеми. Публічні видатки є одним із головних інструментів реалізації суспільно-господарської політики держави. Вони являють собою істотний елемент адміністративного механізму алокації ресурсів у національній економіці. У даній статті зосереджено увагу на проблемі децентралізації публічних витрат. На підставі даних Євростату проаналізовано та дано оцінку ступеня децентралізації публічних витратків в Польщі в порівнянні з іншими країнами Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процес децентралізації публічних витратків та перерозподілу бюджетних коштів між центральною та місцевими владами знайшов своє відображення в працях таких вчених як: С. Овсіак [6], Х. Алегре [1], Е. Корнберг-Соколовська [4], а також в офіційних дослідженнях Європейської комісії та Євростату.

Постановка завдання. Метою роботи є аналіз процесу та ступеня децентралізації публічних витратків в Польщі на шляху її суспільно-політичних перетворень та інтеграції з Європейським Союзом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на численні дослідження процесу децентралізації, визначення самого поняття й досі викликає жваві дискусії та розбіжності у поглядах. Згідно з Енциклопедією Польського наукового видавництва децентралізація зрозуміла є як «процес передавання завдань через центральні органи влади до адміністративних одиниць нижчого рівня, разом із розширенням сфери їх повноважень, включаючи можливість самостійно приймати рішення в економічній, суспільній і адміністративній галузях підпорядкованої їм території; а також комплекс організаційних елементів, які характеризують правовий статус адміністративно територіальних одиниць, що виникли в результаті процесу децентралізації» [2, с. 582].

Як виникає із визначення, децентралізація є складним процесом, що можна розглядати однаково як в статичному трактуванні, як і в динамічному. Децентралізація в статичному трактуванні характеризує завдання та фінансові ресурси місцевих органів влади, які вони отримують в процесі державного розподілу. В свою чергу в динамічному трактуванні децентралізація визначає саме процес передавання завдань і фінансових ресурсів від центральної влади до територіальних самоврядувань.

Досвід Польщі, а також й інших країн ЄС вказує на те, що поняття децентралізації тісно пов'язане з розвитком інституту територіального самоврядування. Саме тому його ототожнюють з потребою створення в державі такої моделі організації публічної адміністрації, в якій рішення, що стосуються публічних справ, піднімалися б якомога ближче до місця їх подальшої реалізації [4, с. 12]. Це уможливило б краще визначення потреб, збільшило б прозорість, а тим самим і раціональність використання публічних ресурсів у національній економіці [6, с. 126-128]. Отже, децентралізація повинна включати наступні моменти [3, с. 12]:

- процес переказу від центрального рівня на місцевий визначених завдань і компетенцій;
- надання місцевій владі відповідного майна, повноважень, гарантувати їх самостійність та можливість вирішення місцевих проблем;
- забезпечити місцеві органи відповідними фінансовими ресурсами для реалізації власної політики.

Внаслідок процесів децентралізації в структурі публічної адміністрації виникає розподіл завдань

та фінансових інструментів для їх реалізації між державою і органами територіального самоврядування. Децентралізація завдань і ресурсів не може відбуватися стихійно, а має залежати від можливостей їх ефективного використання певною територіальною одиницею. У свою чергу децентралізація компетенції в адміністративних структурах має бути стисло пов'язана з процесом раціоналізації публічних витратків [8, с. 48].

Слід зауважити, що в Польщі децентралізація публічної влади регулюється ст. 15 параграф 1 Конституції Республіки Польща. Цей закон затверджує організацію публічної адміністрації, яка створює всі умови для забезпечення належної децентралізації влади в країні. Потрібно однак зазначити, що Конституція РП не пояснює природу децентралізації та її межі [4, с. 14-15]. Можна сказати, що основними передумовами, які обумовлюють сферу і масштаб децентралізації, є: територіальна організація країни, відповідні перетворення в питанні власності, а також закріплення за територіальними одиницями відповідних компетенцій та ресурсів для їх реалізації [4, с. 15]. Крім того, правильно реалізований процес децентралізації повинен містити в собі:

- децентралізацію устрою, яка забезпечує демократичний спосіб вибору представницьких органів в одиницях територіального самоврядування та їх незалежність від держави;

- адміністративну децентралізацію, яка має за основу надання органам територіального самоврядування завдань та адміністративних інструментів для їх реалізації;

- фінансову децентралізацію (децентралізацію публічних фінансів), яка означає переказ на користь одиниць територіального самоврядування відповідних публічних фінансових ресурсів і права розпорядження ними [1, с. 31].

Дана стаття головною мірою присвячена фінансовій децентралізації у національній економіці. Однак слід зазначити, що децентралізацію публічних фінансів не можна проводити самостійно, треба оцінювати в категорії суспільних ефектів і підготовленості держави, а також зростання ефективності використання публічних ресурсів. З метою визначення ступеня децентралізації публічних фінансів у національній економіці використовується показник частки витратків одиниць територіального самоврядування в показнику ВВП.

Публічні видатки є одним з головних знарядь впливу держави на національну економіку, тому величина та структура публічних витратків в головній мірі залежить від ролі, яку держава виконує в публічній, суспільній і господарській сфері. Загальноприйнятим показником оцінки сфери впливу держави на національну економіку співвідношення величини публічних витратків до ВВП.

Слід відзначити, що високий відсоток публічних витратків у ВВП свідчить про опікунський характер фіскальної політики. Як свідчать дані Європейської Комісії в Польщі показник публічних витратків у ВВП в 1996-2007 знаходився на значно нижчому рівні від середнього рівня країн ЄС. У країнах ЄС найбільша вага публічних витратків по відношенню до ВВП спостерігалася в Данії, Франції, Швеції. У вищезгаданих державах приблизно 52% ВВП витрачалося публічним сектором. У свою чергу серед ново прийнятих держав ЄС найвищий показник дістався Угорщині. Він становив приблизно 50% ВВП. Найнижча часта публічних витратків спо-

стерігалася в таких країнах, як: Естонія, Литва, Латвія, Словаччина, а також Ірландія. Слід відзначити, що на підставі даних складених в таблиці 1 не можна однозначно констатувати тенденції змін співвідношення публічних видатків до ВВП. Практично у всіх державах вищезгаданий показник в досліджуваному періоді показував позмінно як тенденції зростання, так і відповідного спаду.

Слід зазначити, що в Польщі, подібно як і в інших країнах Європейського союзу, висока частка публічних видатків у ВВП є результатом політичних доктрин, що реалізовувалися в цих країнах в попередніх періодах. Високі показники ступеня захисту в державах Європи, були результатом запровадження доктрин лівих політичних сил в господарських програмах, що реалізовувалися по II світовій війні. Звідси також в державах ЄС-15 середній розмір публічних видатків збільшився з 35% в 1960 р. до 55% в 1993 р. Позитивним результатом цього явища було обмеження суспільних нерівностей і пом'якшення вагання кон'юнктурного циклу. У свою чергу до негативних наслідків слід зарахувати: високий дефіцит сектора публічних фінансів, зростання публічного боргу, зростання інфляції, обмеження економічного зростання [6, с. 79].

У половині 80 років у господарській політиці держав ЄС почали домінувати неоліберальні концепції, що мали на меті обмежити публічні видатки і прискорити економічне зростання. Середній розмір видатків в країнах ЄС зменшився з 55% в 1993 р. до 45,7% в 2007 р. У свою чергу в Польщі публічні видатки по відношенню до ВВП ско-

ротилися з 56% в 1993 р. до 42% в 2007 р. Незважаючи на цей спад, рівень публічних витрат по відношенню до ВВП й надалі залишається занадто високим для Польщі. Дані з таблиці 1 вказують на те, що такий показник є більш наближеним до рівня, притаманного для «старих» країн ЄС ніж для новоприйнятих країн. Розмір публічних видатків вказує, що Польща належить до «опікунських держав», які в значній мірі втручаються в суспільні і господарські процеси [7, с. 27].

Бюджет (центральний) держави вважають за стержень публічних фінансів. Проте крім бюджету держави функціонують місцеві бюджети, цільові фонди та інші публічні фонди. Ступінь децентралізації публічних фінансів пов'язується з участю одиниць територіального самоврядування у використанні публічних ресурсів. Саме тому з метою розпізнання стану розвитку процесу децентралізації публічних фінансів в країнах ЄС необхідно дослідити, яка частина ВВП витрачається на центральному рівні, а яка на місцевому.

Слід зауважити, що в ЄС, крім унітарних держав, виступають також федеральні держави, що характеризуються наявністю трьох рівнів влади: центральної, місцевої та посередницької. Вищезгадане явище пов'язане з функціонуванням властей союзних держав, що творять федерацію. У випадку ЄС це: Австрія (9 земель), Бельгія (3 регіони), Іспанія (17 регіонів) і Німеччина (16 земель) [7, с. 51].

Проаналізувавши дані таблиці 2, можна сказати, що рівень витрат одиниць територіального самоврядування Польщі значно перевищує показник серед-

Таблиця 1

Публічні витрати як відсоток ВВП в країнах Європейського Союзу
(аналіз зроблено на підставі даних Європейської Комісії від 12 січня 2009 року)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ЄС (27 країн)	-	-	-	-	-	-	46,7	47,3	46,8	46,9	46,3	45,7
ЄС (15 країн)	50,1	48,4	47,5	47,0	45,4	46,4	46,8	47,5	47,1	47,2	46,6	46,0
Бельгія	52,4	51,1	50,4	50,2	49,2	49,2	49,9	51,2	49,4	52,1	48,4	48,4
Болгарія	-	-	-	-	-	-	40,3	40,3	39,7	39,3	36,5	41,5
Чехія	42,6	43,2	43,2	42,3	41,8	44,5	46,3	47,3	45,1	45,0	43,8	42,6
Данія	58,8	56,6	56,2	55,4	53,6	54,2	54,6	55,1	54,6	52,7	51,2	50,7
Німеччина	49,3	48,4	48,0	48,1	45,1	47,6	48,1	48,5	47,1	46,8	45,3	43,8
Естонія	39,3	37,5	39,4	40,3	36,5	35,1	35,9	34,9	34,1	34,0	34,2	35,5
Ірландія	39,1	36,7	34,5	34,1	31,5	33,3	33,6	33,4	33,7	33,7	33,8	35,4
Греція	43,9	44,8	44,2	44,3	46,7	45,3	45,1	45,0	45,4	43,3	42,2	43,7
Іспанія	43,2	41,6	41,1	39,9	39,1	38,6	38,9	38,4	38,9	38,4	38,5	38,8
Франція	54,5	54,1	52,7	52,6	51,6	51,6	52,6	53,3	53,2	53,4	52,7	52,4
Італія	52,5	50,3	49,2	48,2	46,2	48,0	47,4	48,3	47,7	48,2	48,8	48,2
Кіпр	-	-	36,7	36,8	37,0	38,2	40,2	45,0	42,8	43,6	43,4	43,0
Латвія	36,9	36,3	40,2	41,8	37,3	34,6	35,6	34,8	35,8	35,6	37,9	37,7
Литва	37,4	50,3	40,4	40,1	39,1	36,8	34,7	33,2	33,3	33,3	33,6	35,2
Люксембург	41,1	40,7	41,1	39,2	37,6	38,1	41,5	41,8	42,5	41,6	38,6	37,8
Угорщина	52,6	52,2	52,8	49,9	46,5	47,3	51,4	49,1	48,9	50,1	51,9	49,8
Мальта	42,6	42,9	43,0	43,0	41,0	43,1	43,2	47,8	45,4	44,7	43,6	42,4
Голандія	49,4	47,5	46,7	46,0	44,2	45,4	46,2	47,1	46,1	44,8	45,6	45,3
Австрія	55,9	53,7	54,0	53,7	52,1	51,6	51,0	51,5	54,0	49,8	49,4	48,4
Польща	51,0	46,4	44,3	42,7	41,1	43,8	44,2	44,6	42,6	43,3	43,8	42,0
Португалія	44,1	43,2	42,8	43,2	43,1	44,4	44,3	45,5	46,5	47,6	46,3	45,8
Румунія	-	-	45,2	46,6	40,6	38,8	39,6	33,6	33,6	33,5	35,3	37,3
Словенія	45,0	45,4	46,3	47,2	46,7	47,6	46,3	46,4	45,8	45,3	44,5	42,4
Словаччина	53,7	49,0	45,8	47,9	50,9	44,6	45,1	40,1	37,7	38,1	37,1	34,6
Фінляндія	60,0	56,2	52,5	51,5	48,3	47,7	48,8	50,0	50,2	50,4	48,9	47,3
Швеція	63,0	60,9	58,8	58,6	55,6	55,5	56,7	57,0	55,6	55,2	54,3	52,7
Великобританія	42,3	40,5	39,5	38,9	39,0	40,1	41,0	42,1	42,9	44,1	44,2	44,4

Таблиця 2

**Частка витрат органів місцевого самоврядування від ВВП в країнах Європейського Союзу
(аналіз зроблено на підставі даних Європейської Комісії від 12 січня 2009 року)**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ЄС (27 країн)	–	–	–	–	–	–	11,1	11,3	11,4	11,4	11,3	11,2
ЄС (15 країн)	10,9	10,7	10,6	10,7	10,8	10,9	11,1	11,3	11,4	11,4	11,3	11,3
Бельгія	6,6	6,5	6,3	6,5	6,6	6,5	6,8	7,1	6,8	7,0	6,9	6,7
Болгарія	–	–	–	–	–	–	7,6	6,4	6,8	6,6	6,8	7,2
Чехія	12,2	9,9	9,8	9,2	9,6	10,1	11,0	13,3	12,6	11,8	12,1	11,2
Данія	32,0	31,5	31,8	31,8	31,1	31,9	32,7	33,5	33,4	33,2	33,4	32,0
Німеччина	8,0	7,7	7,4	7,3	7,3	7,2	7,3	7,3	7,1	7,2	7,2	7,2
Естонія	10,4	10,2	9,8	9,6	8,5	10,1	10,4	9,6	9,6	9,5	9,3	9,8
Ірландія	12,4	12,3	11,7	11,9	12,4	13,8	14,4	14,1	14,4	6,4	6,6	7,1
Греція	2,1	2,2	2,2	2,2	2,5	2,5	2,6	2,4	2,7	2,5	2,7	2,6
Іспанія	5,8	5,9	6,1	6,2	6,0	5,9	6,0	6,1	5,9	6,0	6,2	6,4
Франція	10,0	9,6	9,5	9,6	9,7	9,7	10,0	10,3	10,7	10,9	11,0	11,2
Італія	13,3	13,6	13,7	14,0	14,1	14,7	14,9	15,0	15,5	15,5	15,5	15,0
Кіпр	–	–	1,5	1,5	1,5	1,7	1,7	1,8	1,9	2,2	2,0	2,0
Латвія	8,4	9,1	9,9	10,4	9,7	9,6	10,2	9,4	10,0	9,4	10,5	11,3
Літва	–	–	–	–	9,1	10,1	9,5	9,0	8,9	8,1	8,5	8,4
Люксембург	6,0	5,8	5,8	5,6	5,2	5,7	5,9	5,8	5,5	5,3	4,8	5,0
Угорщина	12,8	12,8	13,0	12,4	11,6	11,8	12,0	13,1	12,8	12,9	12,9	11,7
Мальта	0,8	0,6	0,5	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6
Голандія	16,7	15,6	15,7	15,8	15,7	15,8	16,3	16,8	16,2	15,8	15,3	15,3
Австрія	10,3	9,5	9,5	9,5	9,1	7,9	7,8	7,8	7,6	7,5	7,4	7,4
Польща	15,9	10,3	9,8	14,5	13,4	14,0	13,5	12,9	12,9	13,1	13,6	13,3
Португалія	5,4	5,4	5,5	5,7	6,0	6,3	6,4	6,0	5,9	6,2	6,0	6,1
Румунія	–	–	–	–	–	6,5	6,6	6,7	7,0	7,1	8,3	9,8
Словенія	7,9	7,9	7,9	8,5	8,4	8,6	8,7	8,7	8,6	8,6	8,7	8,4
Словаччина	6,0	4,7	3,7	3,6	2,7	3,0	3,6	7,3	6,4	6,7	6,6	6,1
Фінляндія	20,3	19,5	18,4	18,0	17,7	18,0	18,6	19,2	19,5	19,9	19,6	19,2
Швеція	24,7	24,6	25,2	24,7	23,8	24,7	25,3	25,2	24,6	24,5	24,5	24,5
Великобританія	11,4	10,8	10,7	10,8	11,5	11,5	11,9	12,3	12,6	12,9	12,8	12,9

нього рівня для країн ЄС. Крім того, участь місцевих органів влади у використанні публічних ресурсів в Польщі найвища в порівнянні з іншими новопринятими державами ЄС. Слід зауважити, що до країн ЄС з найвищим ступенем децентралізації публічних витрат можна віднести такі країни, як: Данія, Швеція, Фінляндія. У свою чергу в Ірландії, яку часто наслідують польська економіка, участь місцевих властей у використанні публічних ресурсів підлягла значущому зниженню. На підставі представлених даних не можна в однозначний спосіб констатувати прогресуючу децентралізацію в країнах ЄС.

Висновки та перспективи подальших наукових розробок у даному напрямі. Отже, можна зробити висновок, що Польща, подібно як і інші країни ЄС, веде фіскальну політику «опікунського» характеру. Про це свідчить показник високої частки публічних витратів по відношенню до ВВП. Що ж стосується процесу децентралізації публічних витратів, то слід зауважити: Польща належить до кола країн ЄС, які характеризуються найвищим ступенем децентралізації – органи місцевої влади

приймають рішення та розпоряджаються публічними ресурсами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Alegre J.G. Decentralization and the Composition of Public Expenditures in Spain / J.G. Alegre // European University Institute Department of Economics, 2006.
2. Encyklopedia powszechna PWN, PWE. – Warszawa, 2001.
3. Gail N. Finance i gospodarka lokalna na swiecie / N. Gail // PWE. – Warszawa, 2000.
4. Kornberger-Sokolowska E. Decentralizacja finansów publicznych a samodzielność finansowa jednostek samorządu terytorialnego / E. Kornberger-Sokolowska // Liber. – Warszawa, 2001.
5. Kosek-Wojnar M., Surówka K. Finanse samorządu terytorialnego / M. Kosek-Wojnar., K. Surówka // Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie. – Kraków, 2002.
6. Owsiak S. Finanse publiczne teoria i praktyka / S. Owsiak // Wydawnictwo naukowe PWN. – Warszawa, 2005.
7. Polarczyk K. Wydatki publiczne w Polsce na tle państw Unii Europejskiej / K. Polarczyk // INFOS: BAS, 2007. – nr 22.
8. Steward J. The Purpose and Character of Local Government / J. Steward, R. Greenwood // Institute of Local Government Studies: University of Birmingham. – Birmingham, 1999.

УДК 330.101:339.137.2

Черленяк І.І.*доктор наук з державного управління, професор
Ужгородського національного університету***Курей О.А.***старший викладач кафедри міжнародного бізнесу,
логістики та менеджменту
Ужгородського національного університету*

ЯКІСТЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено поняття конкурентоспроможності національної економіки країни. Визначені та проаналізовані рівні індексів-показників конкурентоспроможності національної економіки та легкості ведення бізнесу окремих країн, проведено їх порівняння. Обґрунтована роль інституту конкуренції у трансформації економічного механізму, а також необхідність створення системи комплексної оцінки внутрішньокраїнової конкурентоспроможності та якості ведення бізнесу.

Ключові слова: конкурентоспроможність, національне господарство, інститут конкуренції, індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс легкості ведення бізнесу.

Черленяк И.И., Курей О.А. КАЧЕСТВО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье исследовано понятие конкурентоспособности национальной экономики страны. Определены и проанализированы уровни индексов-показателей конкурентоспособности национальной экономики и легкости ведения бизнеса отдельных стран, проведено их сравнения. Обоснована роль института конкуренции в трансформации экономического механизма, а также необходимость создания системы комплексной оценки внутренней конкурентоспособности страны и качества ведения бизнеса.

Ключевые слова: конкурентоспособность, национальное хозяйство, институт конкуренции, индекс глобальной конкурентоспособности, индекс легкости ведения бизнеса.

Cherlenjak I.I., Kurej O.A. THE QUALITY OF BUSINESS AND THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY

The concept of the national economy competitiveness is examined in this paper. The level of the indicators of the national economy competitiveness and the ease of doing business of individual countries are identified and analyzed. The comparison of these indexes is also performed. The role of the institute of competition in the transformation of the economic mechanism as well as the need of the establishment of a comprehensive system for the assessment of the inner country competitiveness and the quality of business are substantiated.

Keywords: competitiveness, national economy, institute of competition, Global Competitiveness Index, Ease of Doing Business Index.

Постановка проблеми. Україна, яка має високу енергоємність виробництва і знаходиться у фазі підвищення цін на газ, втрачає свої позиції на світових ринках. Проте економічні позиції провідних країн Заходу не будуть швидко змінюватися через інерційне збереження ними науково-технологічного лідерства, зумовленого більш розвинутими суспільно-економічними інститутами, інфраструктурою та рівнем розвитку людського потенціалу. Останнє розширення ЄС призвело до значного посилення гетерогенності його внутрішньої структури, зумовленої значним зростанням розбіжностей не лише в рівнях соціально-економічного розвитку, але й в інституційних особливостях країн-учасниць. Розуміння цих розбіжностей призводить до затягування у часі подальшого розширення функцій комунітарних органів ЄС. Поряд із цим політичні процеси та соціально-політичні зміни, які відбулися в Україні наприкінці 2013 – на початку 2014 року, сформували політичні та соціальні підстави для важливих кроків реальної трансформації економічної системи. Актуальним питанням є встановлення завдань реформування та критеріїв оцінювання змісту, рівня, цілей та результатів і наслідків трансформації економічної системи. Один із напрямків вирішуваних завдань реформування – це створення відповідних сучасним викликам часу структурно-функціональних модифікацій форми та змісту економіки відповідно до концепції конкуренції та теорії конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над розвитком теорії країнової конкурентоспроможнос-

ті активно працює багато науковців та фахівців. Так, Я.А. Жаліло в своїй монографії особливу увагу приділяє формулюванню науково обґрунтованих практичних рекомендацій щодо комплексу заходів економічної політики [7], О.О. Масляєва висвітлює загальний підхід щодо дослідження конкурентоспроможності різних об'єктів з єдиних системних і методичних позицій та уявлень про її сутність [4], П.П. Гаврилко розглядає зв'язок потреб комплексного розвитку регіонів та процесів підвищення конкурентоспроможності [10], В.В. Дергачова здійснює оцінку позицій України в системі міжнародної конкурентоспроможності та аналізує інструменти її удосконалення [11].

Постановка завдання. Обґрунтування позиції з постановки проблеми дослідження дозволяє сформулювати мету цієї статті як визначення факторів підвищення конкурентних позицій української економіки на світовому ринку в умовах глобалізаційного тиску у взаємозв'язку з показником якості ведення бізнесу як одним із інтегральних визначників економічної спроможності національного господарства країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Макроекономічне середовище країни відіграє фундаментальну роль у визначенні результату індивідуальних ділових операцій, здійснюваних у її кордонах. Загалом нестійке макроекономічне середовище породжує нестійкість у прибутках резидентів (фірм і фінансових організацій), відповідним чином збільшуючи їх ризики.

Повне використання факторів ВВП в тій чи ін-

шій країні залежить від структури її економіки, природних ресурсів, обсягу капіталу і ступеня розвиненості фінансової системи. Стан цих елементів і визначає можливість їх повного використання, тому, як правило, у розвитку будь-якої країни помітні циклічні коливання навколо довгострокової тенденції, які називаються діловим циклом. Динаміка зміни ВВП є одним зі способів вимірювання країнового економічного ризику.

Структура економіки країни показує сприйнятливність її до негативних економічних ситуацій і можливу ступінь глибини кризових явищ.

Якість управління економікою дозволяє оцінити можливість уряду з передбачення несприятливих ситуацій і вміння розробляти комплекс протидіючих їм заходів. При цьому перелік і обсяг конкурентоспроможних на світовому ринку продуктів особливо важливий. Зважаючи на універсальний принцип диверсифікації, при інших рівних умовах економіка з широким переліком конкурентоспроможних продуктів є більш стійкою, ніж економіка з вузьким переліком. Крім того, широкий перелік конкурентоспроможних товарів дозволить такій країні стимулювати внутрішній розвиток за допомогою орієнтованих на експорт галузей, які в даному випадку виступатимуть своєрідним двигуном, що покликаний витягнути країну з внутрішньої економічної кризи.

Конкурентоспроможність є комплексним багатовимірним показником, який у словосполученні «конкурентоспроможність країни» набуває ще більш складного значення. Взаємозв'язок економічних показників та конкурентоспроможності визначити досить нескладно, володіючи повною та неупередженою інформацією про стан справ в економіці країни. Актуальним є також визначення процесу взаємовпливу та взаємозалежності таких показників, як конкурентоспроможність країни та якість ведення бізнесу в країні. При цьому надзвичайно важливо розуміти, що будь-які спроби оцінити конкурентоспроможність країни, тобто здійснити рейтинговий аналіз конкурентоспроможності, призводить до усвідомлення, що це аналіз конкурентоспроможності «приймаючої сторони», коли «гра відбувається на її території».

Зазвичай основою розуміння сутності поняття конкурентоспроможності підприємства вважають дослідження М. Портера, згідно з яким конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена у межах груп підприємств, які належать до однієї галузі [1]. Продовжуючи думку М. Портера, конкурентоспроможність розглядають на рівні товару, товаровиробника, галузі, країни. При цьому конкурентоспроможність обумовлена економічними, соціальними та політичними факторами позиції країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках [2, с. 31]. Звідси конкурентоспроможність країни у загальному вигляді можна визначити як здатність країни в умовах вільної торгівлі виробляти товари та послуги, що відповідають світовим вимогам [3, с. 39].

Не зводячи конкурентоспроможність країни до простої суми конкурентоспроможностей підприємств, конкурентоспроможність країни визначають як здатність долати бар'єри виходу на зовнішній ринок та вести конкурентну боротьбу, обумовлену економічними, соціально-демографічними, політичними, екологічними факторами [4].

Конкурентоспроможність національної економіки в рамках формування стратегічної політики економічного розвитку трактують як міру можливості

країни за умов вільного й справедливого ринку виробляти товари й послуги, що відповідають вимогам світових ринків при одночасному збереженні або підвищенні реальних доходів своїх громадян [5]; як здатність країни створити внутрішні та зовнішні умови, що дають бізнесу змогу виробляти товари й послуги, які витримують випробування міжнародних ринків, а її населенню – стабільно підвищувати доходи і якість життя [6, с. 22-23]; як стан суспільних відносин у державі щодо забезпечення умов стабільного підвищення ефективності національного виробництва, адаптованого до змін світової кон'юнктури та внутрішнього попиту на основі розкриття національних конкурентних переваг і досягнення кращих, ніж у конкурентів, соціально-економічних параметрів [7]. Тобто конкурентоспроможність країни – це її здатність забезпечити стає економічне зростання. На міжнародному ринку загострення конкурентної боротьби за збут продукції змушує країни постійно шукати нові можливості й резерви для збуту своєї продукції, удосконалювати технологію з метою створення якісних товарів [8], а отже, підвищувати свою конкурентоспроможність для отримання вигоди та поживлення економічного розвитку.

На здатності конкурентоспроможної економіки забезпечувати можливість своїм громадянам отримувати більше доходів наголошують і фахівці Всесвітнього економічного форуму [9]. При цьому конкурентоспроможність країни визначається комплексом інститутів, стратегій і факторів, що формуються рівень продуктивності країни. Останній показник впливає на рівень життя населення (чим вища продуктивність, тим вищим є рівень життя) та визначає прибутковість інвестицій в економіку конкретної країни. Звідси, більш конкурентоспроможною може вважатися та економіка, яка забезпечує порівняно стрімкіше зростання у середнь- та довгостроковій перспективі. При цьому про потенціал зростання свідчить прибутковість інвестицій. Цей фактор, у свою чергу, визначається продуктивністю країни.

Загалом, зважаючи на всі існуючі визначення, конкурентоспроможність країни дозволяє дати об'єктивну відповідь на запитання, чи здатна країна зайняти свою ринкову нішу у світовій економіці та використовувати наявні та потенційні конкурентні переваги для того, щоби втриматися на займаній позиції, керуючись тільки правилами fair play. При цьому особливої ваги набуває розроблення системи оцінок, яка б включала набір параметрів і показників, що з максимальною об'єктивністю здатні охарактеризувати складові елементи конкурентоспроможності країни в цілому та її регіонів, зокрема [10].

Внутрішня стратегія розвитку України має бути глобально орієнтованою, як з точки зору протидії новим руйнівним впливам глобалізації, так і прагматичною з точки зору використання нових можливостей і переваг, які вона надає. Критеріями оцінки ефективності економічного розвитку слугують відповідні рейтинги, один із них – рівень міжнародної конкурентоспроможності країни [11]. Для оцінки рівня конкурентоспроможності національного господарства зазвичай використовують два індекси-показники:

1. GCI (Global Competitiveness Index) – індекс глобальної конкурентоспроможності, який дає оцінку перспективам економічного зростання на 5-8 років та визначає спроможність національного

господарства досягти стабільного розвитку за визначеними параметрами.

2. EDB (Ease of Doing Business Index) – індекс легкості ведення бізнесу. Він характеризує результат діяльності економік тих країн, уряди яких забезпечили ефективно регуляторне середовище для бізнесу, не зачіпаючи інтереси останнього і, водночас, захищаючи важливі суспільні інтереси. Країни, які займають високі позиції в рейтингу легкості ведення бізнесу, таким чином, за цілим переліком базових показників, що аналізуються, є більш конкурентоспроможними.

Проте не завжди такий висновок є очевидним, якщо спиратися на значення індексів, наведених вище. Для цього значення індексів глобальної конкурентоспроможності та легкості ведення бізнесу за період із 2010 по 2014 рр. були узагальнені нами в таблиці 1.

У результаті аналізу даних, наведених у таблиці 1, було з'ясовано, що не для всіх розвинутих

ринкових країн є характерним тісний зв'язок значень індексів конкурентоспроможності та легкості ведення бізнесу. Цікавим є також той факт, що країни-лідери за індексом конкурентоспроможності займають також високі місця і за значенням другого показника – індексу легкості ведення бізнесу, але при цьому різниця значень цих індексів коливається в межах 35-ти пунктів (рис. 1).

Зважаючи на те, що показники GCI та EDB складаються зовнішніми по відношенню до української економіки зацікавленими сторонами, хоча й враховують внутрішні фактори розвитку, важливим є створення внутрішньої країнової системи оцінки конкурентоспроможності фірм, регіонів, галузей та порівняльної внутрішньо-зовнішньої системи оцінювання конкурентоспроможності. Адже, якщо на управлінському рівні немає способів об'єктивної оцінки проблеми, то, формально, для системи управління країною (для політичної та економічної влади країни) не існує і самої проблеми.

Таблиця 1

Оцінка конкурентоспроможності України серед інших держав світу

№	Країна	Global Competitiveness Index					Ease of Doing Business Index				
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
1	Австралія	15	16	20	20	21	9	10	15	10	11
2	Австрія	17	18	19	16	16	28	32	32	29	30
3	Азербайджан	51	57	55	46	39	38	54	66	67	70
4	Болгарія	76	71	74	62	57	44	51	59	66	58
5	Велика Британія	13	12	10	8	10	5	4	7	7	10
6	Вірменія	97	98	92	82	79	43	48	55	32	37
7	Гонг Конг	11	11	11	9	7	3	2	2	2	2
8	Греція	71	83	90	96	91	109	109	100	78	72
9	Грузія	90	93	88	77	72	11	12	16	9	8
10	Данія	5	9	8	12	15	6	6	5	5	5
11	Естонія	35	33	33	34	32	24	17	24	21	22
12	Іспанія	33	42	36	36	35	62	49	44	44	52
13	Італія	48	48	43	42	49	78	80	87	73	65
14	Канада	9	10	12	14	14	8	7	13	17	19
15	Китай	29	27	26	29	29	89	79	91	91	96
16	Кіпр	34	40	47	58	58	40	37	40	36	39
17	Латвія	68	70	64	55	52	27	24	21	25	24
18	Литва	53	47	44	45	48	26	23	27	27	17
19	Люксембург	21	20	23	22	22	64	45	50	56	60
20	Молдова	–	94	93	87	89	94	90	81	83	78
21	Нідерланди	10	8	7	5	8	30	30	31	31	28
22	Німеччина	7	5	6	6	4	25	22	19	20	21
23	Норвегія	14	14	16	15	11	10	8	6	6	9
24	Південна Корея	19	22	24	19	25	19	16	8	8	7
25	Польща	46	39	41	41	42	72	70	62	55	45
26	Португалія	43	46	45	49	51	48	31	30	30	31
27	Росія	63	63	66	67	64	120	123	120	112	92
28	Румунія	64	67	77	78	76	55	56	72	72	73
29	Сінгапур	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1
30	Словаччина	47	60	69	71	78	42	41	48	46	49
31	США	2	4	5	7	5	4	5	4	4	4
32	Туреччина	61	61	59	43	44	73	65	71	71	69
33	Угорщина	58	52	48	60	63	47	46	51	54	54
34	Україна	82	89	82	73	84	142	145	152	137	112
35	Фінляндія	6	7	4	3	3	16	13	11	11	12
36	Франція	16	15	18	21	23	31	26	29	34	38
37	Чехія	31	36	38	39	46	74	63	64	65	75
38	Швейцарія	1	1	1	1	1	21	27	26	28	29
39	Швеція	4	2	3	4	6	18	14	14	13	14
40	Японія	8	6	9	10	9	15	18	20	24	27

Джерело: [12-21]

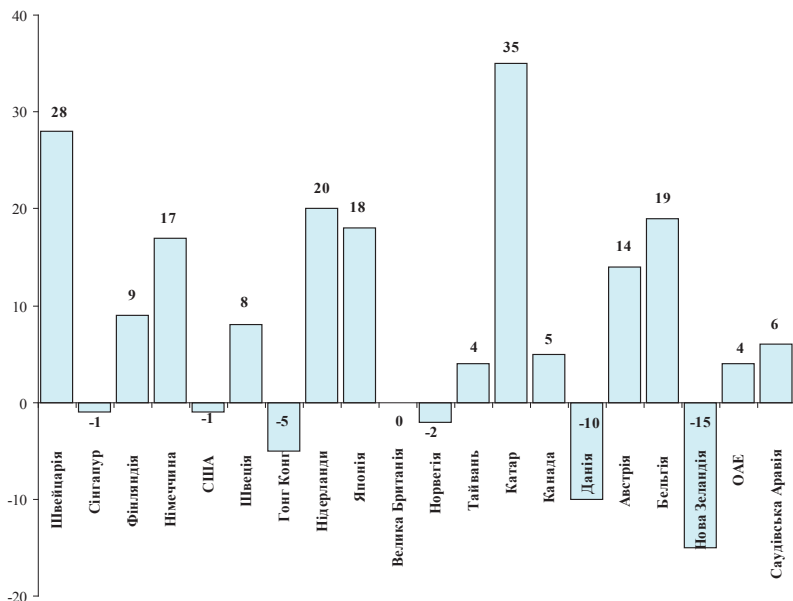


Рис. 1. Різниця значень індексів конкурентоспроможності та легкості ведення бізнесу країн, які входять до двадцятки лідерів за індексом конкурентоспроможності у 2014 р.

Джерело: [16; 21]

Формування та підтримка системи оцінювання конкурентоспроможності та оцінки відповідного рівня інноваційності виробництва (товарів, послуг, знань, сервісного обслуговування) виглядає найбільш природними в рамках державного інституту статистичної звітності та оцінювання. Проте важливу роль в цьому процесі повинні зіграти аналітичні служби міністерств, Антимонопольного комітету, Комісії з цінних паперів та фондового ринку, Державної реєстраційної служби, інших регулювальних органів. Помітним повинен бути і вклад аналітичних служб самоорганізованих об'єднань суб'єктів бізнесу, таких як «Союз промисловців та підприємців», «Спілка роботодавців».

Таким чином, у процесі формування максимально об'єктивних критеріїв оцінки конкурентоспроможності національного господарства та її взаємозв'язку із якістю ведення бізнесу активну участь повинні виявляти насамперед інститути влади та громадського впливу.

Серед усіх інститутів, які присутні в розвинутих капіталістичних країнах і слабо розвинуті в постсоціалістичних країнах із трансформаційними економіками, одним із найважливіших є інститут конкуренції.

Для вирівнювання базового фактору формування конкурентоспроможного національного господарства країни конче необхідним є ефективно діючий інститут конкуренції. Інститут конкуренції необхідно сформувати та забезпечити на основі двох начал: проектного та самоорганізаційного. При цьому головною місією є створення конкурентного механізму визначення ефективності використання приватними та корпоративними економічними агентами обмежених суспільних (національних) ресурсів. Для цього інститут конкуренції повинен бути здатним спонукати та контролювати мінімальний та максимальний рівень внутрішньокрайнової конкуренції, координувати доцільний рівень конкуренції у кількох вимірах:

- 1) всередині галузі;
- 2) між галузями;
- 3) між агрегатними станами бізнесу: великим, середнім, малим;
- 4) між сектором реальної економіки та фіктивним (фінансовим) сектором;
- 5) між вітчизняним бізнесом та економічними агентами, афілійованими із закордонними резидентами.

Для об'єктивної оцінки конкурентоздатності національної економіки на всіх зазначених рівнях необхідним та перспективним видається створення у рамках статистичних досліджень системи комплексної оцінки внутрішньокрайнової конкурентоспроможності та якості ведення бізнесу для національних суб'єктів та внутрішніх інвесторів, а також координаторів економічної активності. Залучення експертів різних рівнів до формування такої системи показників дозволить врахувати особливості сприйняття поняття конкурентоспроможності національної економіки з позицій усіх зацікавлених в економічному розвитку сторін і

сприятиме налагодженню взаємозв'язків між особистими та суспільними (національними) інтересами.

Основним шляхом виведення національної економіки та її компонент і суб'єктів на новий рівень ефективності й самоорганізації є формування нового відтворювального змісту вітчизняного бізнесу, створення умов для формування нового відтворювального механізму, в рамках якого ринкова конкуренція, підприємницька активність і зацікавленість суспільства у активності використання бізнесменами «обмежених суспільних ресурсів» гармонізовані. Для досягнення цієї мети модель відтворення конкурентоспроможності національної економіки повинна містити конкуренцію в собі двічі (у формі подвійного повторного входу діяльностей комунікації): 1) інституціонально; 2) на рівні механізмів та змісту функціонування ринку. Конкуренція визначає первинну якість бізнесу, співконкуренція створює цивілізаційний темп розвитку сучасної ринкової економіки опосередковано, здійснюючи пошук нових фронтів цивілізаційного вдосконалення, тим самим визначаючи вищий другий рівень якості бізнесу.

Опосередковано якість бізнес-системи відображається через сукупність показників: 1) відношенням традиційно складової бізнес-системи до інноваційної компоненти та до пошуково-інвестиційної; 2) вкладом бізнес-системи в збільшення місткості вітчизняного ринку; 3) здатністю продукції бізнес-системи долати бар'єри проникнення на зарубіжні ринки; 4) соціальною корисністю продукції та функціонування бізнес-системи. Якість бізнесу як агрегованої в середовище сукупності бізнес-систем, що забезпечують відтворювальну роль ринкового механізму регулювання еволюції національної економіки подвійно рефлексивно залежить від якості інститутів підтримки інфраструктури ринків та якості інститутів держави. Тому якістю бізнесу, конкурентоспроможність економіки кра-

їни, якість інституцій та інститутів країни треба змінювати одночасно. Таку одночасну зміну можна зробити тільки змінивши ментальність і власників бізнесу, і чиновників, і найманих працівників бізнесу, і бюджетників революційно шляхом посилення взаємної вимогливості усіх цих груп економічних агентів між собою.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, конкурентоспроможність національної економіки походить від: конкурентних переваг товарів; конкурентоспроможності потоків товарів та послуг, які продукує національна економіка; конкурентоспроможності вітчизняних фірм та корпорацій, конкурентоспроможності галузей та перспективності видів економічної діяльності; якості механізмів ринкового оцінювання та регулювання ефективності економічної діяльності; конкурентоздатності держави. Така перехресна взаємозалежність не заперечує певної комунікаційної автономії автопоезису держави та автопоезису національної економіки, а тільки підкреслює, що це – два взаємозалежні канали цивілізаційного поступу країни, головним завданням якого є зусиллями бізнесу, держави та суспільства будувати адекватну цивілізаційним викликам композицію технологічних укладів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Porter M.E. *Competitive Advantage of Nations* / M.E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.
- Скударь Г.М. Управление конкурентоспособностью крупного АО: проблемы и решения / Г.М. Скударь. – К. : Наук. думка, 1999. – 496 с.
- Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андрианов // *Экономист*. – 1997. – № 10. – С. 37–47.
- Масляева О.О. Економічна сутність категорії «конкурентоспроможність»: дефініція та систематизація [Електронний ресурс] / О.О. Масляева // *Ефективна економіка*. – 2011. – № 10. – Режим доступу на 09.02.14 : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737>.
- Крапивний І.В. Конкурентоспроможність економіки та чинники її зростання / І.Крапивний, Н.Нілова // *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. – 2004. – № 6(65). – С. 12–16.
- Хаджоян А.О. Конкурентоспроможність як соціально-економічне поняття і категорія / А.О. Хаджоян // *Економічний вісник НГУ*. – 2008. – № 4. – С. 19–25.
- Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я.А. Жаліло, Я.Б. Базиліук, Я.В. Белінська та ін.]; За ред. Я.А. Жаліло. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.
- Суліма О.А. Теоретико-методологічні засади конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / О.А. Суліма // *Ефективна економіка*. – 2014. – № 1. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2675>
- Звіт про конкурентоспроможність України у 2008 р. [Електронний ресурс]. – Женева: Всесвітній економічний форум, 2008. – Режим доступу : <http://www.experts.in.ua/baza/doc/download/2.pdf>.
- Гаврилко П.П. Комплексний розвиток та конкурентоспроможність регіонів [Електронний ресурс] / П.П.Гаврилко // *Ефективна економіка*. – 2012. – № 4. – Режим доступу на 09.02.14: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1058>.
- Дергачова В.В. Україна в системі міжнародної конкурентоспроможності: оцінка позицій, причини і шляхи відродження / Дергачова В.В., Шеремет Т.Г. // *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. – 2010. – № 7. – С. 86–90
- Doing Business 2010: Reforming through Difficult Times. – Washington: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2009. – 215 p.
- Doing Business 2011: Making a Difference for Entrepreneurs. – Washington: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2010. – 243 p.
- Doing Business 2012: Doing Business in a More Transparent World. – Washington: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2011. – 200 p.
- Doing Business 2013: Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises. – Washington: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2012. – 270 p.
- Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises. – Washington: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2013. – 306 p.
- The Global Competitiveness Report 2009-2010. – Geneva: World Economic Forum, 2009. – 479 p.
- The Global Competitiveness Report 2010-2011. – Geneva: World Economic Forum, 2010. – 501 p.
- The Global Competitiveness Report 2011-2012. – Geneva: World Economic Forum, 2011. – 527 p.
- The Global Competitiveness Report 2012-2013. – Geneva: World Economic Forum, 2012. – 527 p.
- The Global Competitiveness Report 2013-2014. – Geneva: World Economic Forum, 2013. – 551 p.

УДК 339.54

Шафранова К.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Житомирського економіко-гуманітарного інституту
Університету «Україна»*

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У статті розкрито сутність інвестиційного клімату держави, а також розглянуті складові, які його визначають. Досліджено основні тенденції, які склалися в політичному та економічному середовищі України, та визначено їх вплив на інвестиційний імідж держави. Проведене дослідження дозволило з'ясувати сучасний стан інвестиційного клімату та окреслити основні фактори, які сприяють або перешкоджають активізації інвестиційної діяльності.

Ключові слова: інвестиційний клімат, інвестиційний імідж, інвестиційна діяльність, іноземні інвестори, економічна нестабільність.

Шафранова Е.В. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В статье раскрыта сущность инвестиционного климата государства, а также рассмотрены составляющие, которые его определяют. Исследованы основные тенденции, которые сложились в политической и экономической среде Украины, и определено их влияние на инвестиционный имидж государства. Проведенное исследование позволило выяснить современное состояние инвестиционного климата и определить основные факторы, которые способствуют или препятствуют активизации инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: инвестиционный климат, инвестиционный имидж, инвестиционная деятельность, иностранные инвесторы, экономическая нестабильность.

Shafranova K.V. INVESTMENT CLIMATE IN UKRAINE UNCERTAIN ECONOMIC CONDITIONS

The article deals with the nature of the investment climate of the state, and consider the components that define it. The basic trends that have developed in the political and economic environment of Ukraine, and determined their impact on the investment image of the country. This study has allowed to clarify the current state of the investment climate and identify the main factors that facilitate or impede investment activity.

Keywords: investment climate, investment image, investment, foreign investors, economic instability.

Постановка проблеми. Розвиток соціально-економічної сфери України прямо пропорційно залежить від формування сприятливого інвестиційного клімату, адже економіка і добробут держави, розвиток її виробничих сил та бізнесу ґрунтуються на ефективних інвестиціях.

Провідним чинником підвищення рівня конкурентоспроможності держави, забезпечення її високого темпу економічного зростання є позитивний інвестиційний імідж та відповідно інвестиційна привабливість. Саме тому вкрай актуальним є вирішення проблеми щодо формування стабільного інвестиційного клімату, розширення повноважень держави у забезпеченні припливу інвестицій в українську економіку та їх раціонального використання. Одним з ключових завдань на сьогодні перед органами державної влади, яке постає, є підвищення інвестиційної привабливості держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням інвестиційного клімату, інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності держави присвячені праці таких науковців, як Т.А. Смірнова, Д.С. Іопель, Т.Г. Кубах, О.М. Стефанків, В.І. Данилишин та інші.

Зокрема, Т.Г. Кубах у своїх наукових дослідженнях розглядає складові, які визначають інвестиційний клімат, досліджує існуючі методики світових рейтингів, на основі яких проводять оцінку рівня інвестиційної привабливості держави та стан її інвестиційного клімату. О.М. Стефанків та В.І. Данилишин присвячують свої дослідження обґрунтуванню ролі формування стабільного інвестиційного клімату у забезпеченні соціально-економічного розвитку України, визначенню переваг інвестування в Україну, головним причинам, що стримують розвиток інвестиційної діяльності. Позитивно оцінюючи внесок зазначених науковців у питання, що досліджуються, необхідно зауважити, що досі залишаються недостат-

ньо висвітленими чинники, які негативно впливають на інвестиційний клімат держави, що потребує подальшого дослідження в умовах економічної нестабільності України.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в аналізі особливостей інвестиційної привабливості економіки України в умовах економічної нестабільності, а також у визначенні основних напрямів підвищення інвестиційної привабливості національної економіки та підвищення рівня її конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання лише реалізація структурних зрушень у господарському комплексі України забезпечить її сталий економічний розвиток. Саме тому провідним завданням державного управління в економічних умовах, які склалися, є покращення інвестиційного клімату, активізація інвестиційної діяльності, нагромадження інвестиційних ресурсів та їх концентрація на пріоритетних напрямках відновлення економіки як дієвих важелів у здійсненні структурної перебудови економіки, розв'язання гострих соціальних та економічних проблем.

Слід відзначити, що на основні показники соціально-економічного розвитку країни безпосередній вплив має саме її інвестиційний клімат, оскільки його позитивне значення сприяє розв'язанню соціальних проблем, дозволяє забезпечити високий рівень зайнятості населення, впроваджувати інноваційні технології у процес виробництва як на державному рівні, так і на рівні окремого підприємства. Саме тому, стабілізація інвестиційного клімату є пріоритетним курсом для України як держави.

Інвестиційний клімат в Україні залишається несприятливим, незважаючи на те, що на державному рівні давно вже задекларована інноваційно-інвестиційна модель розвитку. Недостатній обсяг інвестицій

в українську економіку обертається технологічним відставанням виробництва, зростаючою зношеністю основних фондів. В умовах збиткової діяльності і низької рентабельності промислової сфери, значного податкового тиску та відсутності впродовж багатьох років дієвої підтримки реального виробництва підприємства не здатні здійснити модернізацію та інноваційне оновлення основних фондів [1].

Необхідно створити сприятливий інвестиційний клімат не тільки для іноземних інвесторів, але й для вітчизняних. Перш за все, слід наголосити на тому, що приватному капіталу потрібні гарантії від примусових вилучень з боку влади, а також стабільні умови роботи при здійсненні довгострокових інвестицій. Не менш важливим є й забезпечення реального дотримання міжнародних договорів і виконання рішень іноземних арбітражів. Міжнародна інвестиційна спільнота має бути впевнена в тому, що будь-які угоди відповідають прийнятним міжнародним нормам і правилам, мають силу в Україні.

Негативний вплив на інвестиційний клімат має також слабка система правового та економічного захисту інвесторів, втручання органів влади у перерозподіл клієнтури між окремими банками, а також розвиток земельного законодавства у напрямку вирівнювання прав вітчизняних і зарубіжних інвесторів. Довгострокові цілі із залучення зовнішніх інвестицій потребують постійних зусиль із формування привабливого іміджу країни. Необхідно сформулювати й широко висвітлювати державну політику та готовність уряду вживати радикальних заходів, орієнтованих на ринкову економіку; публічно підтримувати інвестиційну діяльність [1].

Штучно завищує вартість інвестиційного проекту та відповідно знижує його ефективність існуюча в Україні практика жорсткого порядку оподаткування довгострокових проектів, яка передбачає сплату банком-інвестором податку в процесі інвестування, коли проект ще не дає очікуваної віддачі. Все це у своїй сукупності справляє негативний вплив на формування інвестиційного іміджу країни. Тому Україна має зробити все можливе для того, щоб покращити своє загальне становище і зайняти гідне місце розвиненої європейської держави на ряду з провідними країнами світу.

Інвестиційна діяльність є складним видом діяльності, що несе в собі багато ризиків, на яку впливає безліч факторів як внутрішньодержавних, так і зовнішніх. Головним чином, при дослідженнях інвестиційного клімату порівнюють параметри інвестиційного потенціалу та ризику, що характеризують політичну стабільність, дотримання норм податкового законодавства та стабільність нормативно-правової бази.

На думку іноземних інвесторів, секторами, що ідеально підходять для системного інвестування з урахуванням поточної ситуації та перспектив подальшого розвитку, є сільське господарство (92%), національна інфраструктура (91%), альтернативна енергетика (90%) і харчова промисловість (81%). З метою створення сприятливих умов для надходження інвестицій необхідно здійснити ряд заходів з покращення економічного та правового середовища в Україні, а саме [2]:

- встановлення економічно обґрунтованих та взаємовигідних цін на інвестиційні ресурси та визначення пріоритетних напрямків іноземного інвестування, які б забезпечили прискорений вихід економіки з кризового стану;

- удосконалити нормативно-правову та організаційну бази для підвищення дієздатності механізмів

забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки;

- створити ефективну систему з надання державних кредитів для інвестиційних проектів у пріоритетні сфери національної економіки, а також за рахунок ведення системи податкових та митних пільг;

- здійснення контролю за ефективним використанням бюджетних коштів, наданих для реалізації інвестиційних проектів;

- ввести систему оподаткування, яка б не стримувала підприємницьку та інвестиційну активність;

- створити програми для налагодження ефективного співробітництва із стратегічними іноземними партнерами.

Проблема залучення інвестицій до економіки України на даний момент вирішується в умовах світової економічної кризи, коли попит на інвестиції значно перевищує їх пропозицію, а при практично повній відсутності власних засобів дедалі гостріше постає питання нестачі інвестиційних ресурсів для розвитку провідних ланок економіки. Україна має досить негативний інвестиційний імідж, обумовлений політичними факторами, тому непомітним залишається те, що держава за останні роки зробила відчутні кроки в напрямку інтеграції в світову економіку: стала членом Світової Організації Торгівлі, веде переговори щодо створення зони вільної торгівлі з ЄС. За висновками експертів, уповільнення світової економіки, нестабільна ситуація на фінансових ринках, девальвація гривні та проголошення великої кількості реформ у 2010 році, але не впровадження їх на практиці, зумовили особливо різке падіння індексу інвестиційної привабливості України у IV кварталі 2011 року. Як свідчить статистика, процес залучення іноземних інвестицій просувається малими темпами. Обсяг надходжень іноземних інвестицій не відповідає обсягу потреби в них. Мало також середніх розмірів інвестицій у конкретні проекти, невеликі обсяги іноземних інвестицій спрямовуються у вітчизняну виробничу сферу, зокрема у промисловість [3].

Особливу увагу привертає на себе той факт після кризи 2008–2009 років, незважаючи на від'ємну динаміку світової економіки, Україна змогла покращити свої позиції, про що свідчить Індекс ведення бізнесу. Основні позитивні зрушення відбулись за рахунок зменшення строків започаткування бізнесу, реєстрації власності, сплати податків. За даними Всесвітнього банку, у рейтингу The Doing Business–2014, Україна зайняла 112 місце, це той рекорд, який вона досягла за всі роки своєї незалежності, але так і не змогла увійти у сотню. Якщо розглядати значення цього індексу у загальному підсумку, можемо констатувати позитивну динаміку, але практично більшість законодавчих змін які було запропоновано і враховано при розрахунку даного показника не працюють або не мають суттєвого практичного значення. Позиція України за межами сотні свідчить про те, що підприємства витрачають більш ніж це доречно часу на спілкування з представниками державних органів влади, а декларування про зменшення кількості узгоджувальних та ліцензійних документів залишилися на папері, але головною проблемою залишається тиск на суб'єкти господарювання бюджетоутворюючих органів, а особливо податкової інспекції. Як наслідок суб'єкти господарської діяльності, які проводять свою діяльність з використанням нелегальних схем, більш конкурентоспроможні, логічно, що відбувається згортання діяльності ле-

гального бізнесу, а це негативно впливає на наповнення бюджету та інвестиційний клімат держави [4].

Темп приросту прямих іноземних інвестицій за період 2000–2012 рр. зменшився, якщо у 2000 році він становив 20%, то у 2012 році – 4%, показавши свій максимум у 2005, а мінімум у 2009 році. Після кризи 2008–2009 року спостерігався певний бум інвестування, іноземні інвестори розпочали реалізовувати ряд проектів. Однак вже у 2012 році тенденція йде на спад і у 2013 році негативний тренд мав продовження, якщо у першому півріччі 2012 році обсяг прямих іноземних інвестицій становив 5,1 млрд. дол. США, то у 2013 році тільки – 855, 8 млн. дол. США. Дана тенденція була обумовлена як зовнішніми, так і внутрішніми факторами. Серед найбільш вагомих чинників, що негативно вплинули на надходження іноземного капіталу в економіку країни, – перш за все, незначні темпи росту світової економіки, втрата конкурентних переваг перед Китаєм на ринку сталі, як наслідок – втрата азійського та частки російського ринку, падіння обсягів реалізації хімічної продукції, а також значні проблеми в економіці Кіпру. Хоча, незважаючи на банківську кризу, яка відбулась у даній країні та збільшення ставки податку на прибуток до 12,5%, саме ця країна залишається основним постачальником іноземного капіталу в Україні. Найбільше скорочення інвестиційних надходжень, фактично у двічі у порівнянні з 2000 роком, спостерігається з Швейцарії. Дана тенденція склалась під впливом глобальної політики, направленої на боротьбу з відмиванням «брудних» коштів. Особливу увагу привертає на себе збільшення фактично у 2 рази, за останні 10 років, обсягу інвестиційних надходжень з Британських, Віргінських островів, хоча в загальній структурі прямих іноземних інвестицій в економіку України, їх частка не перевищує 2,5%. Це, в свою чергу, свідчить про те, що значний рівень капіталу з вітчизняної економіки виходить через нелегальні схеми, а відповідно і акумулюється в тіні [4].

Головною причиною ситуації, що склалася, є домінування негативних факторів над позитивними. Погіршуючими факторами інвестиційного клімату України та формування її негативного міжнародного іміджу є такі з них, як нестабільність політичної та економічної ситуації, недосконале законодавство, високий рівень корупції, а також кризові соціальні

явища. Разом з тим слід враховувати і сприятливі фактори, які в наявності в Україні, основними з яких є наявність значного науково-технічного потенціалу, набагато нижчий рівень оплати праці в порівнянні з високорозвиненими країнами світу, великий за місткістю та швидкозростаючий вітчизняний ринок збуту, досить розвинена інфраструктура, значні запаси сировинних ресурсів. Тому якщо інвестиційний клімат в країні покращиться, цікаві можливості, які відкриваються в Україні, безсумнівно, привернуть в країну більшу кількість проектів, що дасть країні перспективу інтенсивного економічного зростання в багатьох галузях національної економіки.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Основним завданням регулювання інвестиційної діяльності в сучасних умовах господарювання мають стати такі з них, як розробка механізму стимулювання національних інвесторів у напрямку більш активного вкладання фінансових ресурсів, заходів концентрації та акумуляції грошових потоків на пріоритетних напрямках розвитку національної економіки. В умовах обмеженості бюджетних ресурсів надзвичайно важливо, щоб об'єктом підтримки були цільові програми вирішення системних проблем, зокрема структурної перебудови регіональної економіки та максимального використання його внутрішнього потенціалу, а також реструктуризації існуючих підприємств та диверсифікації виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Руда О.Л. Інвестиційний клімат України та проблеми його формування [Електронний ресурс] / О.Л. Руда. – Режим доступу : <http://intkonf.org>.
2. Чемерис І. Стан інвестиційного клімату України та напрями його покращення [Електронний ресурс] / І. Чемерис. – Режим доступу : http://confiapv.at.ua/publ/konf_29_30_04_2014_g.
3. Смірнова Т.А. Про проблеми інвестування та необхідність залучення іноземних інвестицій в умовах нестабільного економічного середовища [Електронний ресурс] / Т.А. Смірнова, Д.С. Іопель. – Режим доступу : http://confcontact.com/2013_03_15/13_Smyrnova.htm.
4. Кубах Т.Г. Інвестиційний клімат держави: теоретичний та практичний аспект [Електронний ресурс] / Т.Г. Кубах // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.

УДК 338.487

Юринець З.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Львівського національного університету імені Івана Франка***Мельник Н.В.***аспірант
Львівського національного університету імені Івана Франка*

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У статті наведено результати аналітично-наукового дослідження формування маркетингової політики в процесі управління суб'єктами господарювання туристичної галузі України. Обґрунтовано доцільність застосування туристичними підприємствами певних маркетингових заходів. Сформовано низку практичних пропозицій та методик, які рекомендовано використовувати туристичним підприємствам при формуванні маркетингової політики, щоб трансформувати її у ключовий фактор успішної діяльності.

Ключові слова: маркетингова політика, стратегічне планування, туристичне підприємство, комплекс маркетингу, маркетингова стратегія.

Юринець З.В., Мельник Н.В. ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ ТУРИЗМА УКРАИНЫ

В статье приведены результаты аналитически-научного исследования формирования маркетинговой политики в процессе управления субъектами туристической отрасли Украины. Обоснована целесообразность применения туристическими предприятиями определенных маркетинговых мероприятий. Сформирован ряд практических предложений и методик, которые рекомендуется использовать туристическим предприятиям при формировании маркетинговой политики, чтобы трансформировать ее в ключевой фактор успешной деятельности.

Ключевые слова: маркетинговая политика, стратегическое планирование, туристическое предприятие, комплекс маркетинга, маркетинговая стратегия.

Yurynets Z.V., Melnik N.V. BASIC ASPECTS OF FORMING OF MARKETING POLITICS ON ENTERPRISES OF TOURIST INDUSTRY OF UKRAINE

To the article the results of analytical-scientific research of forming of marketing politics in the process of management in enterprises of tourist industry of Ukraine. Soundly to expediency of application of tourism enterprises specific marketing activities. Formed a number of practical suggestions and techniques which recommended to use tourism enterprises in the formation of marketing policy, in order to transform it into a key factor for success.

Keywords: marketing politics, strategic planning, tourism enterprise, marketing complex, marketing strategy.

Постановка проблеми. У сучасних умовах жорсткої конкуренції на туристичному ринку України стратегічне планування маркетингової діяльності стало одним з найбільш важливих аспектів для кожного суб'єкта господарювання. На сьогоднішній день у діяльності підприємств туристичної сфери спостерігається тенденція формального формування маркетингової політики без визначення конкретних інструментів, методів, стратегій, перспективних можливостей розвитку бізнесу, шляхів реалізації намічених заходів, важелів впливу та контролю. Сформовані заходи маркетингової політики зазвичай є узагальнені, базуються на тезах із теоретичних підручників з маркетингового планування, не апробовані до туристичної діяльності і не враховують визначених цілей конкретного підприємства. У зв'язку із поширенням у наукових виданнях, пресі, Інтернет-джерелах великої кількості різноманітних авторських трактувань системи маркетингового планування, маркетингово-соціологічних досліджень, стратегій, каналів дистрибуції та інших стратегічно-маркетингових інструментів, керівництво туристичних підприємств не може самостійно систематизувати дані, визначити для себе найефективніший процес планування маркетингової політики, тому використовує застарілі, готові теоретичні моделі. Проте дані моделі є більш зорієнтовані на абітурієнтів, студентів, викладачів – людей, яким необхідно сформулювати загальне розуміння процесу планування. У зв'язку з цим виникла необхідність

сформулювати ефективний стратегічний план формування маркетингової політики, який би був пристосований до практичної діяльності суб'єктів туристичної сфери України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення основних аспектів формування маркетингової політики та стратегій внесли такі закордонні та вітчизняні вчені: Ф. Котлер [5], Х. Гершген [3], Г. Багієв [2], М. Мак-Дональд [9], Ж.-Ж. Ламбен [7], А. Дурович [4], О. Любіцева [8], Н. Куденко [6] та інші. Проведений нами аналіз наукових літературних джерел свідчить про те, що на сучасному етапі розвитку теорії і практики стратегічного маркетингового планування, відсутній єдиний погляд на процес формування маркетингової політики на підприємствах туристичної галузі.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в вирішенні проблематики відсутності розробленої методології формування маркетингової політики на підприємствах туристичної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних ринкових умовах суб'єкти господарювання повинні чітко сформулювати маркетингову політику, визначити перелік заходів, які вони повинні здійснювати в рамках формування комплексу маркетингу (продуктова, цінова, збутова, кадрова політики, а також політики просування, організації процесу обслуговування, формування сприятливого середовища, маркетингу взаємовідносин).

Для здійснення ефективної та результативної діяльності на ринку туристичних послуг суб'єктам господарювання необхідна продумана та детально розроблена продуктова політика, основним завданням якої є формування і реалізація туристичних продуктів (послуг) залежно від цілей та стратегій турпідприємства. Варто акцентувати увагу на тому, що туристом-споживачем туристичний продукт сприймається як пакет (набір) послуг, що поєднує в собі кілька елементів (транспортні послуги, послуги розміщення, харчування, екскурсійні та інші додаткові послуги), які пропонують суб'єкти господарювання туристичної галузі за певною ціною. Тому часто суб'єкти туристичної сфери об'єднуються в «ланцюг» з метою створення одного турпродукту, тому при формуванні продуктової політики конкретне турпідприємство повинне узгоджувати свої внутрішньовиробничі завдання та стратегії з іншими учасниками даного ланцюга. Чим більша кількість ланок, тим більше буде факторів впливу на продуктову політику [4, с. 205].

Формування продуктової політики передбачає використання альтернативних підходів до реалізації товарних стратегій: стандартизації, диференціації та адаптації туристичного продукту. Найчастіше суб'єкти підприємницької діяльності намагаються стандартизувати свою пропозицію. Проте, на нашу думку, турпідприємствам необхідно здійснити одночасно диференціацію турпродуктів та адаптацію їх до потреб туристів, до особливостей локальних дистинацій. Туристичні продукти та послуги можуть диференціюватися за такими основними показниками, як якість послуг та обслуговування, основні групи споживачів (відповідно до цільових сегментів), зручність придбання та прибуття до дистинації, імідж, індивідуалізм та інші.

На нашу думку, підприємствам туристичної галузі України необхідно використовувати методологію щодо формування маркетингового інструменту стратегічного планування змін асортименту туристичних продуктів (послуг), що базується на рельєфному моделюванні продуктового попиту та пропозиції на різні варіанти властивостей турпродуктів (послуг). На основі даного моделювання суб'єкт господарювання зможе ухвалити ефективні управлінські рішення щодо формування продуктової стратегії підприємства. Оскільки туристичний продукт (послуга) характеризується мультипараметричним характером, тому шляхом поєднання об'єктивних властивостей, якими він володіє можливо побудувати моделі попиту та пропозиції. Попит (Π) на туристичний продукт (A) визначається попитом на його характеристики ($x_1, x_2, x_3 \dots x_n$), а точніше, на параметри даних характеристик ($x_{11} \dots x_{nn}$). Таким чином, попит на різні

варіанти туристичних продуктів (послуг) можна зобразити у наступному вигляді:

$$\Pi(A) = \Pi(x_1) + \Pi(x_2) + \dots + \Pi(x_n) = \sum_{x=1}^n \Pi \begin{pmatrix} x_{11}, x_{12}, x_{13}, \dots, x_{1n} \\ x_{21}, x_{22}, x_{23}, \dots, x_{2n} \\ x_{31}, x_{32}, x_{33}, \dots, x_{3n} \end{pmatrix}, \quad (1)$$

Кожен параметр характеристики туристичного продукту (x_{ij}) визначає кількість звернень туристів-споживачів (Z_c) щодо потреби в даній характеристиці за певний проміжок часу (t).

$$x_{ij} = \sum_t Z_c, \quad (2)$$

Аналогічно, таким самим чином можна зобразити і пропозицію (Π_p) суб'єктів господарювання туристичної галузі України параметричних характеристик ($x'_{11} \dots x'_{nn}$) туристичних продуктів (послуг):

$$\Pi_p(A) = \Pi_p(x'_1) + \Pi_p(x'_2) + \dots + \Pi_p(x'_n) = \sum_{x'=1}^n \Pi_p \begin{pmatrix} x'_{11}, x'_{12}, x'_{13}, \dots, x'_{1n} \\ x'_{21}, x'_{22}, x'_{23}, \dots, x'_{2n} \\ x'_{31}, x'_{32}, x'_{33}, \dots, x'_{3n} \end{pmatrix}, \quad (3)$$

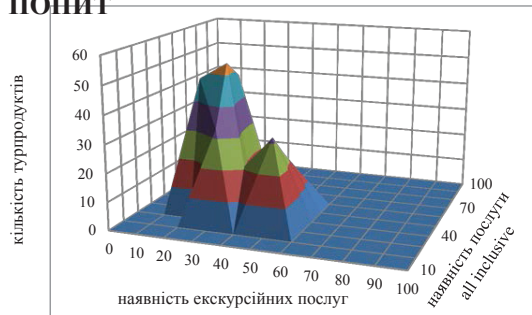
Проте в межах визначення пропозиції кожен параметричний елемент відображає загальну кількість відтворень (B_n) конкретного значення туристичної продуктової властивості (x'_{ij}) суб'єктів господарювання протягом певного часового періоду.

$$x'_{ij} = \sum_t B_n, \quad (4)$$

Здійснивши підрахунки відповідно до запропонованих математичних моделей, суб'єкт господарювання туристичної галузі зможе сформувати рельєфи турпродуктового попиту та пропозиції. Зразок рельєфного моделювання попиту та пропозиції на параметричні характеристики туристичних продуктів (послуг) для суб'єктів господарювання туристичної галузі України подано на комплексному рисунку 1. В рамках показників можна вибрати будь-які параметричні властивості, які турпідприємство вважає за потрібне проаналізувати.

Порівняння рельєфів локалізації туристичного попиту та пропозиції турпродуктів (послуг) надасть можливість турпідприємствам сформувати чітке розуміння про найбільш затребувані споживачами параметричні характеристики туристичного продукту (послуги), співставити ці потреби із власною пропозицією, об'єднати найбільш лідируючі характеристики та параметри турпродукту (послуги) та на основі даної інформації сформувати ефективну продуктову стратегію. Керівництві та маркетологам необхідно акцентувати увагу на таких моментах як планування модернізації чи створення нових туристичних продуктів (послуг), якості даних послуг, рівень сервісу обслуговування, наявність ресурсів турпідприємства для реалізації даної стратегії.

ПОПИТ



ПРОПОЗИЦІЯ

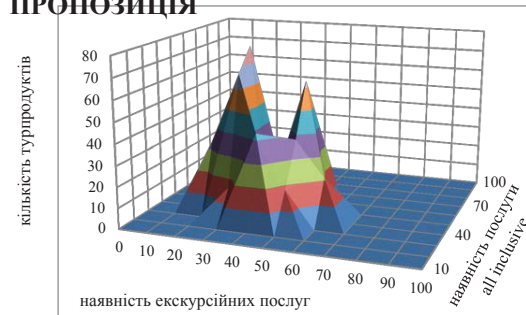


Рис. 1. Зразок рельєфного моделювання попиту та пропозиції на основі параметричних характеристик турпродуктів [розробка авторів]

Важливо, щоб суб'єкт господарювання туристичної галузі, ґрунтуючись на результаті проведеного аналізу та оцінки ринку туристичних послуг, сегментування туристів-споживачів, продуктового позиціонування чітко визначив продуктові, цінові, збутові стратегії та стратегії просування. В науково-методичній літературі детально описано варіанти стратегій, серед яких кожне турпідприємство може вибрати ту стратегію, яка найбільш підходить в даній ринковій ситуації. Проте турпідприємствам необхідно використовувати матричну модель (рис. 2), яка базується на основних заходах мік-маркетингу, що допоможе сформувати у суб'єкта туристичної діяльності загальне уявлення про те, як потрібно діяти в різних економічних ситуаціях.

На основі даної матриці турпідприємства мають можливість сформувати ефективну цінову та збутову політику, оскільки тут відображені комбінації заходів, які повинен здійснити суб'єкт туристичної сфери в залежності від позиціонування турпродукту у визначених цільових сегментах. В рамках формування цінових стратегій туристична організація повинна: визначити ціни кожного турпродукту (послуги), здійснити аналіз конкурентоспроможності цін, окреслити процес формування ціни, визначити собівартість турпродукту та маржу, рівень ціни та умови при яких покупці готові здійснювати купівлю туристичних послуг (на основі експертних оцінок або опитування покупців) та інше.

На сьогоднішній день більшість суб'єктів туристичної сфери не володіють інформацією, які інструменти маркетингу необхідно використовувати у процесі просування їх продуктів (послуг). Тому, на нашу думку, турпідприємствам необхідно використовувати набір результативних інструментів, які б сприяли активному просуванню туристичного продукту на споживчих ринках, а саме:

– партнерство – співпраця з партнерами, конкурентами або з інколи не пов'язаними з туристичним бізнесом організаціями з метою рекламування послуг один одного (наприклад, банківські установи можуть рекламувати туристичні послуги в рамках

акції «Банківський туризм». Суть цієї акції полягає в залученні депозитів в іноземній валюті з метою накопичення коштів для відпочинку за кордоном, яку допоможе організувати конкретний туроператор. Наприкінці даної акції може розіграватися туристична путівка.);

– наочна реклама: на радіо, телебаченні, в пресі, профільних виданнях, на плазмових панелях торгових центрів, маршрутних таксі, вуличних плазмах, на платіжних терміналах, інтернет-сайтах та інших джерелах [5, с. 307];

– участь у виставках – встановлення стенду з інформацією про суб'єкта туристичної сфери, розміщення інфореклами в каталозі виставки, на сайті організаторів виставки, вкладення рекламних листів в пакет учасника виставки, організація фотографа з моментальної друком фотографій на тлі press-wall з логотипом турпідприємства та інші;

– пряма адресна розсилка рекламних буклетів та комерційних пропозицій (на фактичний адрес та e-мейл) та розсилка прес-релізів про діяльність туркомпанії по всім доступним каналам комунікацій: сайти, корпоративні газети для клієнтів, преса, повинна розсилка, дошка оголошень в торгових залах або інших публічних закладах. Також слід реєструвати прес-релізи в безкоштовних каталогах прес-релізів (які можна легко знайти в будь-якій пошуківій системі);

– публікації у пресі. Інколи слід надавати безкоштовний контент журналістам та ЗМІ. Це можуть бути інтерв'ю, аналітичні звіти, статистичні дані (багато ЗМІ люблять різні статистичні вибірки), просто цікаві публікації «в тему» (як, наприклад, цей «special report» для вас). У провідному виданні можна вести окрему рубрику, в якій б містилася актуальна і свіжа інформація щодо туристичного підприємства;

– піар та промоакції, спонсування проектів, благодійність;

– безкоштовні консультації, демонстрації, безкоштовні поїздки для мас-медіа чи переможців конкурсів;

Сегмент		Позиціонування турпродукту (послуги)							
		P↓ Q↓		P↓ Q↑		P↑ Q↓		P↑ Q↑	
S ₁	D↑ O↓	P = 0	Q ↑	P = 0	Q = 0	P↓	Q↑	P↓	Q = 0
		D = 0	O ↑	D = 0	O ↑	D = 0	O↑	D = 0	O↑
S ₂	D↑ O↑	P = 0	Q↑	P = 0	Q = 0	P↓	Q↑	P↓	Q = 0
		D = 0	O = 0	D = 0	O = 0	D = 0	O = 0	D = 0	O = 0
S ₃	D↓ O↓	P = 0	Q↑	P = 0	Q = 0	P↓	Q↑	P↓	Q = 0
		D↑	O↑	D↑	O↑	D↑	O = 0	D↑	O = 0
S ₁	D↓ O↑	P = 0	Q↑	P = 0	Q = 0	P↓	Q↑	P↓	Q = 0
		D↑	O↑	D↑	O↑	D↑	O↑	D↑	O↑

P – ціна; Q – якість; D – попит; O – пропозиція; D↑ – стимулювання продаж; O↑ – стимулювання пропозицій; ↑ – зростання; ↓ – зменшення.

Рис. 2. Матриця вибору заходів мік-маркетингу для суб'єктів туристичної галузі України в різних ринкових ситуаціях [систематизовано авторами на основі 1; 4; 6; 7; 9]

– внутрішні міроприємства для цільової аудиторії (міні-семінари, тренінги) та зовнішні міроприємства (організація професійних зборів, неформальні вечірки);

– кейси (case-study, success-story). Публікація історій заформулюю «проблема – рішення – результат», «як погано було до – і як чудово стало після», «історії успіху» на основі минулого досвіду турпідприємства. Такі історії дуже приваблюють і позитивно налаштовують потенційних та існуючих споживачів;

– роздача подарункових сертифікатів, проведення програм лояльності;

– конкурси, вікторини;

– формування системи відгуків клієнтів через систему Інтернет.

Ще однією важливою складовою є кадрова політика. Щоб ефективно реалізувати заплановані маркетингові стратегії тур підприємству, потрібно сформувати раціональну маркетингову організаційну структуру (у разі відсутності, необхідно створити повноцінний маркетинговий підрозділ або найняти маркетолога-аналітика), визначити форми кадрового забезпечення з метою розвитку персоналу, окреслити та адаптувати функції кожного члена колективу до умов зовнішнього середовища турпідприємства, сформувати ефективну систему оплати та мотивування праці. На нашу думку, у процесі формування раціональної маркетингової організаційної структури керівникам турорганізацій варто використовувати методичний підхід, що базується на вартісно-функціональному аналізі, який направлений на оптимізацію функцій персоналу, збалансування витрат та очікуваних результатів від діяльності кожного працівника.

Важливе значення в процесі організації діяльності будь-якого суб'єкту господарювання туристичної галузі має інтеграція у систему управління інструментів маркетингу взаємовідносин. На нашу думку, турпідприємствам необхідно створити мотиваційну систему й для постійних клієнтів-туристів, шляхом використання до них індивідуального підходу, формування загального позитивного іміджу туркомпанії, застосування фінансових знижок та пільг, створення карток постійних клієнтів, запрошення їх до створених елітних клубів, застосування програм накопичення балів, які ґрунтуються на диференціації споживачів за частотою та об'ємами купівлі турпродуктів (послуг), підтримувати зворотній зв'язок після надання послуг та інше

Варто зауважити, щоб маркетингова політика була ефективною, керівництву суб'єкта господарювання туристичної сфери необхідно на постійній основі здійснювати моніторинг та контроль за процесом стратегічно-маркетингового планування. Про-

те з метою забезпечення оперативного реагування на відхилення від запланованих заходів необхідно створити спеціалізовану комісію стратегічного моніторингу та контролю, основними функціями якої є аналіз планової стратегічної інформації та контроль за рівнем відповідності кінцевих результатів вибраним стратегічно-маркетинговим напрямкам. Дану комісію пропонується сформувати з аналітиків, маркетологів, менеджерів різних підрозділів, проте керівником комісії повинен бути представник із планового відділу, який у процесі своєї діяльності продемонстрував високий рівень професіоналізму. Варто акцентувати увагу на тому, що частково процес моніторингу і контролю повинен базуватися на аналітичних звітах, що повинні надавати кожен з підрозділів туристичного підприємства відповідно до їх напрямків роботи. Тому важливо сформувати чітку систему звітності із конкретним зазначенням відповідальної особи за формування кожного з них, а також визначити часові рамки здачі звітів.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, на основі наведеного вище можна зробити висновок, що суб'єкт господарювання туристичної галузі, застосовуючи запропоновані методики, зможе сформувати ефективну маркетингову політику та визначити результативні маркетингові стратегії. Проте керівникам та маркетологам слід інтегрувати дані стратегії у систему попередньо встановлених цілей, завдань та принципів підприємства. Лише при такій умові реалізація стратегій забезпечить необхідний позитивний економічний ефект для туристичного підприємства загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ансофф І. Стратегическое управление / І. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг: навч. посіб. / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн – М. : Эконмика, 2001. – 718 с.
3. Гершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха. / Х. Гершген – М. : ИНФРА-М, 2000. – 334 с.
4. Дурович А.П. Управление маркетингом в туризме / А.П. Дурович. – Мн. : БГЭУ, 2000. – 421 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг. – 2-е европ. изд. – пер. с англ. – М. : Вильямс, 2002. – 944 с.
6. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 1998. – 152 с.
7. Ламбен Ж.-Ж. Стратегічний маркетинг./ Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О.Любіцева – 2-е вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2003. – 436 с.
9. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб. : Питер, 2000. – 320 с.

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658.8.012.2

Балдинюк А.Г.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

МЕНЕДЖМЕНТ ВРАЖЕНЬ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇЇ БРЕНДУ

Стаття містить аналіз наукових та практичних досліджень і досвіду використання інструментів економіки та маркетингу вражень, креативного менеджменту для підвищення ефективності діяльності організації, розвитку її бренду. Виконані дослідження та власний досвід керівника свідчать про те, що менеджмент з приставками – креативний, відчуття, фанк-менеджмент, в стилі джаз – не просто сучасні погляди авторів книг, а дійсно мають право на життя в збалансованій системі управління «місія – цілі – заходи – методи реалізації – виконавці – споживачі». Підтримка управління за новими підходами дозволяє сформуванню комфортну та результативну атмосферу управління організацією, врахувати зворотній зв'язок від підлеглих, партнерів, замовників.

Ключові слова: менеджмент вражень, маркетинг вражень, економіка вражень, бренд, відчуття, фанк-менеджмент, креативний менеджмент.

Балдинюк А.Г. МЕНЕДЖМЕНТ ВПЕЧАТЛЕНИЙ КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЕ БРЕНДА

Статья содержит анализ научных и практических исследований и опыта использования инструментов экономики и маркетинга впечатлений, креативного менеджмента для повышения эффективности деятельности организации, развития ее бренда. Выполненные исследования и собственный опыт руководителя свидетельствует о том, что менеджмент с приставками – креативный, ощущение, фанк-менеджмент, в стиле джаз – не просто модные выдумки авторов книг, а действительно имеют право на жизнь в сбалансированной системе управления «миссия – цели – мероприятия – методы реализации – исполнители потребители». Поддержка управления по новым подходам позволяет сформировать комфортную и результативную атмосферу управления организацией, учесть обратную связь от подчиненных, партнеров, заказчиков.

Ключевые слова: менеджмент впечатлений, маркетинг впечатлений, экономика впечатлений, бренд, ощущение, фанк-менеджмент, креативный менеджмент.

Baldynyuk A.H. IMPRESSIONS MANAGEMENT AS A STRATEGIC DIRECTION AND DEVELOPMENT OF ITS BRAND

The article includes analysis of scientific and practical research and experience in the use of tools of economics and marketing experience, creative management to improve the efficiency of the organization, the development of its brand. The results of the done researches and the own experience of the manager suggest that management with prefixes, e.g. creative, senses, funk-management, in the jazz style, is not a simply popular idea of books' authors, but is really demanded in the balanced system of management «a mission – goals – measures – methods of realization – performers – consumers». Support of management according to the new approaches enables to form a comfort and productive environment of organization management and to take into account a reverse relationship from subordinates, partners, and customers.

Keywords: management experience, marketing experience, experience economy, brand, feeling funky management, creative management.

Постановка проблеми. Менеджмент вражень – як перевести його на рівень цілей, заходів, конкретних проектів. Чи може це просто новий модний термін разом з такими як економіка вражень, маркетинг вражень або ще на більш чуттєвому рівні – менеджмент відчуттів. Але ж ні, здається, оцифровка цих достатньо нових понять можлива. Актуальність теми дослідження обумовлена цілою низкою наукових та практичних статей, монографій, нових підходів в управлінні та економіці.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Серед вчених, що відкрили та розвивають економіку та менеджмент вражень, спеціальні підходи до управління можна виділити праці В. Пекара [1], який не тільки систематизував поняття економіки вражень, а і зробив висновки щодо дій для впровадження цих принципів; П. Шеремету [2], який ввів термін «тотальний маркетинг менеджменту», театральні підходи в роботах П. Пайна [3]. Позитивні та негативні наслідки нової економіки представлені в роботах Е. Тофлера [4].

Дж. Шелдрейк, У. Авраменко, С. Годин виконали в своїх працях аналіз змін в інструментах менеджменту та маркетингу [5-7]. К. Нордстрем, Й. Риддерстрале, Б. Шмітт, Д. Роджерс, К. Вроцос, К. Келлер розглядають питання розвитку бренд-менеджменту, фанк-менеджменту, маркетингу в культурі вражень [8-10]. При виконанні досліджень були використані також відомі підходи до побудови піраміди Маслоу [11] та формування колективної логіки за працями Е. Остром [12]. Але дуже часто такі управлінські підходи не систематизовані та не переведені у відповідні залежності, знаючи які, менеджмент вражень можна використовувати в різних галузях управління на практиці.

Мета дослідження – аналіз відомих підходів до менеджменту та економіки вражень та їх адаптація до практичної реалізації в організації.

Валерій Пекар в своїй статті в першу чергу вказує на міграцію цінності. «В індустріальну епоху відбувається міграція цінності – маржа, одержувана на

сировину, падає, а центр створення доданої вартості переміщується до товарної економіки – виробництво готових товарів, де відносна маржа вище». У постіндустріальному суспільстві «виникає величезна економіка послуг, куди перетікає основна додана вартість». Філіжанка кави – це не просто якісні боби та змелена і запакована кава, це настрій, приємні спогади, відпочинок: «виникає економіка вражень. У ланцюжку «сировина – товар – послуга – враження» частка доданої вартості крок за кроком зростає, і основна частка припадає саме на враження» [1].

Поява потреби у враженнях цілком відповідає теорії ієрархії потреб, відомої під назвою «піраміди Маслоу» [11]. По мірі задоволення базових фізіологічних потреб і потреб у безпеці та комфорті, приналежності до спільності, індивідуальній повазі (перші 4 рівня піраміди Маслоу), зростають потреби, описувані верхніми поверхнями піраміди: пізнання, естетика, самореалізація. Піраміда Маслоу найкраще використовуються до конкретних людей, але, зрозуміло, що змінюється для кожної окремої особистості. На рис. 1. представлено взаємозв'язки цілей та відчуттів всім відомої піраміди Маслоу для організації.

Як стверджує П. Шеремета: «В економіці вражень клієнтові хочеться бачити загальну організацію справи: він підсвідомо не відокремлює поведінки директора від поведінки його секретаря чи шофера. Враження про окремого працівника фірми – це вже враження про фірму: вахтер – така ж невід'ємна частка компанії, як і директор» [2].

Термін «тотальний маркетинг вражень» П. Шеремети можна замінити на менеджмент вражень, який буде включати в себе і економіку, і маркетинг, і основні функції управління та різні види менеджменту – таймменеджмент, інформаційний менеджмент, стратегічний менеджмент та інші. Таке рішення обумовлено підходом П. Шеремети, який полягає в тому, що «організація в ідеалі повинна діяти як єдиний організм, не тільки великий «єдиний відділ маркетингу», але й «фінансовий відділ» чи «відділ контролю за якістю»; ...бренд повинен ...вражати».



Рис. 1. Ієрархія потреб та відчуття (оновлена піраміда Маслоу)

Такий підхід доповнюється тим, що враження – це якісні показники розвитку підприємства, якості його товарів та послуг та діяльності кожного співробітника.

Таким чином, в економіці вражень немає нічого, що суперечить нашим уявленням про людську психологію. Про нову хвилю – появу економіки вражень заявив Е. Тофлер ще в 1970 році [4]. Сьогодні можна говорити про те, що менеджмент вражень активно розвивається на рівні організації, відносин з клієнтами та партнерами. Враження та почуття зростають разом з потребами – від почуттів тамування голоду – до згадувань вершин смаку. Потреби безпеки та любові підтримуються зручністю та відомими брендами; а почуття власної гідності та самоактуалізації активно зростають не тільки у професійному світі, а і в сім'ї, клубах за інтересами тощо.

Закордонні менеджери-практики вже давно популізують такі поняття як фанк-менеджмент; бізнес в стилі шоу, бізнес в стилі джаз [8-10].

Ріддерстрале Й. та Нордстрем К. пишуть, що в часи глобальної конкуренції та товарного достатку, збільшення потужностей у багатьох галузях, а також споживачів, які мають все більше важелів для впливу на виробника, необхідно проходити через зміни. Нова економіка потребує нового бізнесу, точніше нового менеджменту. Менеджмент вражень повинен базуватись на базі знань. Автори книги «Бізнес у стилі фанк» [8] стверджують, що знання повинні оновлюватись, а «все вирішують люди». Ця відома істина розвивається ними до концепції можливості давати людям вільно мислити і виглядати так, як їм хочеться, а також знаходити індивідуальний підхід до кожного. Протиріччя між поставленими цілями – індивідуальний підхід та виглядати як хочеться може бути зменшеним. Якщо головним стане враження клієнта, партнера, керівництва та своє власне.

Менеджмент вражень передбачає розвиток особистісного фактору, розбиття колективу організації на такі команди, де кожний знає партнера та має враження від співробітництва. Рівні бюрократичного управління повинні бути зменшені і це приведе до зменшення негативних вражень від тяганини узгодження управлінських рішень. Система управління проектами, формування ефективних робочих команд дасть можливість сформувати враження великого правильно працюючого механізму. Всі процеси рухаються горизонтально. Більшість проблем у фірмі виникають по горизонталі, тобто між напрямками, відділами, підрозділами. У компаніях, де інтелект і знання відіграють важливу роль, при виборі керівника слід враховувати думку кожного з персоналу. Це стосується і спільного володіння організацією. Відкритість, прозорість організації дозволяє покращити враження партнерів, постачальників, споживачів і навіть конкурентів.

Розглянемо зв'язок відчуттів та вражень з функціями управління. Почнемо з функцій управління. Виберемо основні – планування, організація (координація), мотивація і контроль. Взагалі, які фактори відчуттів нам скажуть про те, що система управління працює належним чином. Для власника – це імідж та прибуток. Для керівника – прибуток, який безпосередньо впливає на його заробітну плату, задоволеність від досягнутих цілей, від роботи команди та власної реалізації та також імідж організації і власний бренд. Для фахівця – власний професійний бренд, заробітна плата, соціальні пільги, задоволеність роботи в команді, імідж організації.

Функції управління можуть бути розписані відповідно відчуттів таким чином.

Стратегічне планування – мрія. Може і не до кінця здійсненна. Стратегічний план в «ідеальній» моделі далекий від адаптації під поточну ситуацію. Але

модель «місто-сад» допомагає креативному менеджменту. Деталізація мрії здійснюється за допомогою гілок дерева цілей з конкретною направленістю на людину. Ми задовольняємо мрії споживачів (працює маркетинг вражень); мрії фахівців та менеджерів (кар'єрне зростання), мрії власників (розвиток мереж, холдингів та інше).

Організація (координація) – головне враження – всі механізми повинні крутитись як годинничок. Ідеальне враження для власника та керівника – їх відсутність ніхто не помічає. Все працює. Другий фактор – зручність – все під рукою, корпоративний мобільний зв'язок, електронні наради з віддаленими клієнтами, дані щодо впровадження змін, контрольовані показники.

Мотивація – безпосередня функція відчуттів. Скільки разів чуєш від висококваліфікованого фахівця питання, чому не змінюєш роботу, пропонують набагато більші гроші – мені подобається команда, я звик, високий рівень корпоративної культури – одні відчуття.

Контроль – мистецтво ефективного контролю для вільних людей. Запровадження системи збалансованих показників на рівні стратегії та оперативних цілей і виконання бізнес-процесів дасть можливість реалізувати враження контрольованості процесів та розуміння сутності розвитку організації. Логіка колективної дії повинна бути сформована так, щоб сформувалось почуття єдності та розуміння як місії, так і виконання поточних дій [12, с. 29].

Виконані дослідження та власний досвід керівника свідчить про те, що менеджмент з приставками – креативний, відчуттів, фанк-менеджмент, в стилі джаз – не просто модні видумки авторів книг, а дійсно мають право на життя в збалансованій системі управління «місія – цілі – заходи – методи реалізації – виконавці – споживачі». Відчуття неможливо виміряти – та ні, можливо. Проаналізуємо відомі показники фінансового стану підприємства з точки зору відчуттів: рентабельність, ліквідність, фінансова стійкість, маневреність.

Рентабельність – якісний, вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або ступень використання ресурсів, що є в наявності, в процесі виробництва і реалізації продукції. Відчуття – інвестиції вкладені немарно; вони є окупними.

Ліквідність – спроможність окремої установи чи системи в цілому забезпечувати своєчасність, повноту та безперервність виконання усіх своїх грошових зобов'язань. Відчуття – безпека та захищеність.

Фінансова стійкість підприємства – це більш узагальнена характеристика фінансового стану підприємства, яка певною мірою включає показники ліквідності та платоспроможності. Під фінансовою стійкістю розуміють такий стан фінансових ресурсів підприємства, їх структуру та рівень маневреності,

за якого забезпечується фінансова незалежність та розвиток на основі зростання прибутку, капіталу за умови допустимого рівня ризику. Відчуття – безпека та захищеність з можливістю ризикувати, при оцінці партнерів – надійність в ділових стосунках.

Висновки. Виконані дослідження та власний досвід керівника свідчить про те, що менеджмент з приставками – креативний, відчуттів, фанк-менеджмент, в стилі джаз, і, нарешті менеджмент вражень – не просто модні видумки авторів книг, а дійсно мають право на життя в збалансованій системі управління «місія – цілі – заходи – методи реалізації – виконавці-споживачі». Підтримка управління за новими підходами дозволяє сформувати комфортну та результативну атмосферу управління організацією, врахувати зворотній зв'язок від підлеглих, партнерів, замовників.

Стаття входить в низку праць рубрики «Менеджмент вражень – мрія чи реальність» за результатами досліджень вчених з менеджменту, економіки, інформаційних технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пекар В. Введение в экономику впечатлений [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pekar.in.ua/ExperienceEconomics.htm/> – Название с экрана.
2. Шеремета П. Тотальный маркетинг в економіці вражень [Електронний ресурс] / Павло Шеремета. – Режим доступа : <http://innovations.com.ua/uk/articles/4/18/744>. – Назва з екрану.
3. Пайн II. Б. Джозеф Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена [Текст] / Б. Джозеф Пайн, II. Джеймс Х. Гилмор. – М. : Издательство «Вильямс», 2005. – 304 с.
4. Шок майбутнього // № 39 (242) 10 – 16 жовтня 2007 року Персонал Плюс Режим доступа : <http://www.personal-plus.net/242/2561.html>. – Назва з екрану.
5. Шелдрейк Д. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации СПб : Питер, 2001. – 352 с.
6. Авраменко У.А. Инструменты маркетинга впечатлений. [Электронный ресурс]: URL : <http://www.be5.biz/ekonomika/r2009/2183.htm> (дата обращения: 10.10.2013).
7. Годин С. Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя тела / Сет Годин; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 246 с.
8. Нордстрем Кьелл, Риддерстрале А. Йонас Бизнес в стиле фанк навсегда. Капитализм в удовольствие – М. : ИРИСЭН, Мысль, 2008. – 527 с.
9. Шмитт Б., Роджерс Д., Вроцос К. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. – М. : ИД «Вильямс», 2005.
10. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент создание, оценка и управление марочным капиталом. – 2-е изд., пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005.
11. Хлебников Д.В. Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации впечатлений [Электронный ресурс] Режим доступа : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm053.html> – Название с экрана.
12. Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности / Элинон Остром; пер. с англ. – М. : ИРИСЭН, Мысль, 2010. – 447 с.

УДК 334.72:339.3(477)

Бегларашвілі О.П.*кандидат економічних наук,**старший викладач кафедри торговельного підприємництва
Київського національного торговельно-економічного університету*

РОЗВИТОК ВЕЛИКОГО, СЕРЕДЬОГО ТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ОПТОВІЙ ТА РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

У статті висвітлено аспекти розвитку великого, середнього та малого підприємництва у оптовій та роздрібній торгівлі України. Проаналізовано динаміку показників кількості великих, середніх та малих підприємств та фізичних осіб-підприємців у галузі торгівлі, кількість зайнятих на них працівників, обсяги реалізованих ними товарів та послуг, обсяг капітальних інвестицій, рівень рентабельності їх операційної діяльності.

Ключові слова: велике, середнє та мале підприємництво, оптова та роздрібна торгівля, рентабельність операційної діяльності.

Бегларашвили О.П. РАЗВИТИЕ КРУПНОГО, СРЕДНЕГО И МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ УКРАИНЫ

В статье освещены аспекты развития крупного, среднего и малого предпринимательства в оптовой и розничной торговле Украины. Проанализирована динамика показателей количества крупных, средних и малых предприятий и физических лиц-предпринимателей в сфере торговли, количество занятых на них работников, объемы реализованных ими товаров и услуг, объем капитальных инвестиций, уровень рентабельности их операционной деятельности.

Ключевые слова: крупное, среднее и малое предпринимательство, оптовая и розничная торговля, рентабельность операционной деятельности.

Behlarashvili O.P. LARGE, MEDIUM AND SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE'S WHOLESALE AND RETAIL TRADE

The article highlights the aspects of large, medium and small businesses in the wholesale and retail Ukraine. The dynamic performance of large, medium and small businesses and individual entrepreneurs in the field of trade, the number of employees employed by them, the volume of their goods and services sales, capital investments, the profitability of their operations.

Keywords: large, medium and small businesses, wholesale and retail trade, operating profitability.

Постановка проблеми. Становлення і сталий розвиток ринкових відносин в Україні тісно пов'язані з підвищенням ефективності підприємницької діяльності суб'єктів господарювання. Одним із важливих напрямів розвитку і зміцнення національної ринкової економіки, формування конкурентного середовища є взаємодія великого, середнього і малого підприємництва, зокрема в галузі оптової та роздрібно торгівлі.

На даний час відбувається суперечливі структурні зрушення у розвитку не лише великих, середніх і малих суб'єктів господарювання, але й їх взаємодії. З одного боку, спостерігається поступальний розвиток малого бізнесу, з іншого – рівень його взаємодії з великими підприємствами не відповідає прогресивним світовим тенденціям.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з функціонуванням підприємств оптової та роздрібно торгівлі, ефективності господарських зв'язків, висвітлювалися у наукових працях таких зарубіжних вчених, як І. Ансоффа, Б. Бермана, Д. Еванса, а також вітчизняних вчених: А. Мазараки, Н. Голошубової [3], Л. Лігоненко, Н. Трішкіної [9] та інших провідних науковців і практиків. Проте зміни у соціально-економічній ситуації країни, нові глобалізаційні виклики актуалізують необхідність проведення нових досліджень у цій галузі.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає в проведенні аналізу аспектів розвитку великого, середнього і малого підприємництва в оптовій та роздрібно торгівлі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досвід більшості держав, подібних за масштабами до України, які впродовж останнього часу здійснили економічний прорив, доводить, що складовою успіху було

вдале залучення до виконання відповідних завдань великого бізнесу. Причому в країнах, де він був відсутній, влада вдавалася до його цілеспрямованого нароцування.

Разом із тим роль малого бізнесу важлива не лише в забезпеченні темпів розвитку економіки країни, а й у формуванні сучасної соціальної структури з достатньо високою питомою вагою середнього класу. Досвід розвинених країн свідчить про виключно важливе значення малого бізнесу для економічного зростання, забезпечення зайнятості та підвищення доходів населення, задоволення їх потреб у товарах і послугах, формування середнього класу і демократичних інститутів.

Згідно ст. 55 Господарського кодексу України суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва [1].

Варто зазначити, що торговельне підприємництво характеризує «відсутність відносної економії витрат за рахунок масштабів діяльності. У торгівлі збільшення обсягу товарообороту не завжди супроводжується зниженням рівня витрат. Більше того, окремі невеликі підприємства можуть бути ефективнішими завдяки більш раціональному використанню робочої сили – залучення працівників до виконання різноманітних операцій залежно від поточної потреби в них... Економічна доцільність існування в торгівлі крупних, середніх та малих підприємств створює умови для збереження стійкого прошарку дрібного капіталу. Малий бізнес завдяки масовості, динамічності, гнучкості та державній підтримці є живильним середовищем для середнього та великого бізнесу» [10, с. 465].

Кількість підприємств та фізичних осіб-підприємців в Україні за їх розмірами у загальних показниках по суб'єктах великого, середнього та малого підприємництва в оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. характеризує таблиця 1.

Показники табл. 1 свідчать про те, що суб'єктами великого підприємництва є виключно підприємства, незважаючи на той факт, що з 2012 р. до них, згідно чинного законодавства, можуть відноситись і фізичні особи-підприємці. Серед представників середнього підприємництва в оптовій та роздрібній торгівлі переважають підприємства і їхня частка у 2012 р. порівняно з 2010 р. зросла з 94,9% до 96,1%. Навпаки, у малому підприємстві ситуація кардинально протилежна. Так, якщо у цій царині у 2010 р. частка підприємств становила 8,9%, то у 2012 р. вона зросла на 3%, що відповідає 11,9%. Ще менша частка підприємств серед суб'єктів мікропідприємництва.

«З прийняттям у 2012 році Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» внесено зміни до Господарського кодексу України в частині визначення понять суб'єктів великого, малого та середнього підприємництва, які приведено у відповідність до класифікації ЄС. У 2012 році питома вага суб'єктів малого та середнього підприємництва склала 99,96% від загальної кількості суб'єктів господарювання, що в цілому відповідає європейським стандартам» [2].

Активізація підприємницької діяльності сприяє зниженню соціальної напруги через забезпечення населення робочими місцями та стабільним джерелом доходу. Таблиця 2 містить показники, що характеризують кількість зайнятих працівників за розмірами підприємств у оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр.

Як свідчать показники таблиці 2, за останні три роки збільшилась частка працівників, зайнятих у оптовій та роздрібній торгівлі на великих підприємствах з 261,6 тис. осіб, що відповідало 21,1% у

2010 р., до 300,8 тис. осіб, тобто 25,2% у 2012 р. Протилежна ситуація склалася із середніми та малими підприємствами оптової та роздрібної торгівлі – порівняно із 2010 р. у 2012 р. частка працівників, які зайняті на них, скоротилася на 2%.

Разом із тим кількість найманих працівників на одному підприємстві у оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. зазнала певних змін. Так, якщо у 2010 р. на одному великому підприємстві даної галузі працювало 1699 осіб, то вже у 2012 р. даний показник зріс до 1738 осіб. Кількість працівників на середніх підприємствах оптової та роздрібної торгівлі протягом аналізованого періоду, навпаки, зменшилась із 105 осіб до 98 осіб. Разом із тим варто зауважити, що середня кількість працівників на одному малому чи мікропідприємстві залишилася незмінною, що відповідає 5 особам та 3 особам [6, с. 798].

Однією із основних складових формування ВВП в країні є обсяги реалізованих товарів та послуг, які містяться в таблиці 3.

Дані таблиці 3 свідчать, що упродовж трьох досліджуваних років найбільша частка реалізованих товарів та послуг у оптовій та роздрібній торгівлі припадає на середні підприємства. Даний показник зріс із 45,6% у 2010 р. до 48,3% у 2012 р. Разом із тим, варто зауважити, що частка реалізованих товарів і послуг великими підприємствами у галузі торгівлі складає близько 30%. Слід врахувати, що частка даних суб'єктів господарювання серед загальної кількості досліджуваної галузі в Україні складає не більше 0,6%.

У сучасних умовах економічна стабільність та розвиток діяльності торговельного підприємництва може бути досягнута шляхом залучення реального інвестування як вітчизняного, так і іноземного. У сфері інвестиційної діяльності створена нормативно-правова база, яка адаптована до міжнародних норм, зокрема Закони України «Про інвестиційну діяльність», «Про режим іноземного інвестування»,

Таблиця 1

Кількість підприємств та фізичних осіб-підприємців за їх розмірами у загальних показниках по суб'єктах великого, середнього та малого підприємництва в оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. [6, с. 778-779]

Роки	У % до кількості суб'єктів великого підприємництва		У % до кількості суб'єктів середнього підприємництва		У % до кількості суб'єктів малого підприємництва		З них суб'єкти мікропідприємництва	
	у % до кількості суб'єктів малого підприємництва							
	підприємства	фізичні особи-підприємці	підприємства	фізичні особи-підприємці	підприємства	фізичні особи-підприємці	підприємства	фізичні особи-підприємці
2010	100,0	94,9	5,1	8,9	91,1	7,6	90,6	
2011	100,0	96,2	3,8	11,7	88,3	10,1	87,6	
2012	100,0	96,1	3,9	11,9	88,1	10,2	87,5	

Таблиця 2

Кількість зайнятих працівників за розмірами підприємств у оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. [6, с. 790-791]

Роки	Великі підприємства		Середні підприємства		Малі підприємства		З них мікропідприємства	
	тис. осіб	у % до загальної кількості зайнятих працівників відповідного виду діяльності	тис. осіб	у % до загальної кількості зайнятих працівників відповідного виду діяльності	тис. осіб	у % до загальної кількості зайнятих працівників відповідного виду діяльності	тис. осіб	у % до загальної кількості зайнятих працівників відповідного виду діяльності
2010	261,6	21,1	430,2	34,6	549,3	44,3	242,9	19,6
2011	275,2	22,1	425,0	34,1	546,5	43,8	246,9	19,8
2012	300,8	25,2	388,6	32,6	504,0	42,2	228,6	19,2

Таблиця 3

Обсяги реалізованих товарів та послуг за розмірами підприємств у оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. [6, с. 824-825]

Роки	Великі підприємства		Середні підприємства		Малі підприємства		З них мікропідприємства	
	млн грн	у % до загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності	млн грн	у % до загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності	млн грн	у % до загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності	млн грн	у % до загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності
2010	412004,8	29,3	641747,6	45,6	352380,3	25,1	112252,5	8,0
2011	486684,6	30,7	741941,6	46,7	358490,3	22,6	114503,7	7,2
2012	481477,1	29,6	783853,1	48,3	358279,4	22,1	116750,3	7,2

Таблиця 4

Обсяг капітальних інвестицій за розмірами підприємств в оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. [6, с. 798]

Роки	Великі підприємства		Середні підприємства		Малі підприємства		З них мікропідприємства	
	млн грн	у % до підсумку	млн грн	у % до підсумку	млн грн	у % до підсумку	млн грн	у % до підсумку
капітальні інвестиції у матеріальні активи								
2010	9910,1	17,7	5210,6	10,8	2494,4	12,0	851,3	13,3
2011	8675,9	11,6	7777,8	10,1	4583,2	13,7	999,5	13,8
2012	9921,4	8,9	5798,1	7,7	3729,1	10,3	1093,0	9,1
капітальні інвестиції у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки та аналогічні права								
2010	475,2	26,0	25,9	3,0	12,2	8,9	4,6	46,4
2011	99,1	15,0	1332,6	46,1	13,9	3,5	4,7	23,1
2012	221,3	13,5	127,8	7,1	10,4	8,2	2,3	7,0
капітальні інвестиції у придбання програмного забезпечення								
2010	111,5	8,6	71,2	14,0	13,6	13,1	2,3	6,0
2011	148,5	11,4	96,8	22,0	31,9	19,1	3,4	7,7
2012	196,9	13,8	82,1	17,9	14,5	8,7	2,1	2,7

«Про захист іноземних інвестицій на Україні»; Угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій тощо.

За даними Держкомстату України головним джерелом фінансування інвестицій в основний капітал залишаються власні кошти підприємств і організацій, за рахунок яких, станом на 01.01.2012, освоєно 54,0 % від загального обсягу капіталовкладень. Частка залучених і запозичених коштів (у тому числі, кредитів банків та інших позик, коштів іноземних інвесторів) у загальних обсягах капіталовкладень становила 21,0% [2].

Таблиця 4 містить показники, що характеризують обсяг капітальних інвестицій за розмірами підприємств в оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр.

Показники таблиці 4 свідчать про те, що капітальні інвестиції у великому торговельному підприємстві у матеріальні активи знизилися з 17,7% у 2010 р. до 8,9% у 2012 р.; у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки та аналогічні права – з 26,0% у 2010 р. до 13,5% у 2012 р. Разом із тим капітальні інвестиції у придбання програмного забезпечення за досліджуваний період зросли з 8,6% до 13,8%.

Зауважимо, що середні та малі підприємства галузі оптової та роздрібною торгівлі характеризуються аналогічним рівнем інвестицій у матеріальні активи у 2010-2012 рр., у той час як частка капітальних інвестицій у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки та аналогічні права значно вищі, ніж у великого торговельного підприємства.

«Ефективність є порівняльною оцінкою результату діяльності, що відображає не тільки її здатність забезпечити економічне зростання, а й можливість

стимулювати прогресивні структурно-якісні зміни. В цілому ефективність діяльності підприємства – це ступінь досягнення поставлених цілей, що відбиває оптимальне поєднання затрат і результатів діяльності. Основним показником, що виражає ефективність бізнесу є рентабельність. Однак, враховуючи ту позицію, що ефективність охоплює різні сфери діяльності підприємства виникає необхідність розробки сукупності показників, які б відображали досягнення поставлених цілей» [8, с. 127-128].

Показники рентабельності операційної діяльності підприємств за їх розмірами в оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр. містяться в таблиці 5.

Таблиця 5

Рентабельність операційної діяльності підприємств за їх розмірами в оптовій та роздрібній торгівлі у 2010-2012 рр., % [6, с. 838; 5, с. 432; 4, с. 453]

Роки	Усього	У тому числі			
		великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства	з них мікропідприємства
2010	9,8	8,4	15,6	3,2	-
2011	15	11,3	20,6	10	-
2012	12,2	11,6	14,2	8,4	-0,7

Як свідчать дані таблиці 5, найвищий рівень рентабельності операційної діяльності підприємств в оптовій та роздрібній торгівлі було зафіксовано для суб'єктів господарювання середнього підприємства (20,6% у 2011 р.), у той час як найнижчий –

мають суб'єкти господарювання мікропідприємництва (-0,7% у 2012 р.)

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. У великому та середньому торговельному підприємстві переважно функціонують підприємства, у той час як у малому та мікропідприємстві переважають фізичні особи-підприємці. Найбільша кількість зайнятих працівників спостерігається на середніх та малих підприємствах у галузі торгівлі. Найбільша частка реалізованих товарів та послуг у оптовій та роздрібній торгівлі припадає на середні підприємства. Середній рівень рентабельності операційної діяльності великих, середніх та малих підприємств в оптовій та роздрібній торгівлі становить 11,5%.

З огляду на ситуацію, що склалася, необхідним є розробка та впровадження заходів з метою активізації підприємницького потенціалу. На думку українського науковця М. Забедюка, вдосконалення функціонування і взаємодії великого, середнього і малого торговельного підприємства можливе за умови спрямування зусиль влади, бізнесу та громади у таких напрямках:

- підвищення ступеня насиченості території підприємницькими структурами;
- розвиток інфраструктури підприємництва;
- розвиток підприємницьких структур з переробки с/г сировини у кінцеву продукцію споживання;
- розвиток підприємництва у віддалених районах, селах;
- підвищення інноваційності малих та середніх підприємств [7, с. 187].

На думку Н. Голошубової, «потрібна структурна переорієнтація торгівлі України на досягнення оптимального співвідношення між суб'єктами господарювання (підприємствами-юридичними особами та фізичними особами-підприємцями), великим, серед-

нім і малим підприємством, видами торговельних об'єктів (магазинами, дрібнороздрібними торговельними об'єктами, у тому числі пересувними місцями продажу товарів, ринками), складськими об'єктами, посередниками оптової ланки та їх типами за розмірами та спеціалізацією» [3, с. 25].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України (ВВР) – 2003. – № № 18, 19-20, 21-22. – С. 144.
2. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва. [Електронний ресурс] // Режим доступу : www.dkgr.gov.ua/files/8cd09.docx.
3. Голошубова Н.О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 16–28.
4. Діяльність суб'єктів господарювання. 2010. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. – К. – 2011. – 453 с.
5. Діяльність суб'єктів господарювання. 2011. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. – К. – 2012. – 467 с.
6. Діяльність суб'єктів господарювання. 2012. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 840 с.
7. Забедюк М.С. Активізація підприємницького потенціалу як фактор розвитку бізнес-середовища / М.С. Забедюк // Економічні науки. Сер. : Економіка та менеджмент : зб. наук. пр. / Луц. нац. техн. ун-т. – 2012. – № 9 (2). – С. 183–188.
8. Олександренко І.В. Методичні підходи до діагностики ефективності діяльності підприємства / І.В. Олександренко // Економічний форум. – 2013. – № 4. – С. 126–136.
9. Трішкіна Н.І. Проблеми і перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні / Н.І. Трішкіна // Університетські наукові записки – 2010. – № 3 (35). – С. 229–234.
10. Шимко О.В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку / О.В. Шимко // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси : зб. наук. пр. / Луц. нац. техн. ун-т. – 2012. – № 9 (3). – С. 461–470.

УДК 334.021:504.03

Бережна М.В.
аспірант кафедри економіки підприємства
Національного гірничого університету

АНАЛІЗ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена дослідженню сучасного підходу до законодавчого регулювання екологічної відповідальності підприємств. Проаналізовано закордонний та вітчизняний досвід в цій галузі. Розглянуто механізми реалізації екологічних принципів діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Запропоновано засоби удосконалення системи екологічного регулювання як на державному рівні, так і на рівні підприємства.

Ключові слова: регулювання, законодавство, механізм, екологізація, природокористування, екологічний принцип.

Бережная М.В. АНАЛИЗ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.

Статья посвящена исследованию современного подхода к законодательному регулированию экологической ответственности предприятий. Проанализированы зарубежный и отечественный опыт в этой области. Рассмотрены механизмы реализации экологических принципов деятельности субъектов предпринимательской деятельности. Предложены средства совершенствования системы экологического регулирования как на государственном уровне, так и на уровне предприятия.

Ключевые слова: регулирование, законодательство, природопользование, экологизация, механизм, экологический принцип.

Berezhna M.V. ANALYSIS OF THE MECHANISM OF STATE REGULATION OF ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES.

The article investigates the current approach to legal regulation of environmental responsibility of business. Analysis of foreign and domestic experience in this field is given. The mechanism of implementing environmental principles of business entities is explored. The ways to improve a system of environmental regulation both at the state level and at the enterprise level are proposed.

Keywords: regulation, legislation, greening, mechanism, natural resources, environmental principles.

Постановка проблеми. Підвищення ефективності стимулювання екологічної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, інституційне забезпечення державного управління у сфері охорони довкілля є нагальною потребою. Відомо, що створення оптимальної бази державного регулювання не дає гарантій дотримання його вимог природокористувачами. Головне і найскладніше завдання – змусити працювати законодавчо закріплені механізми, сформувавши для цього інституційний, організаційно-фінансовий, економічний та інші засоби впровадження. Саме цей елемент завжди був слабким місцем еколого-економіко-правової системи України і до сьогодні потребує ґрунтовного перетворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Погіршення екологічної ситуації призвело до того, що, починаючи, з кінця ХХ ст. питання взаємодії економіки та екології, передусім обліку екологічного чинника при здійсненні виробничо-господарської діяльності, стали об'єктом дослідження вітчизняних і зарубіжних фахівців, в тому числі Р. Коуза, М. Медоуза, С.Н. Бобильова, В.І. Данилова-Данильяна, Є.В. Мішон, О.Е. Медведєвої, А.Ш. Ходжаєва та ін. Дослідження галузевих принципів права і законодавства, зокрема, екологічного права і законодавства здійснено в працях В.Б. Авер'янова, В.І. Андрейцева, С.О. Боголюбова, М.М. Брінчука, А.П. Гегмана, О.Л. Дубовик, Б.В. Єрофєєва, М.І. Козиря, О.С. Колбасова, В.М. Комарницького, В.В. Костицького, М.В. Краснової, Н.Р. Малишевої, В.В. Петрова, В.К. Попова, Ю.С. Шемшученка, О.С. Шестерюка, М.В. Шульги. Питаннями державного управління в сфері екології присвячені праці таких вчених, як О.С. Заржицький, Р.П. Іванух, Б.К. Данілішин, Р. Кромер. Проте мало дослідженнями залишаються механізми удосконалення державного регулювання в цій сфері, а також безпосереднє стимулювання екологічної відповідальності підприємств.

Невирішені раніше питання. Відповідний законодавчо закріплений економічний механізм екологічного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності виявив свою неефективність. Принцип цільового використання коштів, що надходять від екологічних податків та платежів, не дотримується. Акумуляовані кошти мають складну структуру розподілу між місцевими і державним бюджетами, а також між фондами охорони навколишнього природного середовища. Складною є система фінансування природоохоронних заходів як з спеціальних фондів, так і, особливо, із загального фонду держбюджету.

Постановка завдання. Незважаючи на те, що екологічні важелі починають поступово впроваджуватись в різні сектори економіки України, ще й сьогодні господарське, адміністративне, фінансове та інші галузі законодавства не повною мірою ув'язані з екологічним, а головне – не завжди в них містяться механізми, які забезпечують впровадження екологічних чинників. Таким чином, метою дослідження, викладеного в даній статті, є аналіз наявних сьогодні механізмів державного регулювання екологічної відповідальності підприємств, зв'язок із сучасною міжнародною практикою та пошук шляхів їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно із сучасним закордонним підходом до розуміння екологічної відповідальності остання трактується як ініціатива, що виходить далеко за рамки діючих нормативно-правових актів та розпорядчих документів органів влади у відповідній галузі. Так, створення

зелених офісів, енергозбереження, використання альтернативних видів палива, екологічне звітування перед громадою є не тільки і не стільки вимогою держави, а власним починим іноземних підприємств. Наприклад, широко використовується диференційоване оподаткування в залежності від «екологічної сприятливості» продукції. При цьому концепція регулюючого оподаткування повинна враховувати інтереси місцевих виробників, тобто розроблятися з таким розрахунком, щоб окремі підприємства або навіть у цілому господарство якоїсь країни не виявилися протягом тривалого періоду в невідгідному положенні в порівнянні з конкурентами.

На жаль, українські реалії потребують більш жорсткого державного регулювання в галузі екологічної відповідальності підприємств. Це пояснюється, в першу чергу, низьким рівнем мотивації бізнесу, адже законодавством не регламентується надання пільг та преференцій так званому «зеленому» виробництву. Податкові важелі включають до кола своїх інструментів лише різного роду збори та штрафи. Таким чином, перевага надається методу «кнути», тобто покарання за порушення норм і вимог, в той час як позитивному стимулюванню увага не приділяється взагалі.

Одночасно слід відмітити низький рівень свідомості бізнесу в галузі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) загалом, і, зокрема, в сфері екологічної відповідальності. Так, в Дніпропетровській області, лише 26,9%, підприємств погоджуються з тим, що бізнес повинен брати участь в рішенні соціальних та екологічних проблем суспільства, при чому абсолютно певнені в цьому лише 7,7%, в той час як 21,6% повністю проти такого твердження.

Переконавання в тому, що держава повинна сама вирішувати соціальні проблеми, однаково характерно як для великих підприємств, так і для дрібних. Слід відмітити, що частка підприємств, які вважають, що бізнес повинен брати участь у рішенні соціальних і екологічних проблем суспільства, набагато вища серед компаній державної форми власності, порівняно з приватними підприємствами [1, с. 10-11].

Незважаючи на досить складну екологічну ситуацію в Україні і Дніпропетровській області зокрема, сьогодні основоположним в цій сфері стає превентивний підхід до природокористування. Превентивний захист навколишнього середовища носить випереджальний характер і спрямований на пом'якшення негативного впливу суб'єктів господарювання на навколишнє середовище. Функціонування механізму превентивного захисту довкілля характеризує динамічна модель, яка ґрунтується на програмах розвитку галузей економіки регіону, екологічних інвестиціях в об'єкти природоохоронного значення, а також екологічному бізнесі, розвиток якого здійснюється за підтримкою місцевих органів влади. Найбільш вагомими елементами цієї моделі можуть бути відповідна законодавча база, фінансові інвестиції, органи управління і місцевого самоврядування, які реалізують природоохоронні програми [2, с. 935].

Для створення та подальшого успішного функціонування механізму екологічної відповідальності підприємств доцільно більш детально проаналізувати наявну законодавчу базу в галузі природокористування. Так, основними міжнародними законодавчими актами в цій сфері є: Декларація Ріо-де-Жанейро щодо навколишнього середовища та розвитку ООН від 14.06.1992, Цілі розвитку тисячоліття, Глобальний договір ООН, Серія стандартів ISO 14000, постанови ЄС про екоменеджмент й аудит.

У міру розвитку екологічної політики розширився перелік наявних засобів охорони довкілля. Паралельно з прийняттям рамкового законодавства для забезпечення високого рівня охорони довкілля, в Європі було впроваджено цілу низку правових інструментів охорони довкілля:

- LIFE – фінансовий інструмент екологічного захисту. LIFE спрямований на сприяння розвитку, впровадженню та оновленню екологічної політики та законодавства Співтовариства;

- угоди про охорону довкілля: покращення екологічних аспектів діяльності підприємств та впровадження методів сталого виробництва шляхом заохочення добровільних заходів та угод щодо охорони довкілля згідно з Програмою 6АЕР;

- екологічні мита та податки: сприяння застосуванню державами-членами фіскальних інструментів підвищення ефективності екологічної політики та забезпечення використання екологічних мит та податків у відповідності до законодавства Співтовариства;

- програма підтримки НУО, що діють у галузі охорони довкілля;

- Integrated product policy (Інтегрована виробнича політика): Комісія представляє стратегію укріплення та зміни спрямування екологічної політики, пов'язаної з виробництвом, з метою сприяння розвитку ринку екологічно безпечної продукції, і зрештою, стимулювання громадського обговорення відповідних питань;

- Європейське Агентство з питань довкілля: забезпечення осіб, відповідальних за прийняття політичних рішень, а також громадськості надійною та достовірною інформацією про стан довкілля;

- еко-маркування продукції: еко-маркування має на меті рекламування продукції зі зменшенням негативним впливом на довкілля (порівняно з іншими продуктами тієї самої групи);

- система екологічного менеджменту та екологічного аудиту Співтовариства (EMAS): Система екологічного менеджменту та екологічного аудиту Співтовариства (EMAS) спрямована на забезпечення постійного вдосконалення ефективності екологічної діяльності європейських організацій (через СЕМ), а також забезпечення громадськості та зацікавлених сторін відповідною інформацією;

- оцінка впливу на навколишнє середовище (ОВНС) певних державних та приватних проектів;

- оцінка екологічних наслідків впровадження планів та програм: проводиться з метою сприяння включенню екологічних аспектів на етапах розробки та ухвалення планів та програм;

- екологічні перевірки – мінімальні критерії: забезпечення більшої відповідності, а також більшої однастайності у застосуванні та впровадженні законодавства Співтовариства щодо охорони довкілля шляхом надання мінімальних критеріїв організації, проведення, пост-контролю та опублікування результатів екологічних перевірок в усіх державах-членах;

- Європейський реєстр викидів та перенесення забруднюючих речовин (PRTR): покращення громадського доступу до інформації про стан довкілля, й у такий спосіб, сприяння запобіганню та зменшенню забруднення у довгостроковій перспективі.

Починаючи з 1991 р., система державного управління охороною довкілля в Україні чотири рази підлягала реформуванню. Зміни стосувались як назви центральних органів виконавчої влади спеціальної компетенції, на які в різні періоди покладалось здійснення управлінських функцій у відповідній сфері, так і їх структури та функцій. Багато разів пере-

розподілялись повноваження між різними ланками державного управління. Змінювалось кадрове, матеріально-технічне, фінансове та інше забезпечення відповідної управлінської діяльності.

Законодавство України про охорону навколишнього середовища сьогодні включає: Конституцію України, відповідні галузеві кодекси (Водний, Земельний, Повітряний, Лісовий, Кодекс про надра), близько 40 законів, серед яких «Про охорону навколишнього середовища», «Про екологічну експертизу», «Про екологічний аудит», «Про природно-заповідний фонд країни», «Про охорону атмосферного повітря», «Про тваринний світ», «Про енергозбереження», «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», «Про поводження з радіоактивними відходами», «Про правовий режим території, що зазнала радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи», «Про статус та соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи» та ін. [3, с. 212-213].

Стосовно юридичної відповідальності в Україні, за екологічні правопорушення в застосовуються 4 види юридичної відповідальності: дисциплінарна, адміністративна, кримінальна, майнова (відшкодування шкоди, спричиненої правопорушенням – англ. «liability»). Особливістю правової системи України є те, що всі норми про юридичну відповідальність згруповані в спеціальних кодифікаційних актах: про адміністративну відповідальність – в Кодексі України про адміністративні правопорушення, про кримінальну – в Кримінальному кодексі України, про дисциплінарну – в Кодексі України про працю. Основи застосування майнової відповідальності – в Цивільному кодексі України.

Сьогодні залишається невирішеним питання щодо прийняття Екологічного кодексу України (ЕКУ). У переважній більшості науковці схильні до прийняття ЕКУ, але конкретні сфери регулювання залишаються дискусійними. Проблемним залишається питання щодо об'єму кодифікації. Ці питання повинні пройти ґрунтовне наукове обговорення [4].

Що стосується екологічного податку, то його запровадження у 2011 році не принесло суттєвих змін в механізм реалізації принципу «забруднювач платить». Таке становище пов'язане з кількома причинами. Не всі нормативи відрхувань законодавством чітко визначені. Механізм розрахунків податків за забруднення навколишнього середовища залишається складним. Недостатньо ефективна система контролю достовірності звітних даних природокористувачів. Останні не зацікавлені ні у відрхуванні коштів у екологічні фонди, ні в реалізації природоохоронних заходів, оскільки економічний механізм природокористування має переважно фіскальну спрямованість. А елементи цього механізму, які передбачають пільги щодо кредитування (надання безпроцентних чи пільгових кредитів) і оподаткування (зниження податків чи звільнення від них), не знайшли поки що послідовного правового розвитку. Система потребує коригування, зокрема, спрощення для більш ефективного застосування суб'єктами господарської діяльності, зниження витрат на забезпечення її функціонування [5]. Наприклад, фіскально нейтральна податкова реформа, що частково переносить базу оподаткування з праці (фонду заробітної плати) на споживання природних ресурсів та шкідливі викиди і відходи, має стати ключовим моментом структурної перебудови і вже почалася в індустріально розвинених країнах ЄС, передусім в Німеччині, Данії, Швеції та Нідерландах [6, с. 301].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, варто підкреслити, що важливою тенденцією останнього десятиріччя в Україні стало впровадження екологічних чинників у регулювання різних видів, секторів господарської, управлінської та іншої діяльності. В законодавстві цей процес позначився як екологізація інших галузей законодавства, зокрема господарського, адміністративного, фінансового та іншого. У цьому контексті найбільш показовими є Закони України «Про мисливське господарство та полювання» (2000 р.), «Про туризм» (1995 р. в редакції 2003 р.), ряд законів, що регулюють містобудівну та проектно-будівельну діяльність, а саме: «Про основи містобудування» (1992 р.), «Про планування і забудову територій» (2000 р.), «Про Генеральну схему планування територій України» (2002 р.).

Суттєвою в плані адаптації до міжнародних стандартів навколишнього середовища є реалізація інноваційної еколого-економічної політики, зокрема таких її складових, як «торгівля квотами на викиди» і «еко-трудова податкова реформа» – економіко-правових інститутів, спрямованих одночасно на створення робочих місць та збереження довкілля [7].

Механізми екологічного регулювання мають бути гнучкими, тобто давати можливість диференційовано підходити до об'єкта регулювання й різних екологічних ситуацій, а також до визначення міри жорсткості

регулювання. Ці механізми не виключають, а навпаки, передбачають надання державної допомоги підприємствам, зокрема на технічне переозброєння. Це дає задовільні результати щодо головного критерію економічної ефективності регулювання – величини питомих витрат для скорочення викидів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Якісне дослідження методів впровадження КСВ в Україні (під редакцією А.Н. Тимофєєвої) / К. – 2005-2012 рр. – 362 с.
2. Пашенцев О.І. Теоретичні підходи до формування принципів вищезазначеного захисту довкілля в контексті економіки природокористування / О. І. Пашенцев // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2009. – № 245. – С. 933–939.
3. Скакун О.Ф. Теорія права і держави : Підручник. – К. : Алерта ; КНТ ; ЦУП, 2009. – 520 с.
4. Проект Екологічного кодексу України [Електронний ресурс] : Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=17281.
5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17> – (нормативні директивні правові документи).
6. Позняк Е., Ільїна Н. Круглий стіл з проблем систематизації екологічного, земельного та аграрного законодавства України // Право України. – 2011. – № 4 – С. 296–305.
7. Bounds A. Environment: Going green [electronic resource] / Andrew Bounds//Financial Times. – 2012. – Available at : <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/5c122b6a-fbc2-11e1-87ae-00144feabdc0.html>.

УДК 311.1

Берідзе Т.М.
*кандидат технічних наук,
доцент кафедри економічної кібернетики
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету*

ФОРМУВАННЯ МОНІТОРИНГУ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Стаття присвячена визначенню інтегрального показника, який може позиціонуватися на матриці конкуруючих підприємств гірничорудного комплексу. Для проведення ефективного моніторингу необхідно оптимізувати поле спостереження. Використання інтегрованих показників дозволить визначити економічний стан підприємства, його конкурентний статус, що забезпечить використання дієвих управлінських рішень.

Ключові слова: моніторинг, інтегральний показник, управління, конкурентоспроможність.

Беридзе Т.М. ФОРМИРОВАНИЕ МОНИТОРИНГА ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Статья посвящена определению интегрального показателя, который может позиционироваться на матрице конкурирующих предприятий горнорудного комплекса. Для проведения эффективного мониторинга необходимо оптимизировать поле наблюдения. Использование интегрированных показателей позволит определить экономическое состояние предприятия, его конкурентный статус, что обеспечит использование действенных управленческих решений.

Ключевые слова: мониторинг, интегральный показатель, управления, конкурентоспособность.

Beridze T.M. FORMATION OF MONITORING OF ECONOMIC STATUS COMPANIES AS A COMPONENT OF STRATEGIC MANAGEMENT

Article is devoted to the definition of the integral index, which can be positioned on a matrix of competing companies mining complex. For effective monitoring is necessary to optimize the field of view. The use of integrated indicators will determine the economic condition of the company, its competitive status that will ensure the effective management decisions

Keywords: monitoring, integrated index management, competitiveness.

Постановка проблеми. Перехід українських гірничорудних підприємств до стратегічних інструментів планування і контролю передбачає удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення управлінського процесу. Управління як домінуюча

стратегія розвитку українського промислового бізнесу на теперішній час поступово відходить на другий план, і все більше підприємств розглядає стійкий розвиток в якості стратегічної мети конкурентної поведінки. Існуючі методи фінансового, управлінсько-

го та техніко-економічного аналізу і контролю не завжди адекватно вбудовані в механізм стратегічного управління, а саме планування та контролю, що істотно звужує сферу їх застосування, а також не дає можливості максимально оперативного реагування на зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища бізнесу.

Інформаційна база для прийняття управлінських рішень, заснована на безперервному формальному спостереженні (моніторингу) конкурентного розвитку бізнесу. Таким чином, моніторинг не слід розглядати як більш вузьке чи широке поняття ніж аналіз і контроль. Це безперервне спостереження за результатами і бізнес-процесами, націлене на вирішення конкретних задач, що стоять перед бізнесом, тобто на ефективні управлінські рішення. Ефективність використання ресурсів бізнесу є основою для системи стратегічного управління та зростання конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Останніми часом найбільше поширення отримало думку, що для нейтралізації негативної реакції співробітників і ефективної реалізації стратегії потрібне залучення усього персоналу до розробки стратегічних рішень [1; 2].

Таким чином, у рамках теорії стратегічного управління простежуються певні аспекти, що пояснюють підприємницький успіх організації в довгостроковому періоді. Тобто досягнення стійких конкурентних переваг можна пояснити, розглядаючи процесуальний, структурний, змістовий і людський аспекти стратегічного управління [3].

Існує безліч моделей процесу стратегічного управління, що розрізняються один від одного кількістю і, відповідно, змістом послідовних кроків [8, с. 26, 49]. Проте усі моделі мають єдиний логічний ланцюг, і відмінності не є принциповими. Без регулярного та достовірного моніторингу ефективне управління підприємством ускладнене, адже процес управління будується на основі інформації про об'єкт управління, а також інформації про зовнішнє середовище, яка збирається і акумулюється з допомогою системи моніторингу. Ця інформація підлягає комплексній оцінці і прогнозуванню. Необхідність реалізації цієї вимоги диктується орієнтацією моніторингу на аналіз, порівняння результатів управління. Стандартистичність інформаційного набору забезпечує також зручність його пошуку і фіксації. Це надає моніторингу властивість інформаційного процесу [4]. Таким чином, дана ситуація створила необхідність розробки концепції багаторівневої системи моніторингу економічного стану промислового підприємства. [4, с. 29].

Постановка проблеми. Особливе місце в системі стратегічного аналізу займає блок аналітичних робіт, пов'язаних з дослідженням економічного стану підприємства. Метою дослідження є визначення інтегрального показника, який може позиціонуватися на матриці конкуруючих підприємств гірничорудного комплексу. Таким чином, методика моніторингу розширюється розробкою методики позиціонування.

Існуючі системи моніторингу в своїй основі мають в більшій мірі фінансові показники, що робить їх орієнтованими на ретроспективу і дозволяє прогнозувати основні параметри економічного стану. Така ситуація обумовлює необхідність використання більш комплексних систем спостереження, які дозволяють здійснювати всебічний аналіз даних і синтез управлінських рішень.

Матеріали і результати дослідження. Подача і обробка інформації про хід керованого процесу і під

час комплексного моніторингу – важлива частина управління. Якщо в систему управління поступатиме недостатня кількість інформації, то якісне управління системою здійснити не вдасться. Тому при організації системи управління велику частину грає визначення необхідного мінімуму інформації

Моніторинг економічного стану підприємства включає два великі блоки: перший – це розробка і впровадження системи моніторингу другий – подальше її коректування з урахуванням економічних і маркетингових реалій.

Спочатку проводиться моніторинг, по-перше, по обмеженому кругу показників, по-друге, моніторинг проводиться порівняно з одним конкурентом-лідером або першим послідовником. Далі круг показників моніторингу розширюється залежно від доступності джерел інформації. При цьому самі показники, періодичність спостереження за ними і методики їх розрахунку можуть переглядатися. Для порівняння можуть розглядатися вже декілька підприємств.

Для забезпечення і утримання лідерських позицій на високо конкурентному ринку необхідно запроваджувати і використовувати ефективний механізм моніторингу конкурентного поля в оперативній діяльності господарюючого суб'єкта, який дозволить мати інформацію про діяльність конкурентів і позицію підприємства в конкурентному ряду. В основі критерію ефективності можна покласти декілька складових.

Кінцевою метою моніторингу є управління змінами та відхиленнями, шляхом своєчасного інформування про можливість настання несприятливих змін, що відводять убік від досягнення заданої мети розвитку.

Об'єкт моніторингу можна представити у вигляді системи взаємозв'язаних чинників і інструментарію, за рахунок якого і досягається певний конкурентний статус господарюючого суб'єкта гірничого комплексу. Таким чином, ми приходимо до формування масиву даних і явищ, які мають бути піддані спостереженню з певною мірою періодичністю для забезпечення можливості оперативного втручання в процес.

Моніторинг підприємства є дієвим інструментом внутрішнього фірмового менеджменту і дозволяє значною мірою поліпшити роботу підприємства. Структура стратегічного аналізу внутрішнього середовища організації може включати: – окремі бізнеси організації; – функціональні підсистеми організації; – основні структурні підрозділи організації; – усі бізнес-процеси організації.

Згідно методики [6], конкурентний статус i -го підприємства позначається набором ряду показників, що характеризують ту чи іншу компоненту. Таким чином формується наступний набір:

$$X_i = (x_{i1}, x_{i2}, \dots, x_{ij}, x_{im}), \quad (1)$$

де x_{im} – значення j -го показника для i -ї компоненти, $i = 1, m$ – кількість підприємств, $j = 1, n$ – кількість показників.

Вихідні дані формуються у вигляді матриці $X = (x_{ij})$. Оскільки показники, що розглядаються, можуть мати різну розмірність, необхідно здійснити стандартизацію вихідних даних. Для стандартизації використовують формулу:

$$Z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{S_j}, \quad (2)$$

де \bar{x}_j – середнє значення для j -го показника конкурентного статусу підприємства;

$$S_j = \sqrt{\frac{1}{m} \sum (x_{ij} - \bar{x}_j)^2} - \text{середньоквадратичне відхилен-}$$

ня j -го показника конкурентного статусу підприємства.

Наступним проводиться конструювання еталона статусу P_0 . Для одержання еталона всі ознаки поділяються на стимулятори і дестимулятори. Показники, що здійснюють позитивний стимулюючий вплив на конкурентний статус підприємства, є стимуляторами, а ознаки з протилежними властивостями – дестимуляторами. Еталоном буде точка багатомірного простору, що утворена за таким правилом: серед показників-стимуляторів I_1 відбираються дані з максимальними значеннями, серед дестимуляторів I_2 – з мінімальними:

$$P_0 = (z_{01}, \dots, z_{0k}, \dots, z_{0n}), \quad (3)$$

де $z_{0k} = \max z_{ik}$, якщо $k \in I_1$, $z_{0k} = \min z_{ik}$, $k \in I_2$.

Наступним здійснюється оцінка у вигляді узагальнюючого показника, що являє собою синтетичну величину, або рівнодіючу всіх ознак. Це дозволяє з її допомогою лінійно упорядкувати елементи, що беруть участь в аналізі.

Кількісна оцінка рівня конкурентного статусу (рівня якості) визначається як евклідова відстань до точки-еталону:

$$C_0 = \left[\sum_{k=1}^n (z_{ik} - z_{0k})^2 \right]^{\frac{1}{2}}. \quad (4)$$

Далі визначається середня величина відстані між точками $\bar{C}_0 = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m C_{i0}$ та середньоквадратичне відхилення $S_0 = \left[\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (C_{i0} - \bar{C}_0)^2 \right]^{\frac{1}{2}}$. Величина C_0 знаходиться за такою формулою:

$$C_0 = \bar{C}_0 + 2 \cdot S_0. \quad (5)$$

І нарешті, знаходимо інтегральний показник $d = 1 - \frac{C_{i0}}{C_0}$. Цей показник для кожного підприємства і є кількісною оцінкою рівня економічного статусу за даним набором компонентів. Далі отримані дані ранжують та інтерпретують.

Особливістю підприємств залізорудної промисловості є однорідність продукції, що виробляється ними. Характер предмета труда і однорідність продукції, що виробляється визначають структуру виробництва, величину поточних витрат і економічні зв'язки між окремими підрозділами підприємства.

Іншою важливою особливістю виробничого процесу в гірничій промисловості є рухливість робочого місця в кар'єрах [4]. У гірничодобувній галузі переважають один (видобуток) або два (видобуток і збагачення) виробничі цикли, що потрібно приймати до уваги при розрахунках.

Гірничодобувна промисловість є найбільш капіталомісткою галуззю. Тут на 1 грн основних виробничих фондів проводиться приблизно в 2-3 рази менше продукції, ніж в переробній промисловості.

При розрахунках за початкову вибірку даних був узятий масив коефіцієнтів конкурентної позиції Криворізьких гірничорудних підприємств. Після стандартизації вхідних даних проводилося конструювання еталона конкурентного статусу P_0 . Для цього всі ознаки, тобто показники масиву, повинні поділитися на стимулятори, що мають позитивний вплив на досліджуваний об'єкт, і дестимулятори, що, навпаки, негативно на нього впливають.

Оскільки на цьому етапі розглядаються показники, що зображують ринкову частку підприємства, рівень його конкурентоспроможності на ринку та відносну частку ринку підприємства до лідера галузі, то з упевненістю можна стверджувати, що ці ознаки є стимуляторами розвитку. Тому множина еталону конкурентного статусу $P_0 = (z_{01}, \dots, z_{0k}, \dots, z_{0n})$, має на-

ступний вигляд: $z_{0k} = \max z_{ik}$, оскільки $k \in I_1$. Результати розрахунків представлені на рис. 1.

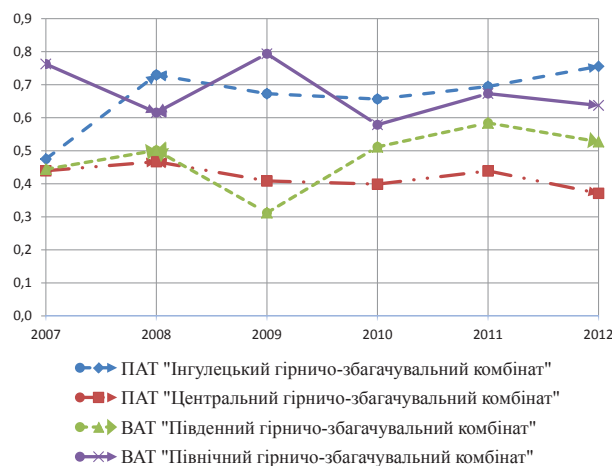


Рис. 1. Динаміка оцінок конкурентної позиції гірничо-збагачувальних підприємств України

Множини еталону конкурентного статусу для кожного підприємства.

$$P_1 = (0,864; 1; 0,93; 1; 1; 1)$$

$$P_2 = (0,864; 0,862; 0,937; 0,687; 0,819; 0,894)$$

$$P_3 = (0,864; 0,862; 0,937; 0,687; 0,819; 0,894)$$

$$P_4 = (1; 0,862; 1; 0,818; 0,949; 0,894)$$

$$P_5 = (0,864; 0,862; 0,937; 0,687; 0,819; 0,894)$$

$$P_6 = (0,864; 0,862; 0,937; 0,687; 0,819; 0,894)$$

$$P_7 = (0,864; 0,862; 0,937; 0,687; 0,819; 0,894)$$

Звідси розраховується кількісна оцінка рівня якості C_0 для кожного із підприємств, чий конкурентний статус аналізується:

$$C_{01} = 2,26; C_{02} = 3,17; C_{03} = 2,8; C_{04} = 1,80; C_{05} = 3,50; C_{06} = 3,99; C_{07} = 3,58$$

Таким чином, середня величина відстані між точками $\bar{C}_0 = 3,023$ та середньоквадратичне відхилення $S_0 = 0,718$. За формулою (5) $C_0 = 4,459$.

Останнім кроком є розрахунок інтегрального показника d для кожного із зазначених підприємств. Цей показник являє кількісну оцінку рівня економічного стану за даним набором компонентів. Отримані дані наведені у таблиці 1.

Таблиця 1
Інтегральний показник економічного стану гірничо-збагачувальних підприємств України

Найменування підприємства	Інтегральний показник оцінки економічного стану
ПАТ «Інгулецький гірничо-збагачувальний комбінат»	0,4942
ПАТ «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат»	0,2893
VAT «Південний гірничо-збагачувальний комбінат»	0,3558
VAT «Північний гірничо-збагачувальний комбінат»	0,5970
ПАТ «Криворізький залізорудний комбінат»	0,2159
ПАТ «ЄВРАЗ СУХА БАЛКА»	0,1049
VAT «Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат»	0,1970

Згідно з отриманими даними, найкращий конкурентний статус має ВАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат», а найгірший – ПАТ «ЄВРАЗ СУХА БАЛКА».

Висновки. Отже, отримані показники дозволяють визначити наступне: Північний гірничо-збагачувальний комбінат наразі має значний резерв і потенціал зростання; звідси – підприємство розвивається достатньо швидкими темпами, і, як наслідок, зростає прибуток. Показник прибутку зростає, уповільнюється лише темп його росту. Уповільнення зумовлюється лише обмеженням матеріальних ресурсів, оскільки значне зростання обсягів виробництва призводить до постійного зростання потреби в обігових коштах, неможливість різкого зростання яких вступає у протиріччя з необхідністю завантаження виробничих потужностей. Можна зробити висновок, що без вливань інвестицій можливості підприємства можуть підійти до своєї межі, темпи розвитку та збільшення обсягу виробництва уповільняться, темпи зростання прибутку знизяться. Очевидно, стратегічними цілями на цьому етапі є підтримання рівноваги за рахунок більш жорсткого контролю над витратами. Цільовим орієнтиром є рентабельність капіталу, зокрема власного.

Для Інгулецького гірничо-збагачувального комбінату основним напрямком діяльності є переважний контроль за виробництвом та продажами, модернізація виробництва, контроль за якістю продукції. Зокрема, повинно відбуватися впровадження нових форм управління, удосконалення методів управління. Метою функціонування є утримання балансу між економічним прибутком та грошовим потоком, значна увага приділяється бюджетуванню.

Південний гірничо-збагачувальний комбінат характеризується стабільністю доходів, припиненням розширення виробництва, максимумом обсягів виробництва та реалізації, доходів підприємства. Задачею менеджменту на цьому етапі є максимальне продовження стадії стійкості.

Центральний гірничо-збагачувальний комбінат ввійшов у фазу стагнації. До цієї фази характерні відносна стабільність кількісних та якісних показників функціонування. Як правило, підприємство здатне зберегти досягнутий стан рівноваги.

Таким чином, для забезпечення і утримання лідерських позицій на високо конкурентному ринку необхідно впроваджувати і використовувати ефективний механізм моніторингу конкурентного поля в оперативній діяльності господарюючого суб'єкта, який дозволить мати інформацію про діяльність конкурентів і позицію підприємства в конкурентному ряду. В основу критерію ефективності можна покласти певну кількість складових.

Занадто велика кількість спостережень обернеться для підприємства необґрунтованими витратами, оскільки дані для ухвалення управлінського рішення за результатами моніторингу будуть надлишковими. Недостатня область спостережень призведе до інформаційного дефіциту і неповного обліку всіх чинників в ході генерації управлінських рішень. Отже, для проведення ефективного моніторингу необхідно оптимізувати поле спостереження. Використання інтегрованих показників дозволить визначити економічний стан підприємства, його конкурентний статус, що забезпечить використання дієвих управлінських рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Друкер П. Управление, нацеленное на результат. – М., 1992. – 428 с.
2. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. – М. : Финпресс, 1998. – 192 с.
3. Пилипенко А.А. Формирование организационно-экономического механизма обеспечения устойчивости работы предприятия. – Дис. Канд.экон. наук: 08.06.01. – Х., 1999. – 188 с.
4. Болквадзе И.Р. Формирование системы мониторинга экономического состояния промышленного предприятия как фактор повышения эффективности системы управления: Дис. канд.экон.наук. – М., 2004. – 138 с.
5. Карева Т.А., Миняшкин В.В. Финансовый мониторинг стратегии промышленного предприятия. – М., 2003 г.
6. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи. Харків. ВД «ІНЖЕК». – 2003. – 323 с.
7. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. – Х. : Основа, 1999. – 620 с.
8. Тридід А.Н. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства. Монографія. – Х. : Вид. ХДЕУ, 2002. – 364 с.



УДК 338.24:65.011

Бойко І.М.
магістр

Одеського національного політехнічного університету

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВЕНЬ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Досліджені теоретичні засади впливу інноваційної діяльності на конкурентоспроможність промислового підприємства. Обґрунтована важливість та запропонована інноваційна модель підвищення конкурентоспроможності підприємства. Наведено огляд сучасного стану інноваційної сфери вітчизняних промислових підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, індекс глобальної конкурентоспроможності, інновації, інноваційна активність.

Бойко И.М. ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА УРОВЕНЬ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Исследованы теоретические основы влияния инновационной деятельности на конкурентоспособность промышленного предприятия. Обоснована важность и предложена инновационная модель повышения конкурентоспособности предприятия. Приведен обзор современного состояния инновационной сферы отечественных промышленных предприятий.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, индекс глобальной конкурентоспособности, инновации, инновационная активность.

Boyko I.M. INFLUENCE OF BUSINESS INNOVATION IN ITS LEVEL OF COMPETITIVENESS

Study of the theoretical foundations of innovation impact on the competitiveness of the industrial enterprise. Substantiated the importance and proposed an innovative model for enterprise competitiveness. Provides an overview of the current state of innovation activity of enterprises was represented.

Keywords: competitiveness of enterprises, Global Competitiveness Index, innovation, innovative activity.

Постановка проблеми. В умовах високої конкуренції відповідність внутрішнього середовища підприємства вимогам ринку є найважливішим чинником їх успішної діяльності. Головною рушійною силою економічного зростання є інновації для досягнення підприємством конкурентних переваг. Загальний рівень інноваційної активності українських підприємств залишається невисоким. Фахівці відзначають, що кількість українських інноваційно-активних підприємств протягом останніх десяти років залишається незмінним: 17-18%, що в два рази нижче, ніж у периферійних країнах Євросоюзу і в п'ять разів нижче передових країн. Необхідно також зауважити, що низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств вирішальним чином впливає на погіршення економічної безпеки України. Це обумовлено тим, що конкурентоспроможність як інтегральний показник економічного розвитку відображає вплив ряду факторів, які формують конкурентні переваги підприємства, галузі, країни в цілому [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання, пов'язані з інноваційною діяльністю та конкурентоспроможністю, широко розглядаються у вітчизняній і зарубіжній літературі. Проблеми інноваційної діяльності підприємств присвячені роботи Й. Шумпетер, Г. Менц, А. Водачек, О. Водачкаво, Б. Санто, Б. Твісс, М. Хучек, І. Ансофф та ін. Істотний внесок у дослідження проблем інноваційної діяльності, формування національної інноваційної системи внесли наступні вітчизняні та російські вчені: А. Амоша, Ю. Бажал, І. Топуха, Л. Яремко, А. Мельник, А. Чухно, С. Ільєнкова, П. Завлін, С. Глазьев, В. Медінський, В. Горфінкель та інші.

Постановка задачі. Оцінюючи внесок вищезазначених вчених і отримані ними результати, слід зазначити, що рівень розробленості проблем активізації інноваційної діяльності у контексті підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств та впливу на неї саме інновацій є недостатніми, тому

вимагає більш детального вивчення даної теми, пошуків нових підходів, принципів і методів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з найважливіших напрямків діяльності щорічного всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) є дослідження конкурентоспроможності як основної рушійної сили світового економічного розвитку, яке особливої актуальності набуло в цьому році, оскільки саме підвищення конкурентоспроможності – одна з ключових умов виходу країн з рецесії після фінансово-економічної кризи. Україна з індексом глобальної конкурентоспроможності (GCI) – 4,1 трохи поліпшила свої позиції в рейтингу ВЕФ, посівши серед 139 країн 73 позицію, демонструючи значне відставання від провідних країн світу і від середньосвітового значення індексу GCI – 4,18 [2].

Індекс глобальної конкурентоспроможності на основі методології дослідження ВЕФ виводиться на базі 12 складових конкурентоспроможності економічної системи. Ці складові групуються в 3 стадії розвитку економіки:

1) стадія факторної орієнтованості (4 складових: інституції, інфраструктура, макроекономічне середовище, охорона здоров'я і початкова освіта);

2) стадія орієнтованості на ефективність (6 складових: вища освіта та професійна підготовка, ефективність ринку товарів і послуг, ефективність ринку праці, рівень розвитку фінансового ринку, технологічна готовність, розмір внутрішнього ринку);

3) стадія орієнтованості на інновації (2 складові: рівень розвитку бізнесу і інновації).

Як впливає з зазначеного угруповання, саме інновації визначають вищий рівень економічного розвитку країни. Економіка України відповідає стадії орієнтованості на ефективність. Для порівняння, лідери світової економіки належать до 3-го (інноваційному) типу розвитку.

У таблиці 1 представлено значення Індексу глобальної конкурентоспроможності (максимальна оцінка 7 балів) і його субіндексів з виділенням ін-

новаційних факторів по Україні (всього досліджено 139 країн) за 2011-2013 роки [3].

Оцінка динаміки факторів рейтингу України за показником GCI за останні роки демонструє явно негативний результат: 2001 р. – 59-е місце, 2004 р. – 68-е місце, 2008 р. – 72-е місце, 2009 р. – 82-е місце і 2010 р. – 89-е місце, в останні два роки видно поліпшення показника: 2011 – 82-е місце, 2012 р. – 73 місце. Найслабшим місцем конкурентоспроможності української економіки лишаються макроекономічна стабільність (112-е) і державні інститути (131-е); неефективними залишаються товарні ринки (129-е), що стримує конкуренцію і перешкоджає розвитку підприємництва. До сильних сторін України експерти ВЕФ відносять: великий обсяг внутрішнього ринку (38-е); високий загальноосвітній рівень населення (51-е); ефективний ринок праці (61-е).

У цілому непогані результати в галузі інновацій, що свідчить про наявність сприятливих передумов для інноваційного розвитку: висока здатність до інновацій (42-е); наявність вчених і інженерів (51-е); кількість патентів за статистичними даними (71-е); якість послуг НДІ (72-е). Найгірший результат: розробка та впровадження високотехнологічних товарів (112-е).

Інноваційна система характеризує негативну тенденцію в інноваційній сфері розвитку країни. Україна не поступається економічно розвиненим країнам за кількістю наукових публікацій і патентів, однак якісні показники (посилання за кордоном і цитованість статей, визнання патентів світовим співтовариством) дуже низька.

Для розробки напрямків щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств було проведено аналіз стану інноваційної сфери вітчизняних промислових підприємств, на основі якого були виявлені наступні тенденції. При збільшенні протягом 2000-2012 рр. щорічного обсягу виконаних наукових та науково-технічних робіт майже в 6 разів (з 1978,4 млн до 11252,7 млн грн), чисельність докторів наук (з 10339 чол. до 15592 чол.) та кандидатів наук (з 58741 чол. до 88057 чол.) в 1,5 рази; відбулося зменшення питомої ваги у ВВП обсягу виконаних наукових та науково-технічних робіт на 31,03% (з 1,16 до 0,80%), чисельності наукових працівників на 32,01% (з 120773 до 82032 чол.) [4].

Таким чином, слід зазначити, що основною проблемою, на вирішення якої має бути спрямовано розвиток НІС, є низький рівень конкурентоспроможності національної економіки, що створює пряму загрозу економічній безпеці України. Також негативні тенденції виявлені і при проведенні мікроекономічного аналізу НІС, зокрема підсистеми виробництва товарів і послуг, наслідком яких є зниження кількості інноваційно-активних підприємств та кількості освоєних ними інноваційних видів продукції. Саме інноваційна діяльність є визначальним чинником у конкурентній боротьбі, що забезпечує умови для стабільного довгострокового розвитку.

Зацікавленість підприємств у досягненні високих результатів своєї діяльності викликає необхідність підвищення їх конкурентоспроможності, яка є найважливішим чинником забезпечення їх ефективності. Поняття конкурентоспроможності підприємства складне і трактується дуже неоднозначно. На основі вищевикладеного було уточнено поняття конкурентоспроможності підприємства як його здатності не тільки виробляти високоякісну продукцію, що відповідає вимогам ринку в певний період часу, а й забезпечити їй комерційний успіх на основі внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг підприємства, що формуються за рахунок активізації його інноваційної діяльності, ефективного використання інноваційного, кадрового та виробничого потенціалу. У першу чергу, конкурентоспроможність базується на пріоритетному розвитку інтелектуальних та інноваційних ресурсів підприємства [5, с. 79].

Для підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства управління її активізацією необхідно здійснювати на базі сукупності науково обґрунтованих принципів. Для досягнення максимального ефекту активізації інноваційної діяльності необхідно постійно розвивати і вдосконалювати методологічну базу.

У загальному вигляді взаємозв'язок розвитку інноваційного потенціалу та рівня конкурентоспроможності підприємства можна відобразити наступною логічною ланцюжком:

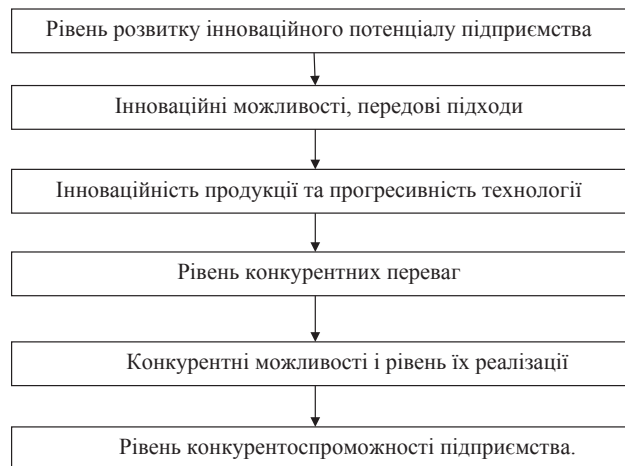


Рис. 1. Взаємозв'язок розвитку інноваційного потенціалу та рівня конкурентоспроможності підприємства

Одним з найважливіших компонентів методологічних положень активізації інноваційної діяльності є принципи, під якими розуміються вихідні, основоположні вимоги до процесу активізації інноваційної діяльності. Їх виконання забезпечує ефективність цього процесу.

На основі проведеного огляду спеціальної літератури для забезпечення ефективного процесу акти-

Таблиця 1

Субіндекси Індексу глобальної конкурентоспроможності України за 2011–2013 рр.

Рік	Індекс GCI		Екстенсивні фактори		Інтенсивні фактори		Інноваційні фактори					
	Рейтинг	бали	Рейтинг	бали	Рейтинг	бали	У цілому		КС		ІПп	
							Рейтинг	бали	Рейтинг	бали	Рейтинг	бали
2011-2012	82	4,0	98	4,2	74	4,0	93	3,3	103	3,5	74	3,1
2012-2013	73	4,1	79	4,4	65	4,1	79	3,4	91	3,7	71	3,2



Рис. 2. Інноваційна модель підвищення конкурентоспроможності підприємства

візації інноваційної діяльності підприємств був обґрунтований ряд спеціальних принципів [6]:

1) державна підтримка інноваційної діяльності. Сприяти підтримці та захисті національного виробника, забезпечувати фінансування закордонного патентування винаходів, корисних моделей, промислових зразків тощо;

2) визнання пріоритетності інноваційних факторів для підвищення як конкурентоспроможності, так і ефективності діяльності підприємства в цілому;

3) правова охорона інноваційних ідей;

4) інформаційна взаємозв'язок. При здійсненні інноваційної діяльності створюються інтенсивні інформаційні потоки, що задовольняють потреби окремих управлінських служб. У систему управління підприємством необхідно закладати підхід, заснований на використанні інтегрованої інформаційної системи, що забезпечує єдину базу для всіх підрозділів даного підприємства;

5) активне і новаторське участь кожного співробітника у підвищенні ефективності інноваційної діяльності та конкурентоспроможності продукції.

Вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності не може бути досягнуто без високого рівня організації процесу активізації інноваційної діяльності промислових підприємств, що вимагає обґрунтування розвитку. У сукупності розглянутих принципи підвищення ефективності інноваційної діяльності та рівня конкурентоспроможності підприємства припускають розробку алгоритму моделі системи управління з підвищення конкурентоспроможності та інноваційної активності підприємства.

Під інноваційною моделлю підвищення конкурентоспроможності підприємства розуміється комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на створення і розповсюдження нововведення (продукції або технології) з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. На рисунку 2 схематично представлена модель розвитку, яка відображає взаємозалежність головної мети і приватних завдань, що потребують вирішення.

Висновки з проведеного дослідження. З метою активізації інноваційної діяльності підприємств необхідно постійно здійснювати відбір та моніторинг найбільш значущих чинників і показників за її оцінкою; встановлювати взаємозалежності між цими факторами, ступенем інноваційної діяльності підприємств та рівнем конкурентоспроможності; на основі виявлених зв'язків і залежностей виробляти рекомендації щодо поліпшення ситуації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кацура С.М. Трансфер технологій и диффузія інновацій, як елементи регіонального інноваційного процесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_2/0646.pdf.
2. Всесвітній економічний форум «The Global Competitiveness Report 2011-2013» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2011-13.pdf.
3. Аналітична записка «Конкурентоспроможність України: оцінка Всесвітнього економічного форуму» // Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/>.
4. Наукова та інноваційна діяльність (1990-2012pp.) // Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.
5. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: монографія / Ілляшенко С.М. – Суми : Університетська книга, 2007. – 273 с.
6. Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи: лист Держінвестицій від 15.10.2008 року № 2691/01-06-1-3-03 . [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua>.

УДК 338

Бойко Т.Л.

аспірант кафедри економіки підприємств
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено засади формування та впровадження організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом підприємства. Окреслено фактори впливу на вибір даної оргструктури. Систематизовано та поглиблено підходи до визначення оптимального типу організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом підприємств, описано переваги та недоліки застосування для кожного запропонованого варіанту.

Ключові слова: інтелектуальний потенціал, інтелектуальні ресурси, суб'єкт управління, організаційна структура управління, функціональні обов'язки.

Бойко Т.Л. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследовано начало формирования и внедрения организационной структуры управления интеллектуальным потенциалом предприятия. Очерчены факторы влияния на выбор данной оргструктуры. Систематизированы и углублены подходы к определению оптимального типа организационной структуры управления интеллектуальным потенциалом предприятий, описаны преимущества и недостатки для каждого предложенного варианта.

Ключевые слова: интеллектуальный потенциал, интеллектуальные ресурсы субъекта управления, организационная структура управления, функциональные обязанности.

Boyko T.L. APPROACHES TO DRAWING AND IMPLEMENTING THE INTELLECTUAL POTENTIAL ORGANIZATIONAL STRUCTURE

The article is dedicated to basic principles of drawing and implementing the company's intellectual potential organizational structure. Driving forces for how to choose such structures are described. Approaches to defining the best types of the company's intellectual potential organizational structure are systemized and deepened, and the advantages and disadvantages of every approach are described.

Keywords: intellectual potential, intellectual resources, subject of management, organizational structure, functional responsibilities.

Постановка проблеми. Динамічні зміни ринкового середовища та стрімкий науково-технічний прогрес потребують від суб'єктів господарювання високого рівня адаптивності та постійного пошуку нових альтернативних механізмів підвищення результативності їхньої діяльності. Одним із найбільш потужних джерел забезпечення довгострокового успіху підприємств є ефективне використання та нарощення наявного потенціалу, особливо його інтелектуальної складової. Інтелектуальний потенціал підприємства – сукупність наявних можливостей інтелектуальних ресурсів до створення цінності та нарощування вартості, які проявляються під час споживання цих ресурсів у процесі діяльності підприємства.

Ефективне управління інтелектуальним потенціалом неможливе без організації, структуризації та чіткого визначення функціональних обов'язків керуючої підсистеми. Саме тому доцільно розглянути підходи до формування організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження аспектів управління інтелектуальним потенціалом здійснено в роботах західних вчених: К.-Е. Свейбі, Л. Едвінсона, Й. Рууса [10], Д. Андріссена [7], Б. Лева, Х. Ітамі, Е. Брукінг [2], Р. Каплана, Д. Нортонна [9], а також українських та російських науковців – О. Кендюхова [4], Б. Леонтьєва, Л. Лукичової, В. Іноземцева, А. Козирева, О. Бутнік-Сіверського, А. Чухна [6] та ін. Незважаючи на значний доробок щодо даної проблематики, актуальною залишається необхідність в доопрацюванні методичних засад менеджменту інтелектуального потенціалу, у тому числі щодо формування організаційної структури управління.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація та порівняння підходів до формування організаційної структури управління інтелектуаль-

ним потенціалом підприємств, а також визначення передумов їхнього впровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організаційна структура управління будь-яким суб'єктом господарювання – це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів [3, с. 216; 5, с. 137]. Існує значна кількість факторів, безпосередньо пов'язаних з рівнем функціонування інтелектуальних ресурсів, використанням їхніх можливостей, станом і перспективами розвитку самого підприємства, яка впливає на можливу організаційну структуру управління інтелектуальним потенціалом. За О. Кендюховим, до основних чинників, що визначають тип, складність та ієрархічність організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом підприємства доцільно віднести [4, с. 85-86]:

- масштаб і видову різноманітність інтелектуальних ресурсів підприємства;
- структуру інтелектуального потенціалу, значущість окремих його видів для досягнення комерційної мети підприємства;
- професійний і кваліфікаційно-освітній рівень персоналу;
- динамізм і диференціацію ринку;
- динамізм і диференціацію продукту;
- марочний портфель підприємства;
- рівень спеціалізації, концентрації, комбінування та кооперації виробництва;
- міжнародну інтегрованість підприємства та ін.

Такий перелік параметрів неможливо вважати вичерпним, оскільки також важливо врахувати наявну організаційну структуру підприємства та обрану стратегію управління інтелектуальним потенціалом. Далі розглянемо можливі варіанти формування організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом й оптимальні умови формування для підвищення її ефективності.

Аналіз наукових джерел і досвіду суб'єктів господарювання у даному питанні дозволяють виділити три основні позиції щодо формування організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом у загальній системі менеджменту підприємством: використання наявної організаційної структури підприємства, її розширення через створення спеціалізованої відповідальної одиниці, впровадження паралельної самостійної структури. Розглянемо недоліки та переваги кожного з підходів, а також практичні передумови їхнього застосування.

Відповідно до першого підходу організаційна структура управління інтелектуальним потенціалом не формується як окремий об'єкт, а обов'язки керуючої підсистеми розподіляються між існуючими підрозділами та регламентуються відповідними функціональними політиками. Наприклад, у цьому випадку виконання функцій управління інтелектуальним потенціалом може бути передано таким структурним одиницям (рис. 1):

- людських ресурсів – департаменту з менеджменту персоналом, HR-відділу або кадровій службі;
- структурних ресурсів – відділу маркетингу з питань бренду, юридичному відділу щодо об'єктів інтелектуальної власності, департаменту організаційного розвитку або HR-відділу з питань організаційної культури, департаменту НДДКР щодо інноваційних процесів тощо;
- ресурсів відносин – відділу продажів щодо відносин з клієнтами, службі закупівель – з постачальниками, податковому відділу та транспортній логістиці – з фінансовими органами державного управління, юридичному відділу – з питань видачі дозволів державними та місцевими органами влади і т.д.

До основних переваг такого варіанту вибору організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом можемо віднести:

- відсутність дублювання функцій управління,



Рис. 1. Можливий розподіл обов'язків з управління інтелектуальним потенціалом в межах наявної організаційної структури підприємства



Рис. 2. Організаційна структура управління інтелектуальним потенціалом у випадку формування спеціалізованого відділу (адаптовано автором за [1])

оскільки діє єдина керуюча підсистема і для інтелектуального потенціалу, і для інших об'єктів управління;

- збереження тієї організаційної структури, яка вже є на підприємстві та забезпечує його ефективну діяльність;
- низькі інвестиції в реорганізацію та підтримку структури управління інтелектуальним потенціалом, оскільки немає необхідності в наборі управлінців, можливе тільки підвищення заробітної плати деяких працівників у зв'язку із збільшенням виконуваних функцій.

Основні недоліки підходу, на нашу думку, полягають у відсутності єдиного центру координації управління інтелектуальним потенціалом, а також в досить обмеженому переліку заходів, виконуваних у межах існуючої структури. Відповідно, ефективною такою структурою може бути для цілей простого відтворення інтелектуального потенціалу або його реструктуризації.

Другий підхід передбачає створення спеціалізованого структурного підрозділу, до компетенції якого входить управління інтелектуальним потенціалом підприємства, а також делегування частини повноважень на інтелектуальні групи, які формуються в межах існуючих структурних одиниць [1].

Керівниками груп призначаються співробітники відділу управління інтелектуальним потенціалом. На спеціалізовану

структурну одиницю покладаються обов'язки формування основної концепції та цілей управління інтелектуальним потенціалом, а також контролю за процесом реалізації стратегії. У той же час безпосереднє виконання поставлених завдань відбуватиметься на рівні функціональних груп (рис. 2).

Переваги підходу, на нашу думку, такі:

- наявність єдиного центру управління інтелектуальним потенціалом, що забезпечить вищу його ефективність;
- можливість швидкого збору даних на функціональному рівні та їхній аналіз на централізованому;
- висока кваліфікація безпосередніх виконавців, доповнена стратегічним баченням керівників груп, що дозволяє досягти поставлених результатів з управління інтелектуальним потенціалом.

Недоліки підходу подібні на ті, що виникають у функціональній організаційній структурі:

- подвійне підпорядкування працівників функціональному керівнику та відповідальному за напрямком управління інтелектуальним потенціалом;
- ризик неузгодження цілей та ресурсів на їхню реалізацію в управлінні інтелектуальним потенціалом й іншими функціональними елементами;
- складність контролю за виконанням завдань;
- низька гнучкість у зв'язку із взаємозалежністю двох структур.



Рис. 3. Організаційна структура управління інтелектуальним потенціалом за підходом відособленого формування (адаптовано автором за [4, с. 252])

Наведена структура може отримати найбільше поширення, оскільки займає проміжне місце як в необхідності залучення інвестицій, так і в питаннях управління інтелектуальним потенціалом, оскільки не всі підприємства мають змогу та необхідність одразу переходити до повномасштабної орієнтації на інтелектуальний потенціал при зменшенні уваги на інші його види.

Нарешті, найбільш масштабним є підхід щодо формування повноцінної відокремленої структури управління інтелектуальним потенціалом з виділення посади на рівні топ-менеджменту [4, с. 92]. Як вказує автор, на сьогоднішній день найефективнішим вважається створення департаментів або дирекцій з управління інтелектуальним потенціалом, на які покладаються, перш за все, питання ідентифікації, моніторингу, оцінки та стимулювання результативності використання та відтворення інтелектуального потенціалу. У такій схемі департаменти включаються в організаційну структуру управління підприємством, а безпосередній менеджмент інтелектуальним потенціалом розосереджується за різними виконавцями та підрозділами на підприємстві (рис. 3).

Хоча, на нашу думку, виключна ефективність такої позиції не може бути обґрунтована. Асиміляція управління інтелектуальним потенціалом в існуючі структури організації також є доцільною й оптимальною для певного етапу розвитку підприємств. По-перше, при формуванні нової структури управління дублюються функції менеджменту, а, отже, і витрати. По-друге, на підприємствах формування такої роздутої структури управління не завжди виправдано. Так, ніде немає окремо виділеної структури управління потенціалом основних фондів чи оборотних фондів – обидва аспекти включені до завдань виробничих підрозділів. Аналогічно – з людськими ресурсами. Немає смислу виділення окремо кадрової служби, окремо – відділу управління інтелектуальним людським потенціалом – оптимальним буде поєднання функцій в один департамент.

Таким чином, основною перевагою даної структури, на нашу думку, буде всебічне управління інтелектуальним потенціалом підприємства, і, відповідно, значна його ефективність. Недоліки полягають у високих витратах на організацію нової структури управління з урахуванням інтелектуального департаменту та в необхідності процесу зміни, що може вплинути на результативність інших підрозділів, а також знизити роль наявної організаційної структури як окремого інтелектуального ресурсу. Відповідно, дана структура може бути сформована тільки в умовах впровадження стратегії розвитку інтелектуального потенціалу, коли у підприємства є достатньо ресурсів для базових змін у структурі, а також готовність до них у зв'язку з переходом на новий якісний рівень функціонування (наприклад, вихід на абсолютно новий ринок, переорієнтація на наукомістку чи інноваційну стратегію й ін.).

При виборі будь-якої з описаних структур логічно також включати управління інтелектуальним потенціалом у показники діяльності підприємства та вносити в перелік цілей співробітників різних функціональних напрямків (наприклад, як ключові індикатори діяльності KPIs за методом Збалансованої Системи Показників BSC). У табл. 1 наведено узагальнену

характеристику кожної з організаційних структур і передумови їхнього застосування на практиці.

Таблиця 1

Підходи до формування організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом

Підхід до формування ОСУ інтелектуальним потенціалом	Особливості формування щонайбільшої ОСУ підприємства	Передумови впровадження
Розподіл функцій управління інтелектуальним потенціалом в межах існуючої ОСУ	Обов'язки працівників доповнюються функціями з управління ІІІ без створення нових структурних одиниць	Підприємство з нестабільним економічним станом без можливості значного інвестування в ІІІ
Створення координуючого відділу з управління інтелектуальним потенціалом	Формується спеціалізований відділ управління ІІІ, який координує безпосереднє виконання завдань співробітниками з інших функціональних підрозділів	Підприємство із стабільним фінансово-економічним станом і збалансованим портфелем ресурсів
Формування паралельної організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом	Створюється нова організаційна структура управління ІІІ, яка інтегрується в наявну ОСУ підприємства	Підприємство, що активно розвивається і переходить на новий якісний рівень діяльності

Висновки з проведеного дослідження. Впровадження ефективного управління інтелектуальним потенціалом потребує організації суб'єкта керування. Дослідження даної проблематики дозволяє виділити три основні підходи щодо формування організаційної структури управління інтелектуальним потенціалом у загальній системі менеджменту підприємством, а також окреслити базові фактори

впливу на вибір оптимального варіанту. Разом з тим питання ефективності впровадження оргструктури управління інтелектуальним потенціалом, поглиблення деталізації визначення ключових передумов для застосування конкретного її типу не є повністю розкритими у науковій літературі та потребують, на нашу думку, подальшого дослідження та теоретично-практичної розробки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бакіна Т.В. Формування структури управління інтелектуальним капіталом в рамках організаційної структури управління підприємством / Т. В. Бакіна // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / ТДАТУ. – Мелітополь : Люкс, 2010. – № 9. – С. 83–87.
2. Брукінг Э. Интеллектуальный капитал: ключ успеха в новом тысячелетии. / Э. Брукінг; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
3. Економіка підприємства: підручник / М.Г. Грецак, В.М. Колот, О.Г. Мендрул, О.І. Олексюк [та ін.]; за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Вид. 4-те, переробл. і доповн. – К. : КНЕУ, 2009. – 816 с.
4. Кендюхов О.В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом: Монографія / НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП. – Донецьк : ДонУЕП, 2008. – 359 с.
5. Скібіцька Л.І. Менеджмент: навч. посіб. / Л.І. Скібіцька, О.М. Скібіцький – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 416 с.
6. Чухно А. Интеллектуальный капитал: сущность, формы и закономерности развития / А. Чухно // Экономика Украины. – 2002. – № 11. – С. 48–55.
7. Andriessen D. Making sense of intellectual capital: designing a method for the valuation of intangibles / D. Andriessen.
8. Bounfur A. The Management of Intangibles. The Organization's most valuable assets / A. Bounfur. – London: Routledge. – 2003. – 337 p.
9. Kaplan R. Measuring the Strategic Readiness of Intangible Assets / R. S. Kaplan, D. P. Norton. – Harvard Business Review, 2004. – Vol. 2. – P. 3–13.
10. Roos G. Managing Intellectual Capital in Practice / G. Roos., S. Pike, L. Fernström. – Elsevier Inc., 2006. – 396 p.

УДК 303:659.181

Бондаренко К.А.

аспірант кафедри маркетингу та реклами
Київського національного торговельно-економічного університету

СУЧАСНІ ТRENДИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА ЯК ПІДґРУНТЯ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ

Стаття присвячена аналізу сучасних підходів до розуміння маркетингового інструменту визначення стратегії рекламної кампанії – дослідженню трендів. Розглянуто сутність і зміст напряму дослідження трендів, запропоновано власне визначення «тренд розвитку суспільства», визначено інструменти дослідження трендів, проаналізовано сучасні тренди розвитку суспільства та їх вплив на розробку рекламної кампанії, надано пропозиції до реалізації трендів в бізнес-середовищі України та рекламними агентствами.

Ключові слова: тренд, тренд розвитку суспільства, тренд-сетер, рекламна кампанія, рекламні агентства.

Бондаренко К.А. СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА КАК ОСНОВА РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Статья посвящена анализу современных подходов к пониманию маркетингового инструмента определения стратегии рекламной кампании – исследованию трендов. Рассмотрены сущность и содержание направления исследования трендов, предложено собственное определение «тренд развития общества», определены инструменты исследования трендов, проанализированы современные тренды развития общества и их влияние на разработку рекламной кампании, даны предложения к реализации трендов в бизнес-среде Украины и рекламными агентствами.

Ключевые слова: тренд, тренд развития общества, тренд-сеттер, рекламная кампания, рекламные агентства.

Bondarenko K.A. CONTEMPORARY TRENDS OF SOCIETY AS A BASIS FOR DEVELOPMENT ADVERTISING CAMPAIGN

This article is devoted the analysis of modern approaches to understanding the marketing tool of the strategy advertising campaign – trendwatching. The essence of the direction and content of research trends, proposed own definition of «trend for social development», the main methods of research trends, analyzes the main trends of modern society and their impact on the development of advertising campaign strategy, given proposals to implement the trends in Ukraine business environment and advertising agencies.

Keywords: trend, trend for social development, trend-setter, advertising campaign, advertising agencies.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день під час розробки рекламної кампанії та прогнозуванні майбутньої діяльності будь-якого суб'єкта господарювання рекламному агентству необхідно правильно визначити стратегію, яка буде гарантом перемоги в конкурентній боротьбі. Лідери на ринку своїм успіхом завдячують відповідності своєї маркетингової діяльності останнім трендам і тенденціям розвитку суспільства. Одним з інноваційних інструментів, який допомагає рекламним агентствам з визначенням власної стратегії та комунікаційної стратегії клієнта, є дослідження трендів розвитку суспільства, що передбачає постійний моніторинг ринкових очікувань, системи суспільних цінностей, стилю майбутнього життя суспільства, прихованих мотивів поведінки споживача.

Рекламні агентства активно використовують дослідження трендів для розробки рекламних кампаній своїх клієнтів. Вивчення трендів стає в нагоді для агентств як конкурентна перевага, що здатна підвищити лояльність клієнтів, посилити їх конкурентоздатність. Результати дослідження є актуальними та корисними для визначення креативної та стратегічної складової рекламних кампаній, а також створення нових продуктів або послуг. Дослідження трендів дозволяють спрогнозувати, якими будуть споживачі, їхні уподобання і стиль життя завтра.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження трендів у своїх працях розглядали такі вітчизняні та зарубіжні науковці і фахівці-практики: Е. Роджерс [2; 8; 9], Ф. Басс [3], Ю. Смірнов [14], Дж. Гатч [4], Дж. Нейсбіт [12], Г. Тард [1; 11], Е. Голубков [13]. Українські тренди щороку відстежують дослідні компанії «InMind», «IRS Group» та рекламне агентство «Think! McCann Erickson».

Поняття «тренд» з'явилося в 1903 р. завдяки французькому вченому-соціологу Габрієлю Тарду в книзі «Закони наслідування» [11]. При проведенні

спостереження за суспільством науковець звернув увагу на категорію населення, що створює інновації, але не користується популярністю в суспільстві, оскільки набагато випереджає його розвиток. Г. Тард поняття «тренд» розглядав як процес адаптації до мінливих умов навколишнього середовища. Все нове, що виникало в суспільстві (ідеї або матеріальні цінності), науковець вважав результатом творчої діяльності небагатьох обдарованих особистостей. Мова, релігія, ремесло, держава – все це, на думку Г. Тарда, продукти творчості індивідів-новаторів. Виникнувши, нове явище приводило в дію процес наслідування. Науковець порівнював цей процес з колами на воді, що виникають після падіння краплі: наслідування будь-чого нового поступово охоплювало все більше людей, втрачаючи при цьому первинну силу. Становлення всіх основних соціальних інститутів сталося, за Г. Тардом, саме тому, що звичайні люди не здатні винайти щось нове, наслідували творців-новаторів і використовували їх винаходи [1].

Згодом тема дослідження трендів зацікавила багатьох науковців. Одна з найбільш впливових систем досліджень у цій сфері належить науковцям Еверету Роджерсу і Френку Бассу. Цих американських вчених вважають засновниками напряму дослідження трендів.

З розвитком історії дослідження трендів формувалось як спостереження за групами споживачів, які швидше за інших сприймають нововведення.

Еверет Роджерс у своїй книзі «Розповсюдження інновацій» (англ. «Diffusion of innovation») [2] пояснює процес, за допомогою якого нововведення передається комунікаційними каналами між членами соціальної системи в часі. Нововведеннями можуть бути ідеї, предмети, технології і інше, все що є новим для суспільства. Дифузія – комунікаційний процес, протягом якого нова ідея чи новий продукт приймається ринком. Е. Роджерс у своїй роботі також досліджував «рівні прийняття» різних інновацій.

Науковець створив дифузну модель, що передбачає розподіл споживачів на групи: новатори – 2,5% населення, ранні послідовники – 13,5%, рання більшість – 34%, пізня більшість – 34%, ті, що відстають – 16%. Роджерс описав дифузю інновації в суспільстві як процес міжособистісних комунікацій, тим самим показавши, що немає сенсу спрямовувати рекламну діяльність на все суспільство загалом. Повністю відкриті та готові до інновацій лише 2,5% споживачів. Науковець дає визначення поняття «тренд-сетер» як особи, що запроваджує матеріальне чи нематеріальне нововведення [2]. Отже, тренд-сетерами є не особи-новатори, а категорія «ранніх наслідувачів», які вже сприймають новинки як товар, радять його іншим.

З 1995 р. американський практик Джеремі Гатч створив проект «Trendhunter.com», що присвячений новим трендам розвитку суспільства. Це спільнота, в якій 10 тисяч скаутів-добровольців шукають та публікують тренди, що гарантує увагу потрібної аудиторії [4].

Не зважаючи на велику кількість публікацій та матеріалів, присвячених теорії та практиці аналізу трендів, невирішеним залишається питання адаптації трендів до застосування в українському бізнес-середовищі.

Постановка завдання. Отож, метою статті є аналіз сучасних трендів розвитку суспільства та їх вплив на розробку рекламної кампанії. Виходячи з мети статті, поставлено такі завдання: розкрити сутність і зміст досліджень трендів, визначити методи їх дослідження, проаналізувати сучасні тренди розвитку суспільства та їх вплив на розробку рекламної кампанії, надати пропозиції до реалізації трендів в бізнес-середовищі України, а саме рекламними агентствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «тренд» використовується у багатьох науках і має принципово різне значення.

Наші спостереження показали, що в економіці під трендом розуміють напрям руху показників в рамках технічного аналізу індексів і цін. У модній індустрії тренд розглядають як актуальну, короткострокову тенденцію, що повторюється. У промисловості тренд визначають як журнал подій, що містить значення, за якими будується графік, і відслідковується динаміка технологічного процесу. У загальному значенні тренд розуміють як новий культурний або суспільний напрям, значуще явище, що здатне увійти в життя суспільства і вплинути на стиль життя, спілкування і способи соціальної взаємодії, науково-технологічний прогрес, політичне та економічне життя і на розвиток цивілізації (якщо тренд дуже значимий).

Поняття «тренд розвитку суспільства» нами пропонується трактувати як напрям, тенденцію розвитку суспільства (в розвагах, відпочинку, освіті, харчуванні, медицині і здоров'ї, архітектурі і дизайні, музиці, сфері обслуговування, фінансів, IT-технологій та інших сферах життя), що визначається дослідними компаніями шляхом моніторингу преси, інтернет-блогів, інтерв'ю з тренд-сетерами (англ. trendsetter – новатор) та експертами, вивчення соціологічних публікацій, тестування отриманих результатів на фокус-групах для знаходження прихованих мотивів поведінки цільової аудиторії, виявлення непрявлених потреб, прогнозування новітніх або модних тенденцій в майбутньому.

Дуже важливим у процесі аналізу трендів є вміння дослідників класифікувати та структурувати

ти отриману інформацію в єдину та доступну для сприйняття систему.

Процес пошуку тенденцій (англ. trendwatching) в Україні здійснює підрозділ комунікаційної групи «АДВ Україна» – «Trendwatching Ukraine» разом з дослідною компанією «InMind». Предметом дослідження, що здійснює «Trendwatching Ukraine», є культурно-соціальні трансформації, що виникають у суспільстві і здатні у найближчому майбутньому вплинути на систему цінностей, стиль життя і поведінку споживачів.

Інструментом дослідження є глибинні інтерв'ю з тренд-сетерами (англ. trendsetter) та експертами, а також онлайн-опитування серед молодих людей від 15 до 35 років, регулярних інтернет-користувачів, які живуть у великих містах, швидко адаптуються, враховуючи вік, та занурені в нові тенденції [5]. Тренд-сетери – це люди, які працюють в різних сферах, представники різних соціально-культурних груп і субкультур, мають широке коло спілкування, володіють широким кругозором. Експерти – це фахівці з великим досвідом і авторитетом в досліджуваній сфері. Виділяють 8 сфер, що охоплюють життєдіяльність людини, з яких відбирають експертів: освіта, медицина та здоров'я, відпочинок і розваги, IT-технології, фінанси і сфера обслуговування, харчування, архітектура і дизайн [5].

В 2013 р. «Trendwatching Ukraine» в проекті «Fresh Insights» виявив в Україні такі актуальні тренди розвитку суспільства: «прискорення темпу життя», «покоління візуалів», «нові формати послуг», «соціальна відповідальність», «фінансова грамотність», «креативність та інтелектуальні спільноти», «віртуальний імідж», «нове дозвілля», «ком'юнітізація», «здоровий спосіб життя» [7]. Розглянемо зміст кожного з вказаних трендів та запропонуємо способи адаптації цих трендів рекламними агентствами.

1. Тренд «прискорення темпу життя». Мультизадачність та збільшення інформаційного потоку змушують сучасного українця застосовувати нові формати донесення інформації. Споживачі постійно перевіряють мобільні телефони, соціальні мережі, щоб не пропустити новинку, а це породжує нові формати взаємодії зі споживачем. Для прикладу, соціальні мережі «Facebook» та «Вконтакте» дозволяють рекламному агентству створити брендovanу сторінку його клієнта, що в точності повторює промо-сайт, проводити промо-акції всередині групи, тобто користувач прямо на сторінці групи має можливість заповнити анкету, роздрукувати купон на знижку, і вся його активність буде відображена на його особистій сторінці, всі його друзі будуть сповіщені про те, що проходить акція.

Враховуючи швидкий темп життя людей, деякі бренди роблять акцент на тимчасових проектах, які доступні цільовій аудиторії обмежений час. Яскравий приклад – так звані «pop-up магазини» з концепцією встигнути купити товар до певного часу.

Отже, рекламним агентствам варто проводити акції в соціальних мережах, застосовуючи стратегію «швидкого-продажу», яка передбачає надання пропозиції, обмеженої в часі для формування імпульсивних покупок. Також «швидкий-продаж» можна здійснювати і через Twitter.

2. Тренд «креативність та інтелектуальні спільноти». Креативне покоління українців стає катализатором появи і розвитку центрів консолідації творчої молоді та зародження ідей. Креативні центри формують новий міський простір. Одним з напрямів

реалізації зазначеного тренду є трансформація індустриальних будівель і прилеглих промислових територій в центри сучасного мистецтва, концертні майданчики, майстерні, лекторії. Наприклад, створення «Creative Village» в приміщенні заводу «Ізоляція» в м. Донецьку та подібний проект у м. Києві – «Арт-причал».

Сучасний українець шукає нові шляхи особистісного та професійного розвитку, тому стають популярними інтернет-портали – «Платформа», а також освітні програми «Культурний проект» та «TEDxKyiv».

Враховуючи існуючий тренд, рекламним агентствам необхідно частіше залучати споживача до створення реклами, саме тут він може проявити свою креативність. Для прикладу, в 2014 році компанія «Cinemotion group» за підтримки рекламного агентства «SPN Ogilvy» проводила конкурс «Історія на мільйон». Для участі необхідно було надіслати шість літературних сценаріїв для рекламних роликів банку «Траст» з Брюсом Вільлісом у головній ролі.

У процесі побудови стратегії для позиціонування брендів рекламним агентствам слід змінити підхід до сегментації споживачів, не лише за рівнем доходів, освіти або іншим стандартним характеристикам, а й виокремити такі цільові групи, як фрілансери (англ. *freelancer* – особа, що працює не за трудовою угодою) та окремі нові субкультури, такі як «хіпстери» (англ. *hipster* – заможна міська молодь, яка цікавиться елітарною зарубіжною культурою, мистецтвом та модою). Зараз задоволення потреб сучасних українців вимагає локального специфічного підходу.

3. Тренд «віртуальний імідж». Сучасний активний українець приділяє підвищену увагу своєму віртуальному образу, який є невід'ємною частиною реального. Завдяки соціальним мережам і блогам інтернет дозволяє кожному стати лідером думок за короткий проміжок часу. Тренд-сетери активно беруть це на озброєння і займаються онлайн-журналістикою. Лідери думок створюють ширококомовні повідомлення, коментують статті та блоги. У інтернет-спільнотах формується думка про продукти, послуги, обговорюється купівельний досвід – і все це впливає на рішення про придбання товару. Наприклад, в 2013 р. косметична фірма «Avon» організувала програму «Весняне оновлення» для блогерів, що включала в себе відвідування дерматолога, дієтолога та тренажерного залу. Враження учасники програми досить детально описували в своїх блогах.

Отже, враховуючи тренд «віртуальний імідж», рекламним агентствам слід залучати віртуальних агентів, які керуючись заздалегідь обумовленими сценаріями будуть ініціювати дискусії та відгуки про компанію-клієнта.

4. Тренд «покоління візуалів». Сучасний українець став менше читати. Ми бачимо перехід від «Livejournal» (сервіс для ведення блогів) до «Twitter» (сервіс для обміну короткими замітками до 140 символів), і від «Twitter» до «Instagram» (сервіс для обміну лише фотографіями та відеозаписами). Візуальною інформацією можна передати весь спектр людських емоцій, вона більш зрозуміла, оскільки зникають мовні бар'єри. Крім того, сучасний українець став більш лояльним до «вуличного мистецтва» (англ. *street art*) і хоче бачити вулиці міста яскравішими.

Отже, враховуючи тренд «покоління візуалів», рекламним агентствам варто звернути увагу на сервіс «Instagram», який можна використовувати для проведення конкурсів, для створення бази зображень, для демонстрації реклами та для висвітлення подій.

Одним з рішень може стати фотоконкурс для співробітників компанії-рекламодавця в «Instagram», обмін фотографіями і відеозаписами дозволить сформулювати унікальну базу свіжих, «живих» зображень, які компанія зможе використовувати в соціальних мережах. Також «Instagram» пропонуємо використовувати як платформу для показу реклами. Для прикладу, бренд «Burberry» часто викладає фотографії зі своїх модних показів та рекламні матеріали, звичайно з використанням вбудованих в «Instagram» ефектів. Важливо, що подібна реклама не сприймається споживачем як реклама, а як звичні зображення.

Сервіс «Instagram» також слід використовувати для «живого» висвітлення подій, як було у випадку з музичною премією «Grammy» і кінофестивалем «Sundance».

І, звичайно, рекламним агентствам необхідно влаштовувати конкурси для брендів. Наприклад, виробник окулярів «Warby Parker» влаштував інста-прогулянку (англ. *instawalk*) вулицями і фотографував перехожих в окулярах від «Warby Parker» і фотографії відправлялися відразу ж в «Instagram».

Крім того, реагуючи на тренд «покоління візуалів», торговим маркам слід створювати яскраві, барвисті вітрини, креативні зовнішні конструкції, що вписуються в навколишнє середовище.

5. Тренд «нові формати послуг». Цей тренд проявляється в тому, що з'являється значно більше різних видів доставки, форматів роздрібною торгівлі та ресторанного обслуговування. Якщо раніше в Україні замовляти можна було тільки суши і піцу, то зараз і свіжі фрукти, молоко з ферми, страви різних кухонь світу. Відкрилась служба доставки «Guru Vkusoff», де споживач на сайті <http://www.produktoff.com> обирає необхідні продукти для рецепта. Змінюється формат обслуговування «24 години на добу»: з'являються заклади-трансформери: вранці – ресторан, вночі – це нічний клуб. Стають популярнішими пересувні магазини. Дуже цікавий проект діє в Харкові: пересувний книжковий магазин-автобус їздить харківськими околицями, де у людей немає доступу до гарної літератури.

6. Тренд «нове дозвілля». Стандартні концепції місць проведення дозвілля вже не задовольняють сучасного українця. З'являються і швидко стають популярними заклади, які є альтернативою барам, кінотеатрам, кафе, ресторанам і клубам. У м. Києві існують студії інтерактивних розваг, наприклад «Rockfellow», де можна орендувати зал для перегляду кіно або спортивних подій, романтичного побачення або вечірки.

Інший приклад – це «Квартира № 20» – закритий клуб нового формату, обладнаний безліччю інтерактивних розваг. Придбати абонемент на його відвідування можна лише після того, як споживач вступить в закриті співтовариство на «Facebook». В закладах «Циферблат», «Часопис» та «Бібліотек» відвідувач оплачує лише час перебування, а кава, чай та неки надаються безкоштовно.

Враховуючи тренд «нове дозвілля», рекламним агентствам варто звернути увагу на тенденцію споживача до отримання додаткових послуг, додаткового досвіду, емоцій, вражень, знань. Наприклад, для розробки стратегії рекламної кампанії для бренду продукту харчування доречно зробити акцент не на статусі та високій ціні, а на додатковій цінності товару.

7. Тренд «ком'юнітізація» (англ. *commune* – об'єднання в спільноті). Інтернет дозволяє активним українцям швидко і зручно знаходити однодумців, людей з однаковими хобі та інтересами. Вузько-

спрямовані (нішеві – англ. niche) групи, сайти, розважальні портали – це онлайн-прояви об'єднання в спільноти. У житті поза інтернетом ком'юнітізація втілюється в живі зустрічі, збори людей за інтересами. Для прикладу, співтовариство «Street Workout Ukraine» пропагує здоров'я і красу без шкідливих звичок. Учасники організують зустрічі, змагання, показові виступи, майстер-класи з метою пропагування здорового способу життя.

Проявом цього тренду є об'єднання у спільноти споживачів, що може бути використано рекламними агентствами для створення ними символіки бренду. Для прикладу, бренд «Harley-Davidson» запропонував учасникам байкерської спільноти «Harley Owners Club» обрати вектор розвитку логотипу. Більше 100 000 членів клубу по всьому світу проголосували онлайн і обрали кращий логотип із запропонованих варіантів дизайну.

Також, реагуючи на цей тренд рекламним агентствам, слід створювати для своїх клієнтів ексклюзивні вузькоспрямовані співтовариства, вступ в які є платним. Соціально активним споживачам подобаються іміджеві аспекти покупок, які демонструють статус і ексклюзивність, в той час як компанії зможуть пропонувати приватне зниження ціни для невеликої групи.

8. Тренд «соціальна відповідальність». Соціальні мережі сприяють розвитку таких форм громадського контролю: сучасні українці створюють онлайн-спільноти, які об'єднують однодумців для вирішення конкретних проблем: нелегальні забудови, правопорушення працівників міліції і інше.

Реагуючи на цей тренд, в Україні діють такі соціальні проекти, як «Голос народу», «Напиши депутату» та «Таблеточки».

Сайт громадських ініціатив «Голос народу» дозволяє українцям вказувати органам влади на гострі проблеми в своєму селі чи місті, в області або в країні. Після того, як ініціатива набере достатню кількість голосів, редакція сайту передає її до органів влади, що відповідальні за вирішення даного питання.

Сайт «Напиши депутату» допомагає українцям створювати письмові звернення до своїх політичних обранців у правильному форматі. Користувач може обрати тип звернення: прохання про допомогу, повідомлення про порушення закону або публічне звернення.

Інший приклад – міжнародний благодійний фонд «Таблеточки», що допомагає важкохворим дітям, які перебувають на лікуванні в Київському дитячому центрі онкогематології «Охматдит». Партнерами фонду є креативне діджитал агентство «VGNC» (бере участь у креативній розробці та знімає ролики для акцій «Таблеточек») та діджитал агентство «Grape Ukraine» (розробка сайту фонду).

Крім того, тренд «соціальна відповідальність» виражається в тому, що сучасний українець може без перешкоди реалізувати різного роду ідеї та проекти. Завдяки краудсорсингу (англ. crowdsourcing) і краудфандінгу (англ. crowd funding) можна швидко знайти однодумців, які можуть допомогти з фінансами та ідеями. Наші спостереження показали, що профінансувати книгу стало простіше: необхідно озвучити свої ідеї на сайті і кожен зможе з ними ознайомитись і допомогти з фінансуванням. В Україні вже є такого роду проекти – онлайн-платформи: «ВДеле» і «Спільнокошт».

Рекламним агентствам слід звернути увагу, що сучасні українці безкоштовно розповсюджують результати своєї діяльності, використовуючи свій час на взаємодію та допомогу іншим. Використання

стратегії участі в житті споживачів – в радісних і навпаки сумних моментах, а також в розумінні того, що дійсно їх хвилює, має стати одним з важливих інструментів у відносинах з клієнтами. Тому рекламним агентствам варто застосовувати принципи соціально-етичного маркетингу в своїй діяльності, у формі участі у соціальних проектах держави, благодійних фондів, громадських організацій, переконувати своїх клієнтів у доцільності застосування соціальних мотивів у їх комерційній рекламі.

9. Тренд «фінансова грамотність». Прогресивні українці поступово приходять до усвідомлення важливості фінансової грамотності. В українських ЗМІ часто виходять освітні матеріали на тему управління фінансами, планування сімейного бюджету. Активно розвивається напрямок освіти, присвячений навчанню споживачів основним правилам фінансової грамотності. Для прикладу, «ПриватБанк» та «Visa» запустили освітню гру «Фінансовий футбол», яка є частиною глобальної програми «Visa» з підвищення фінансової грамотності населення.

Тренд «фінансова грамотність» стане в нагоді рекламному агентству при розробці рекламної кампанії банківських послуг, страхування та лізингу.

10. Тренд «здоровий спосіб життя». Українці переходять на натуральні продукти харчування – овочі, фрукти, м'ясо, молоко і інше, вироблені без застосування генної інженерії, добрив, пестицидів і консервантів. І вже є локальні бренди, що позиціонують себе як виробники органічної продукції та запускаються проекти щодо органічного, здорового харчування – заклади та фестивалі сиродіння, вегетаріанські кафе і ресторани. Особливий інтерес викликав фестиваль здорової їжі «Best Food Fest» (м. Київ). Реагуючи на зростаючий попит на український ринок, виходять нові заклади ресторанного господарства, такі як «Salateira» і «Esperanto», які позиціонують себе як місця здорового харчування. Бренд печива «Belvita» задовольняє попит на смачні, але здорові продукти харчування. Також пропозиції пройти діагностику хвороб, обстеження організму користуються підвищеним попитом на сайтах групових знижок «Групон» та «Покупон».

Отже, враховуючи тренд «здоровий спосіб життя», рекламному агентству при розробці активностей, наприклад, для бренду продукту харчування варто звернути увагу, що споживач хоче бачити натуральний продукт без будь-яких добавок, що обов'язково має бути підкреслено природним дизайном упаковки. Бренд також впливає на вибір смаку продукту. Смак повинен бути не тільки природним, справжнім, інтенсивним, а і бути породженим самою природою, щоб породити в споживача бажання відчутти смак самої природи. Так і реклама має створювати у споживача враження, що продукт є натуральним, без консервантів і домішок, справжнім.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, сьогодні достатньо складно задовольняти потреби споживачів. Щоб бути успішними, рекламні агентства мають випереджати своїх конкурентів у пошуку і формуванні уподобань споживачів. Актуальним стає не лише використання маркетингових досліджень, а і передбачення, і аналіз майбутніх тенденцій та трендів. Тренди стають платформою для формування стратегії довгострокового розвитку бренду, прийняття рішень щодо виведення на ринок нового продукту, перевірки актуальності цінностей, закладених в основу бренду. Також допомагають визначити типологію споживачів та знаходити креативні ідеї для комунікації.

Виявлено такі тренди розвитку суспільства, що будуть корисними для рекламних агентств: домінування соціальних медіа; спрямування аудиторії до творчості та самовираження; створення власних медіа каналів розповсюдження інформації; поява нових форматів послуг; поява нової сегментації споживачів за інтересами, життєвими принципами та споживчими характеристиками аудиторії, на зміну традиційній; об'єднання в спільноти за інтересами, що допомагає у досягненні визначеної мети; соціальна відповідальність та бажання самим впливати на своє життя; поширення здорового способу життя.

Потенційні тренди, що будуть обрані рекламними агентствами для роботи, повинні відповідати таким вимогам: відповідати баченню компанії, надихати на розвиток нової бізнес-концепції і нового бренду, доповнювати споживчий сегмент новими продуктами, послугами або досвідом, говорити мовою споживача – покупці тісно пов'язують своє життя з інновацією та асоціюють себе з нею [6].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. David Toews The New Tarde: Sociology after the End of the Social / Theory Culture & Society. – 2003. – Vol. 20 No. 5. – P. 81–98.
2. Everett M. Rogers Diffusion of innovations / Everett M. Rogers – Technology & Engineering, 1962. – 367 p.
3. Bass Frank A new product growth model for consumer durables // Management Science. – 1969. – 15 (5). – P. 215–227.
4. Trendhunter.com [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] / Trendhunter // Режим доступу : www.trendhunter.com. – Загол. з екрану.
5. Trendwatching Ukraine [Електронний ресурс]: [офіційний сайт] / Trendwatching Ukraine. – Режим доступу : http://www.trendwatching-ukraine.com.ua/p/ru/tw/faq/ – Назва з екрану.
6. 7 вопросов о трендах // Стратегии. – 2008. – № 12. – С. 6–7
7. Forbes [Електронний ресурс]: [офіційний сайт] / Forbes Ukraine. – Режим доступу : forbes.ua/selfeducation/reports/1346907-10-trendov-kotorym-sleduet-progressivnyj-potrebitel-v-2013-godu – Назва з екрану.
8. Wejnert Barbara Integrating Models of Diffusion of Innovations: A Conceptual Framework // Annual Review of Sociology (Annual Reviews). – 2002. – 28. – P. 297–306.
9. Valente T.W. Social network thresholds in the diffusion of innovations // Social Networks. – 1996. – Vol. 18, № 1. – P. 69–89.
10. Bell W.E. Consumer Innovators: A Unique Market for Newness // Toward Scientific Marketing, ed. Stephen A. Greyser, Chicago: American Marketing Association. – P. 90–93.
11. Тард Г. Законы подражания / Г. Тард. / Пер. с фр. Ф. Павленков. – Санкт-Петербург : Академический проект, 2011. – 304 с.
12. Нейсбит Дж. Мегатренды / Дж. Нейсбит. – М. : Издательство АСТ: Ермак, 2003. – 380 с.
13. Голубков Е.П. Еще раз о понятии «Бренд» / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 4–15
14. Смірнов Ю. Мемо-flash // Trend-review [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] / Trend-review // Режим доступу : trend-review.livejournal.com/ – Загол. з екрану.

УДК 65.014.12:65.011.8

Букресва Д.С.

*аспірант кафедри економічного аналізу та фінансів
Національного аграрного університету*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОЕТАПНОГО ПРОЦЕСУ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕХАНІЗМУ КОНТРОЛІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розглянуто особливості формування та функціонування механізму контролінгу як інструменту управління промисловим підприємством. На підставі проведеного дослідження розроблено поетапний процес формування механізму контролінгу. Запропоновано основні етапи, за якими відбувається впровадження, функціонування та моніторинг контролінгу як основного інструменту ефективного управління підприємством.

Ключові слова: механізм контролінгу, поетапний процес формування контролінгу, етапи функціонування механізму, організаційна структура, інструментарій контролінгу.

Букресва Д.С. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ПОЭТАПНОГО ПРОЦЕССА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА КОНТРОЛЛИНГА КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье рассмотрены особенности формирования и функционирования механизма контроллинга как инструмента управления промышленным предприятием. На основании проведенного исследования разработан поэтапный процесс формирования механизма контроллинга. Предложены основные этапы, на которых осуществляется внедрение, функционирование и мониторинг контроллинга, как основного инструмента эффективного управления предприятием.

Ключевые слова: механизм контроллинга, поэтапный процесс формирования контроллинга, этапы функционирования механизма, организационная структура, инструментальный контроллинга.

Bukreieva D.S. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF A STAGES PROCESS OF THE CONTROLLING MECHANISM AS AN INSTRUMENT FOR MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

The article deal with features of formation and functioning of the controlling mechanism as an instrument for management of industrial enterprise. Formation of a stages process of the controlling mechanism was hold basing on this research. The main stages that realize introduction, functioning and monitoring of controlling, as a basic instrument for effective management of the enterprise were proposed in this article.

Keywords: controlling mechanism, stages process of controlling formation, stages of the mechanism functioning, organizational structure, controlling instruments.

Постановка проблеми. Аналіз сучасних наукових досліджень, а також практичного досвіду організації системи управління на вітчизняних та зарубіжних промислових підприємствах дозволяє зробити висновок, що підвищується інтерес до впровадження механізму контролінгу як ефективного інструменту управління промисловим підприємством. Однак слід відмітити, що ефективне функціонування механізму контролінгу в системі управління передбачає його поетапне впровадження в практичну діяльність підприємства. Саме тому вирішення проблем етапності впровадження контролінгу сприяє підвищенню якості та ефективності діяльності підприємства, досягненню ним стратегічних цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми впровадження контролінгу в систему управління підприємством, особливості його формування та функціонування досліджувались в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема О.М. Деменіної [1], О.В. Козуб [2], М.М. Аксентюк [3], В.В. Верещагіна [4], А.М. Кармінського [6], С.Г. Фалько [6], Н.И. Оленева [6], А.Г. Приймака [6] та інших. Однак, незважаючи на різноманітність питань, присвячених контролінгу, недостатньо уваги приділено саме питанню логіки формування даного механізму. Тому необхідність проведення подальших теоретичних досліджень з питань формування поетапного процесу впровадження та функціонування механізму контролінгу в управління промисловим підприємством є актуальним.

Постановка завдання. Метою статті є удосконалення теоретико-методичних підходів до формування поетапного процесу впровадження, функціонування та моніторингу механізму контролінгу як інструменту управління промисловим підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Механізм контролінгу охоплює весь процес управління на підприємстві: від формування стратегії (стратегічне планування) та розробки планів (оперативне планування) до аналізу фактичного досягнення визначених цілей.

На наш погляд, можна виділити декілька причин, які є основою впровадження механізму контролінгу як основного інструменту управління промисловим підприємством:

- погіршення економічних показників функціонування в порівнянні з подібними підприємствами галузі (підприємствами-конкурентами);
- поява нових або зміна старих цілей в результаті зміни умов функціонування підприємства (впливу зовнішніх та внутрішніх ризиків);
- відсутність узгодженості стратегічних, поточних та оперативних цілей;
- застарілі методи планування, аналізу та контролю, які не відповідають рівню менеджменту підприємства.

Організаційно-методичні основи впровадження механізму контролінгу на підприємстві включають в себе питання організації служби контролінгу, визначення її місця в організаційній структурі підприємства, аналіз інформаційних потоків та можливих варіантів впровадження контролінгу на підприємстві [6].

У результаті проведеного дослідження нами було виявлено, що в процесі проектування організаційної структури контролінгу, перш за все, слід виходити з того, що його організаційна структура повинна відповідати структурі управління та організаційній структурі підприємства в цілому. У зв'язку з цим необхідно враховувати індивідуальні особливості і характеристики підприємства, а також умови, за яких

організується процес контролінгу, адже організаційна структура значною мірою залежить від форми організації галузі, підприємства та обсягів його діяльності.

Запропонований нами підхід до організації контролінгової діяльності на промисловому підприємстві заснований на наступних положеннях:

- організаційна структура механізму контролінгу повинна відповідати організаційній структурі підприємства;
- будь-яка діяльність в системі управління, в тому числі і діяльність в рамках функціонування механізму контролінгу, перш за все, пов'язана з етапністю її здійснення.

У зв'язку з цим, при побудові поетапного процесу впровадження контролінгу, необхідно враховувати, що всі його етапи повинні бути структурно забезпечені, тобто визначати функціональні обов'язки учасників механізму контролінгу та встановлювати раціональні зв'язки між ними, забезпечувати безперервність функціонування механізму.

Як нами було встановлено в попередніх роботах [7], контролінг – це механізм забезпечення ефективного функціонування підприємства, основою якого є наявність трьох нерозривних функцій: аналізу, планування та контролю, які виконуються у взаємозв'язку та взаємній обумовленості, здійснюються на принципах комплексності, економічності, інноваційності, безперервності та оптимальності. В свою чергу, механізм – це система причинно-наслідкових та зворотних зв'язків з організації та управління на всіх рівнях господарювання [8].

Тому при обґрунтуванні принципів організаційного проектування механізму контролінгу, перш за все, слід виходити із загальних принципів організації систем [9]:

- принципу сумісності, як умови виникнення, збереження і розвитку системи;
- принципу актуалізації функцій, що припускає необхідність різноманітності властивостей і їх функціоналізацію для збереження системи в складних умовах існування;
- принципу зосередження функцій, що відображає необхідність узгодженості й зосередженості функцій на досягненні основної мети системи;
- принципу нейтралізації дисфункцій, що виражає потребу в підтримці відносно динамічної стійкості складу й основних параметрів системи;
- принципу лабілізації, що характеризує можливість збільшувати кількість функцій без істотної зміни структури.

Крім того, на основі аналізу наявних точок зору, як у зарубіжній, так і у вітчизняній літературі, нам представляється необхідним враховувати наступні групи принципів в процесі проектування організаційної структури контролінгу на промислових підприємствах [9; 10; 11]:

- принципи, що характеризують форму господарювання, на основі яких виділяються найбільш важливі економічні об'єкти, які формують результати діяльності підприємства (принципи необхідної різноманітності організаційної структури; адекватності форми контролінгової діяльності різноманіттю умов функціонування підприємства; замкнутості загального контуру системи контролінгу; раціонального поєднання централізації і децентралізації в механізмі контролінгу; економічності організаційної структури контролінгу);
- структурно-функціональні принципи, що визначають максимально можливу узгодженість функ-

цій контролінгу (принципи органічної цілісності механізму контролінгу, системи управління та організаційної системи в цілому; відповідності цілей контролінгу та виділених для їх досягнення ресурсів; відповідності функцій цільової орієнтації механізму контролінгу; структурної гнучкості);

– принципи розвитку організаційних структур контролінгу, які визначають спрямованість його розвитку на основі відповідних законів організації, управління та економіки (принципи неминучості організаційних змін; спрямованості організаційних перетворень; комплексності організаційних нововведень; участі персоналу в процесі організаційних перетворень).

Чітке формулювання принципів формування організаційної структури контролінгу забезпечує необхідну методологічну базу для проектування меха-

нізму контролінгу і визначає логічну спрямованість цього процесу.

На основі дослідження різних наукових поглядів щодо алгоритмів, етапів та змісту впровадження контролінгу в управління підприємством [1; 2; 3; 4; 12] нами були удосконалені теоретико-методичні підходи до формування поетапного процесу впровадження, функціонування та моніторингу контролінгу на промисловому підприємстві з урахуванням особливостей його функціонування.

На нашу думку, поетапний процес розробки та впровадження механізму контролінгу є складним та комплексним, тому доцільно запропонувати наступні етапи його формування: підготовчий етап впровадження механізму контролінгу; етап забезпечення безперервності функціонування механізму; етап формування організаційної структури механізму; інформаційний етап механізму контролінгу; етап формування інструментарію контролінгу; аналітичний етап; дослідницький етап; заключний етап.

Зупинимось детальніше на характеристичі наведених етапів впровадження та функціонування контролінгу.

На підготовчому етапі приймається рішення про впровадження механізму контролінгу в управління підприємством, причиною якого є поява перших індикаторів (сигналів) внутрішніх та зовнішніх ризиків діяльності підприємства; визначаються стратегічні цілі функціонування підприємства; відбувається розробка та обґрунтування цілей механізму контролінгу та, на цій основі, координація стратегічних цілей підприємства з цілями контролінгу.

На стадії виконання підготовчого етапу необхідно визначитись з місцем контролінгу в організаційній структурі підприємства, адже схема впровадження контролінгу розрізняється в залежності від розміру та специфіки діяльності підприємства: на малих підприємствах система контролінгу взагалі відсутня; на середніх зазвичай функції контролінгу розподілені серед існуючих структурних підрозділів підприємства; на великих підприємствах механізм контролінгу функціонує як окремий структурний підрозділ [10].

Етап забезпечення безперервності функціонування механізму передбачає технічне (закупівля або розроблення відповідного програмного забезпечення), інформаційне (надання звітної інформації всіма підрозділами, задіяними в механізмі контролінгу, у встановлений період та з певною частотою) та документарне (розроблення бланків звітностей, карток обліку виконання показників) забезпечення цього процесу.

Етап формування організаційної структури механізму контролінгу розрізняється в залежності від розміру та специфіки діяльності підприємства: на малих підприємствах система контролінгу взагалі відсутня; на середніх зазвичай функції контролінгу розподілені серед існуючих структурних підрозділів підприємства; на великих підприємствах механізм контролінгу функціонує як окремий структурний підрозділ [10].



Рис. 1. Поетапний процес формування механізму контролінгу на промисловому підприємстві

Під час побудови організаційної структури механізму контролінгу необхідно виходити з того, що організаційна структура контролінгу є невід'ємною складовою організаційної структури підприємства в цілому. На цьому етапі визначають функціональні обов'язки учасників механізму контролінгу та відбувається встановлення взаємозв'язків (підпорядкування) між ними.

Наступним етапом в побудові механізму контролінгу на промисловому підприємстві нами визначено етап побудови його інформаційного забезпечення, який передбачає формування бази даних підрозділів підприємства, які задіяні в функціонуванні механізму контролінгу, систематизацію цих даних для здійснення аналізу та проведення щоденного моніторингу нормативно-правової бази.

Одним з найбільш важливих етапів в процесі побудови та функціонування механізму контролінгу є формування інструментарію контролінгу, за допомогою якого відбувається планування, аналіз та контроль ефективності функціонування механізму та, як наслідок, досягнення стратегічних цілей підприємства в цілому. На цьому етапі вважаємо за необхідне проведення таких заходів: визначення показників, які контролюються в процесі функціонування механізму контролінгу; складання бюджету підприємства; розроблення комплексної системи показників ефективності контролінгу (КСПЕК). Всі ці заходи спрямовані на ефективне планування (за допомогою бюджетування) та контроль (за допомогою КСПЕК) процесу функціонування механізму контролінгу, як інструменту системи управління промисловим підприємством.

На наступному (аналітичному) етапі відбувається аналіз виконання планових показників, які виявляються в принциповій моделі планування параметрів функціонування промислового підприємства та їх актуалізації. Аналіз показників відбувається щоденно кожним підрозділом, задіяним в функціонуванні механізму контролінгу, окремо. Відповідальна особа в кожному підрозділі здійснює розрахунок абсолютного та відносного відхилення фактичного рівня показників від запланованого.

На стадії дослідницького етапу на основі даних, які були отримані на аналітичному етапі, відбувається актуалізація параметрів функціонування підприємства, для досягнення ним стратегічної цілі; визначаються фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на результативність діяльності підприємства (тобто на відхилення фактичного рівня підконтрольних показників від запланованого).

На основі визначених факторів впливу та аналізу виконання планового рівня показників складається багаторівнева математична модель контролінгу промислового підприємства, суть якої полягає в максимізації прибутку підприємства шляхом оптимізації процесу бюджетування як основного інструментарію процесу планування в механізмі контролінгу.

На заключному етапі формування механізму контролінгу в системі управління підприємством відбувається оцінка ефективності від його впровадження, а також оцінка рівня досягнення стратегічних цілей підприємством. На основі отриманих результатів менеджмент підприємства або розробляє рекомендації щодо вдосконалення механізму контролінгу (його організаційної структури або інструментарію) або приймає рішення про розроблення та впровадження альтернативних варіантів управління підприємством.

Висновки з проведеного дослідження. У статті дістали подальшого розвитку теоретичні підходи до формування ефективного механізму контролінгу на промисловому підприємстві.

Встановлено, що формування поетапного процесу впровадження механізму контролінгу базується на узагальненні поставлених перед цим механізмом завдань, виконуваних ним функцій та базових принципів, на яких він діє, та дозволяє: знизити ризик впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на результативність діяльності промислового підприємства; забезпечити необхідний рівень розвитку підприємства; досягти узгодженості стратегічних, поточних та оперативних цілей; приймати оптимальні управлінські рішення щодо стратегічного розвитку підприємства.

Обґрунтовано, що з метою ефективного функціонування механізму контролінгу необхідно удосконалити організаційно-економічну структуру управління підприємством, що дозволить досягти необхідного рівня його розвитку, який характеризується прибутковістю при виробництві та реалізації конкурентоспроможної продукції.

Подальшого наукового обґрунтування потребує комплексна система показників ефективності контролінгу (КСПЕК), за допомогою якої буде проведено оцінку ефективності сформованого механізму.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Деменіна О.М. Організаційно-економічний механізм оперативного контролінгу на промисловому підприємстві [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 : захищена 10.02.2005 / Деменіна Олена Миколаївна; Київський національний університет технології та дизайну. – К., 2005. – 190 с.
2. Козуб О.В. Формування системи управління промисловими підприємствами на засадах контролінгу [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 18.09.2009 / Козуб Олена Вікторівна; Класичний приватний університет. – Запоріжжя, 2009. – 202 с.
3. Аксентюк М.М. Формування адаптивної системи контролінгу в менеджменті аграрних підприємств [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 : захищена 20.10.2008 / Аксентюк Мар'яна Миколаївна; Національний аграрний університет. – К., 2003. – 207 с.
4. Верещагін В.В. Контролінг як система управління реальними інвестиціями торговельного підприємства [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.07.05 : захищена 13.05.2004 / Верещагін Вадим Вікторович; Київський національний торговельно-економічний університет. – К., 2004. – 220 с.
5. Пич Г. Уточнение содержания контроллинга как функции управления и его поддержки / Г. Пич // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 102–107.
6. Карминский А.М. Контроллинг в бизнесе. Методические и практические основы построения контроллинга в организациях / А.М. Карминский, Н.И. Оленев, А.Г. Примак, С.Г. Фалько. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 256 с.
7. Козар Д.С. Генезис концептуальных основ контроллингу / О.С. Галушко, Д.С. Козар // Науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал «Економічний вісник» Національного гірничого університету. – 2011. – № 3. – С. 78–86.
8. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: словарь современной экономической науки / Л.И. Лопатников. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело. – 2003. – 520 с.
9. Холл Х.Р. Организации: структуры, процессы, результаты / Х.Р. Холл. – СПб. : Питер, 2000. – 512 с.
10. Курочкин А. Принципы организационного проектирования пред-приятий / А. Курочкин // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1. – С. 90–96.
11. Гибсон Дж. Л. Организации: поведение, структуры, процессы / Дж. Л. Гибсон; [пер. с англ.]. – 8-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 662 с.
12. Гладких Н.И. Контроллинговый механизм в системе управления предприятием [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 : захищена 21.03.2002 / Гладких Николай Иванович; НАН Украины Институт экономики и промышленности. – Донецк, 2000. – 217 с.

УДК 658

Бутко М.П.*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту
Чернігівського державного технологічного університету***ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

У статті актуалізовано потребу впровадження системи контролінгу на підприємствах України. Доведено, що створення самостійної системи контролінгу необхідно орієнтувати на середні і великі підприємства зі складною внутрішньою організаційною структурою. Згруповані основні підходи до організації контролінгу на підприємствах.

Ключові слова: контролінг, підприємство, резерв ефективності, система, служба, управління.

Бутко М.П. ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

В статье актуализирована необходимость внедрения системы контроллинга на предприятиях Украины. Доказано, что создание самостоятельной системы контроллинга необходимо ориентировать на средние и крупные предприятия со сложной внутренней организационной структурой. Сгруппированы основные подходы к организации контроллинга на предприятиях.

Ключевые слова: контроллинг, предприятие, резерв эффективности, система, служба, управление.

Butko M.P. ORGANIZATION OF THE CONTROLLING SYSTEM AT UKRAINIAN ENTERPRISES

The need of the controlling system implementation at the Ukrainian enterprises is actualized. It is proved, that the creation of an independent controlling system must be oriented to medium and large enterprises with complex internal organizational structure. The main approaches to controlling organization at enterprises are identified.

Keywords: controlling, enterprise, efficiency reserve, management, service, system.

Постановка проблеми. Контролінг є важливою функцією управління. Він є економічною системою, яка пов'язана із прогнозуванням, аналізом, контролем на підприємстві. Проблема організації контролінгу є актуальною, оскільки досконало і ефективно функціонувати на ринку без нього не може жодне підприємство. Сучасний стан економіки в Україні та світі засвідчує, що вивчення проблеми запровадження системи контролінгу є практичною потребою.

Актуальність впровадження контролінгу на українських підприємствах обумовлена необхідністю підвищення ефективності діяльності підприємства, особливо в умовах наростаючої конкуренції, як з боку вітчизняних, так і зарубіжних організацій. Сучасні умови господарювання висувають підприємству ряд вимог щодо постійної готовності до змін ринку, а використання системи контролінгу дозволяє швидко та ефективно визначити можливості цих змін та оперативно реагувати на них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему сутності та ефективності контролінгу досліджували у своїх працях такі закордонні і вітчизняні науковці, як А.П. Градов, М.С. Пушкар, О.І. Сафаров, Н.Д. Собкова, О.О. Терещенко та інші.

Постановка завдання. Метою даної статті є встановлення необхідності створення служби контролінгу та вивчення організаційних аспектів її формування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність впровадження контролінгу на підприємствах можна пояснити такими причинами [3, с. 232]:

- підвищення нестабільності зовнішнього середовища висуває додаткові вимоги до управління підприємствами;
- ускладнення процесу управління підприємством потребує механізму внутрішньої координації системи підприємства;
- інформаційний ажіотаж при нестачі певної інформації вимагає побудови спеціальної системи інформаційного забезпечення управління;
- загальнокультурне прагнення до синтезу, інтеграції різних сфер знань і людської діяльності.

В даний час в Україні та за кордоном можна виділити основні підходи організації контролінгу [2].

Перший підхід – це створення власного підрозділу контролінгу. Даний варіант має наступні переваги:

- співробітники компанії добре знайомі з внутрішньою організацією компанії та галузевими особливостями бізнесу;
- отримані навички та досвід залишаються всередині компанії;
- керівництво компанії може використовувати відділ як «майданчик» для професійного зростання майбутніх управлінських кадрів.

Створення самостійної системи контролінгу необхідно орієнтувати на середні і великі підприємства зі складною внутрішньою організаційною структурою, оскільки обсяги діяльності та інформації будуть викликати в цьому випадку напружену роботу працівників даного відділу або служби [5].

Другий спосіб – це використовувати аутсорсинг (outsourcing – в пер. з англ. – виконання всіх або частини функцій по управлінню організацією сторонніми фахівцями), тобто повністю або частково передати функції контролінгу спеціалізованій компанії чи зовнішньому консультанту.

Третій варіант – косорсинг. Він полягає в тому, щоб створити служби контролінгу в рамках компанії, але в деяких випадках залучати експертів спеціалізованої компанії або зовнішнього консультанта.

Перелік організаційних аспектів впровадження контролінгу на підприємстві включає такі складники [1, с. 398]:

- відповідальність за впровадження служби контролінгу;
- вибір спеціаліста на посаду контролера;
- вимоги, що висуваються до контролера.

На кожному підприємстві, де впроваджується або вже функціонує система контролінгу, постає питання про відповідальність за неї. Хто повинен її нести: підприємець, бухгалтер, радник з податкових питань, або ж для виконання цієї функції необхідно затвердити нову посаду?

Звичайно, в процесі впровадження контролінгу необхідна допомога консультанта зі сторони. Підприємець обов'язково повинен бути спеціалістом

з економіки і організації виробництва, бухгалтером, радником з податкових питань тощо. Проте всю повноту відповідальності за процес впровадження, за необхідний рівень функціонування контролінгу несе підприємець.

Коли система контролінгу починає функціонувати, знову постає питання про встановлення відповідної посади з тієї простої причини, що підприємство швидше досягне своєї мети, якщо за її досягнення нести відповідальність конкретний відділ або певна посадова особа. Проте, звичайно, контролер на середньому підприємстві буде зайнятий не лише контролінгом.

Організація служби контролінгу на підприємстві повинна формуватись таким чином, щоб забезпечувати оперативний рух інформаційних потоків від низових ланок (цехів) до служби контролінгу. В цьому випадку виділення контролінгу як економічної служби і елемента управління підприємством буде закономірним і виправданим явищем. У зв'язку з цим рекомендується підпорядкувати службу контролінгу безпосередньо керівнику підприємства.

При створенні служби контролінгу треба взяти до уваги такі основні вимоги:

- 1) підпорядкованість її лише керівникам вищої структурної ланки управління;
- 2) виділення контролінгу в незалежну, самостійну і нейтральну службу в системі управління;
- 3) економічні служби підприємства повинні надавати відділу контролінгу всю необхідну інформацію;
- 4) отримання додаткової інформації від інших відділів для аналізу і обробки даних, які надійшли;
- 5) використання в своїй роботі передових методів та технологій збору і обробки економічної інформації;
- 6) забезпеченість новими засобами для своєчасного отримання, обробки, аналізу інформації і швидкої передачі її керівникам підприємства;
- 7) тісний зв'язок з іншими відділами і чітке розмежування обов'язків працівників;
- 8) можливість упровадження нових процедур збору аналітичної інформації на постійній основі. Питання про виплату компенсації співробітникам інших служб за збільшення навантаження повинні вирішувати керівники, для яких призначена інформація служби контролінгу;
- 9) можливість швидко доводити інформацію до відома вищого керівництва підприємства.

Контролінг може бути запроваджений на підприємстві в чотири етапи. Такий підхід щодо впровадження служби контролінгу пояснюється тим, що невеликі фінансові витрати на утримання її спеціалістів і одержання необхідного обсягу інформації від інших служб доведуть переваги її запровадження, і в майбутньому не виникне жодних сумнівів щодо доцільності збільшення витрат на утримання окремого відділу контролінгу.

На першому етапі пропонується розробка лише окремих питань, які належать до компетенції служби контролінгу. Проте питаннями можуть займатися і представники різних підрозділів підприємства (працівники бухгалтерії, планово-економічного відділу, фінансового відділу тощо). До цих питань належать: збір та подання необхідної інформації керівникам вищої ланки управління стосовно виконання прийнятого бюджету, наявності фінансових, трудових та матеріальних ресурсів, потенційної можливості підприємства у завоюванні ринків збуту, його місця серед конкурентів тощо.

На другому етапі на базі планово-економічного

відділу може бути створено окрему групу працівників, які, окрім основних своїх обов'язків, будуть виконувати обов'язки контролерів за додаткову оплату. При цьому завдання, що стоять перед службою контролінгу, повинні бути між ними чітко розподілені. Делегування функцій контролінгу можуть бути покладені і на працівників інших економічних служб.

На третьому етапі можливе створення цілої експертної групи, яка буде займатися питаннями контролінгу. Вона може складатись зі спеціалістів високої кваліфікації, які до цього часу працювали в бухгалтерії, фінансовому відділі, планово-економічному відділі тощо. Оскільки обов'язки, які вони будуть виконувати, перевищують ті, що вони виконували раніше, і мають елемент творчого підходу до їх виконання, то і оплата їхньої праці повинна бути дещо вищою, ніж раніше. Експертна група розробляє план діяльності й впровадження контролінгу на підприємстві, розподіляє завдання між її виконавцями, виробляє план інформаційних потоків, їх склад, стежить за виконанням бюджету та досягненням поставленої мети підприємства тощо.

На четвертому етапі, за умови ефективної роботи експертної групи, на підприємстві може бути створений відділ контролінгу, в якому були б спеціалісти всіх необхідних напрямків. Звичайно, етапи впровадження контролінгу на підприємстві можуть бути різними, однак, на нашу думку, основною вимогою до їх створення є те, що на будь-якому етапі впровадження в склад служби контролінгу повинні, перш за все, входити спеціалісти, які пропрацювали на підприємстві тривалий час, знають його економічний стан і потенційні можливості.

Як показує практика, запровадження контролінгу на підприємствах супроводжується численними проблемами. До основних груп чинників, які перешкоджають успішній організації контролінгу на підприємстві, можна віднести [4]:

- історичні, зумовлені поглядами на ведення бізнесу, непрозорістю, не завжди достатніми економічними знаннями менеджерів;
- психологічні, пов'язані зі скептичними поглядами керівництва на запровадження фінансового контролінгу, результати якого помітні не одразу, а запровадження досить дороге і тривале;
- організаційні, зумовлені відсутністю досвіду формулювання бажаних результатів від впровадження фінансового контролінгу, складністю залучення кваліфікованих працівників до цього процесу;
- методичні, які виникають внаслідок ігнорування потрібної реструктуризації бізнесу, невідлого виділення на підприємстві центрів відповідальності, вибору неадекватних принципів трансфертного ціноутворення, насадження деструктивних мотиваційних моделей, ігнорування потреби створення пакету корпоративних стандартів контролінгу.

Висновки з проведеного дослідження. За наведеними в статті викладками доводиться актуальність вирішення питання застосування на сучасних підприємствах системи контролінгу як мета системи дієвого управління в умовах динамічних змін в навколишньому середовищі, підвищення конкурентної боротьби з метою виявлення та використання наявних в підприємствах резервів ефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Давидович І.Є. Контролінг [Текст]: навчальний посібник / І.Є. Давидович – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 552 с.

- Загорудько В.Л., Трофимова К.С. Дослідження основних переваг організації служби контролінгу на вітчизняних підприємствах [Електронний ресурс] / В.Л. Загорудько, К.С. Трофимова. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1083>.
- Маркіна І.А. Контролінг для менеджерів [Текст]: навчальний посібник / І.А. Маркіна, О.М. Таран-Лала, М.В. Гунченко – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.
- Сафаров О.І. Практика контролінгу: що перешкоджає успіху його здійснення? [Текст] / О.І. Сафаров // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С. 27–31.
- Сухарєва Л.А., Петренко С.Н. Контролінг. Основа управління бізнесом [Текст] – М. : Эльга, Ника-Центр, 2002. – 208 с.

УДК 338.24

Волошанюк Н.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, податків та страхової справи
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету

РЕІНЖІНІРИНГ ЯК СУЧАСНА АЛЬТЕРНАТИВА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглядаються процеси реструктуризації та реінжинірингу підприємств в сучасних умовах господарювання. Розглянуто види та форми реінжинірингу, на основі доведених фактів визначено переваги використання реінжинірингу бізнес-процесів в діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: адаптація, реінжиніринг, трансформація, інтеграція, раціоналізація, бізнес-процес.

Волошанюк Н.В. РЕІНЖІНІРИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ АЛЬТЕРНАТИВА РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматриваются процессы реструктуризации и реинжиниринга предприятий в современных условиях хозяйствования. Рассмотрены виды и формы реинжиниринга, на основе доказанных фактов определены преимущества использования реинжиниринга бизнес-процессов в деятельности отечественных предприятий.

Ключевые слова: адаптация, реинжиниринг, трансформация, интеграция, рационализация, бизнес-процесс.

Voloshanjuk N.V. REENGINEERING AS A MODERN ALTERNATIVE OF RESTRUCTURING DOMESTIC ENTERPRISES

In article are considered processes of restructuring and reengineering of the enterprises in modern conditions of managing. Types and reengineering forms are considered, on the basis of facts in evidence advantages of use of reengineering of business processes in activity of the domestic enterprises are defined.

Keywords: adaptation, reengineering, transformation, integration, rationalization, business process.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання, на тлі минулих кризових явищ та в очікуванні нових, питання про підвищення ефективності управління на вітчизняних підприємствах є одним з найбільш важливих та актуальних. Ситуація ускладнюється проведенням масової приватизації об'єктів державної форми власності. Так, за наступні декілька років планується обмежити кількість підприємств у державній власності на рівні 10–15% від ВВП. Таким чином, більшість українських підприємств залишаться без державної підтримки подолання труднощів фінансово-економічного характеру. Серед проблем, які гостро відчувають більшість підприємств в Україні сьогодні, є також низький рівень платоспроможності і постійно зростаючих прострочених зобов'язань перед державним бюджетом та позабюджетними фондами, банківськими установами та постачальниками, а також відсутність дієвого механізму регулювання дебіторської заборгованості. Тобто постає питання адаптації вітчизняних підприємств до умов оточуючого середовища та проведення відповідних змін в їх організаційних, фінансових, соціально-економічних системах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним питанням реструктуризації підприємств в економічній літературі приділяється достатня увага. Зокрема, цю тему в своїх працях піднімали такі вітчизняні вчені, як М.С. Антипі-

на, Л.І. Біловол, Т.А. Говорушко, В.М. Заболотний, І.А. Маркіна, Д.М. Потьомкін, О.О. Терещенко, В.М. Федосов, С.Ф. Покропівний та інші. Серед зарубіжних вчених дану проблематику розглядали І. Голберг, Р. Крам, М.Ю. Маісурадзе, Г. Сандер, О.М. Королькова, Г.П. Іванов, В.Г. Крижановський, Л.О. Лігоненко і т.д. Проте в працях зазначених вище вчених розкривається сутність та механізм реалізації фінансової реструктуризації та переважно реорганізації підприємств у формі злиття, поглинання, приєднання, виділення, перетворення чи поділу. Проте на сьогодні існує обмежена кількість праць, які б розкривали економічну ефективність такої альтернативи реструктуризації, як реінжиніринг та доцільність його використання на вітчизняних підприємствах.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розгляд особливостей розвитку вітчизняних підприємств на сучасному етапі та визначення можливості застосування в їх діяльності реінжинірингу як альтернативи реструктуризації.

Виклад основного матеріалу. В інтересах виживання і гнучкого реагування на динамічно мінливі ринкові умови, підвищення стійкості та адаптаційної здатності в задоволенні споживчого попиту, подолання відстані в науково-технічному розвитку, у забезпеченні високої якості продукції, робіт та послуг вітчизняні підприємства мають постійно вдаватися

до організаційних змін. Завдяки таким змінам долається інертність та незмінність у структурах управління, у сформованій системі зв'язків і відносин суб'єктів господарювання з оточуючим середовищем.

Залежно від конкретних обставин зазначені зміни можуть бути частковими, що стосуються окремих служб і організацій, певних видів діяльності, чи радикальними, коли під впливом бурхливого і навіть стрибкоподібного розвитку конкуренції потрібна глибока і багатобічна реструктуризація.

Слід зазначити, що посткризовий період (2010-2011 роки) характеризувався стрімким підйомом та зростанням фінансових показників діяльності вітчизняних підприємств. Проте не усім суб'єктам господарювання вдалося відновити втрачені позиції за час фінансово-економічної кризи 2008-2009 років. Крім того, показники ефективності діяльності таких підприємств щороку погіршуються, спричиняючи кризові явища в економіці країни. Так, починаючи з кінця 2011 року і по червень 2013 року спостерігається тенденція до збиткової діяльності вітчизняних підприємств та зростання частки таких суб'єктів господарювання у загальній кількості підприємств України (рис. 1).

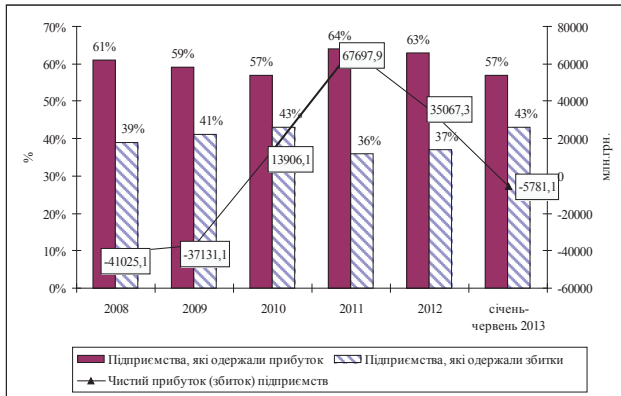


Рис. 1. Динаміка чистого прибутку (збитку) та частки прибуткових (збиткових) підприємств України за 2008 – червень 2013 роки*

* Складено автором за даними [1]

Підтвердженням погіршення фінансового стану вітчизняних підприємств є дані відносно кризової ситуації на підприємствах гірничо-металургійного комплексу. Для України металургійна галузь дуже важлива, тому що це одна з основних бюджетоутворюючих галузей, а також є головною експортною галуззю, яка забезпечує надходження іноземної валюти в Україну. Основними причинами кризи на підприємствах даної галузі є світове перевиробництво і падіння цін, насамперед, через сталевий бум у Китаї та катастрофічний дефіцит металобрухту. Нестача цієї сировини проявилася на найбільших підприємствах галузі в різній мірі. Спад випуску сталі і прокату промисловим гігантом ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», зупинка діяльності Донецького електromеталургійного заводу [2] – лише початок тих проблем, які чекають українські підприємства в найближчому майбутньому.

Наведені дані ще раз підтверджують наявність прихованої кризи на вітчизняних підприємствах, подолання якої потребує негайних дієвих заходів. Такі зміни мають відповідати структурі ринкового попиту, забезпечувати раціональне використання ресурсів, та сприяти максимізації вартості капіталу підприємства.

Одним із засобів фінансового оздоровлення підприємств є реструктуризація, яка передбачає розробку комплексної програми змін, спрямованих на покращення життєздатності та результатів діяльності компанії в конкурентному середовищі [3].

Необхідно виділити основні причини, які в сучасних умовах ринкової економіки вимагають проведення реструктуризації вітчизняних підприємств:

- відсутність культури корпоративного управління;
- незацікавленість керівників у прибутковому функціонуванні підприємств;
- неефективність фінансового управління на підприємствах;
- погіршення умов виробничого процесу;
- відсутність системи врахування ринкових змін під час розробки і просування продукції підприємства тощо [4; 5].

Реструктуризація підприємства покликана розв'язати два основних завдання: забезпечити виживання підприємства та відновити його конкурентоспроможність на ринку.

В Україні реструктуризація підприємств відбувається переважно шляхом реорганізації (в основному злиття та поглинання), які є горизонтальними. Слід зазначити, що у більшості випадків мотив такої реорганізації пов'язаний не з ефективністю, а з посиленням позицій на ринку. Зазвичай українські підприємства купують стратегічні інвестори, якими є іноземні фірми. Для таких фірм придбання найчастіше є способом розширення ринків збуту, іноді – асортименту. Тобто, як бачимо, основна мета такої реструктуризації зовсім не стосується покращення фінансового стану вітчизняних підприємств. Крім того, якщо домінуючою фірмою в процесі реорганізації є іноземна компанія, то існує висока ймовірність відтоку капіталу закордон.

Одним із шляхів вирішення проблеми кризового фінансового стану підприємств України поряд із реструктуризацією є реінжиніринг бізнес-процесів.

Навколо поняття реінжинірингу в економічній літературі існує дискусія, особливо в частині його відношення до поняття реструктуризації. Згідно традиційного визначення реінжиніринг являє собою фундаментальне переосмислення і радикальну реконструкцію бізнес-процесів підприємства для досягнення покращення основних показників діяльності підприємства: термінах, витратах, обслуговуванні [6]. Іншими словами, реінжиніринг передбачає заміну старих методів управління новими більш сучасними і на цій основі – покращення основних показників діяльності підприємств.

Реінжиніринг у відношенні до реструктуризації розглядається за трьома підходами (рис. 2).

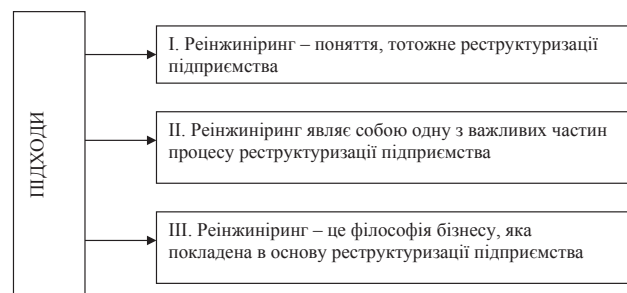


Рис. 2. Співвідношення понять «реінжиніринг» та «реструктуризація» підприємства*

*Складено автором за [7]

Реінжиніринг, на відміну від реструктуризації, зорієнтований не на організаційні зміни, а на корпоративні процеси. Корпоративний процес, в свою чергу, включає в себе заходи, які мають вирішальне значення для гнучкої політики збуту продукції, робіт та послуг і одночасно сприяють підвищенню якості та зниженню витрат [8].

Слід відмітити, що на сучасному етапі розвитку вітчизняних підприємств реінжиніринг доцільно застосовувати в процесі стратегічної реструктуризації.

Серед типів реінжинірингу слід виділити трансформацію, інтеграцію та раціоналізацію.

Трансформація являє собою кардинальне переосмислення місії та стратегії підприємства, і взаємопов'язана із зовнішніми умовами і внутрішніми проблемами діяльності суб'єкта господарювання.

Інтеграція передбачає розробку нових бачень та ідеології підприємства, що призводить до нової структури компанії. Основна увага при цьому приділяється інтеграції ефектів в методах роботи, посадах, функціях або соціальній системі.

Раціоналізація або редизайн – це так зване «спрощення» процесів або складових структури підприємства, яке має на меті покращення якості управління при відсутності радикальних перетворень.

Метою реінжинірингу бізнес-процесів є системна реструктуризація матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, спрямована на спрощення організаційної структури, перерозподіл і мінімізацію використання різних ресурсів, скорочення термінів задоволення потреб клієнтів, підвищення якості їх обслуговування.

Для підприємств з високим ступенем диверсифікації бізнесу, різноманітним партнерським зв'язкам реінжиніринг бізнес-процесів забезпечує вирішення наступних завдань:

визначення оптимальної послідовності виконуваних функцій, яке призводить до скорочення тривалості циклу виготовлення і продажу товарів і послуг, обслуговування клієнтів, наслідком чого є підвищення оборотності капіталу і зростання всіх економічних показників підприємства;

оптимізація використання ресурсів у різних бізнес-процесах, в результаті якої мінімізуються витрати і забезпечується оптимальне поєднання різних видів діяльності;

побудова адаптивних бізнес-процесів, націлених на швидку адаптацію до змін потреб кінцевих споживачів продукції, виробничих технологій, поведінки конкурентів на ринку, а, отже, підвищення якості обслуговування клієнтів в умовах динамічності зовнішнього середовища;

визначення раціональних схем взаємодії з партнерами і клієнтами, і, як наслідок, зростання прибутку, оптимізація фінансових потоків;

синхронізація та координація одночасно виконуваних процесів.

Реінжиніринг бізнес-процесів, що проводиться з певною періодичністю (наприклад, один раз на 5-7 років), спрямований в подальшому на безперервний інжиніринг бізнес-процесів, тобто постійну адаптацію бізнес-процесів до мінливих зовнішнього середовища [9].

Реінжиніринг бізнес-процесів найбільш ефективний на підприємствах, для яких характерні наступні особливості:

диверсифікація товарів і послуг (орієнтація на різні сегменти ринку), що викликає різноманіття бізнес-процесів;

робота за індивідуальними замовленнями, що вимагає високого ступеня адаптації базового бізнес-процесу до потреб клієнта;

впровадження нових технологій (інноваційних проектів), які охоплюють основні бізнес-процеси підприємства;

різноманіття кооперативних зв'язків з партнерами підприємства і постачальниками матеріалів, що обумовлюють альтернативність побудови бізнес-процесу;

нераціональність організаційної структури, високий рівень бюрократії на підприємстві, що викликає дублювання операцій бізнес-процесу.

До числа найважливіших економічних проблем вітчизняних підприємств, які відображаються на можливості використання реінжинірингу бізнес-процесів, відноситься проблема старіння та зносу основних виробничих засобів суб'єктів господарювання. Так, ступінь зносу основних засобів підприємств України станом на 2012 рік становила близько 78% [1]. До цього необхідно додати моральний знос і низьку ефективність основного технологічного устаткування. Наявність великих незавантажених цехів, які мають, до того ж, досить велику кількість незадіяного в процесі виробництва обладнання, призводить до великих витрат, які відображаються на вартості виробів, що випускаються, знижує їх конкурентоспроможність і, як наслідок, обсяг збуту і вартість підприємства. Із вищезазначеного можна визначити гостру необхідність проведення реінжинірингу та фінансового оздоровлення вітчизняних підприємств.

При розробці проекту реінжинірингу бізнес-процесів виникають труднощі моделювання бізнес-процесів, оскільки американські підходи до моделювання бізнес-процесів виявляються малоефективними в українських реаліях, а готова технологія на вітчизняному ринку відсутня.

Основними складовими процесу реінжинірингу бізнес-процесів є оцінка готовності до них підприємства і розробка плану їх впровадження.

Необхідною умовою здійснення реінжинірингу бізнес-процесів є використання сучасних інформаційних технологій. Це є ще однією перешкодою у використанні в діяльності вітчизняних підприємств реінжинірингу як альтернативи реструктуризації. Так, згідно офіційних даних [10] в середньому по Україні лише кожне четверте підприємство в своїй діяльності використовує сучасні технології.

Висновки з проведеного дослідження. В умовах мінливого середовища та загроз нових економічних та фінансових криз проблема забезпечення ефективності функціонування підприємств і, відповідно, економіки в цілому, виходить на перший план. Одним з напрямів зміцнення їх конкурентних позицій та підвищення результативності функціонування є реструктуризація. В процесі реструктуризації не тільки забезпечується розвиток підприємств, а і створюється вартість підприємств, яка забезпечує підвищення рівня їх капіталізації.

Одним із дієвих заходів відновлення становища вітчизняних підприємств поряд із реструктуризацією є реінжиніринг. Виходячи із проведеного дослідження, можна сказати, що реінжиніринг – це складова реструктуризації, процес ініціалізації та реалізації змін в системі управління та функціонування підприємства в цілому або окремих його підрозділів.

Реінжиніринг і реструктуризація не є взаємно несумісними методами. На підприємстві ці процеси можуть відбуватися паралельно або навіть бути взаємозамінними.

На думку автора, на сучасних вітчизняних підприємствах доцільно впровадження реінжинірингу, що ґрунтується на методології «чистого аркуша» (абсолютне перепроєктування існуючих бізнес-процесів, тобто відмова від звичних для підприємства методів управління та заміна їх на кардинально нові), оскільки це дозволить по-новому оцінити можливості бізнес-процесів та адаптувати їх до існуючих ринкових умов, сформувавши абсолютно нову ідеологію ведення діяльності, в основу якої покладено креативні параметри функціонування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Марченко Т. Українські металурги у 2013 році кризи не подолають / Т.Марченко // Український журнал «Економіст» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ua-ekonomist.com/1741-ukrayinsk-metalurgi-u-2013-roc-krizu-ne-podolayut.html>.
3. Гриценко Н.В. Світовий досвід реструктуризації підприємств / Н.В. Гриценко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 6. – С. 67–72.
4. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям: [Моногр.] / М.Д. Аистова. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 287 с.
5. Рудковська О.Л. Реструктуризація підприємства як один із шляхів виходу з кризового стану / О.Л.Рудковська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vvpi/2012_4/12rolotc.pdf.
6. HAMMER, M., CHAMPY, J. Reengineering-radikalni proměna firmy. 3rd ed. Praha : Management Press, 2000. – 212 p.
7. Liběna Tetřevova. Concept of corporate restructuring and reengineering / L. Tetřevova [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.dspace.upce.cz/bitstream/10195/32208/1/CL655.pdf>.
8. Drago Dubrovski. Restructuring and business reengineering in integrative processes / D. Dubrovski [Electronic resource]. – Access mode : http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/3_071-093.pdf.
9. Тельнов Ю.Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов. Компонентная методология / Ю.Ф.Тельнов. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.
10. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.old.niss.gov.ua/>.

УДК 336.467:331.6

Волошина С.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки та стратегії підприємств

Криворізького економічного інституту

Криворізького національного університету

ВИДОВИЙ СКЛАД ІНВЕСТИЦІЙ У ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню видового складу інвестицій у людський капітал підприємства. Визначено укрупнені та об'єктно-орієнтовні напрямки інвестування людського капіталу. Обґрунтовано видовий склад інвестицій за кожним напрямком.

Ключові слова: людський капітал, інвестиції, об'єкти інвестування, виробниче інвестування, соціальне інвестування.

Волошина С.В. ВИДОВОЙ СОСТАВ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена исследованию видового состава инвестиций в человеческий капитал предприятия. Определены укрупненные и объектно-ориентированные направления инвестирования человеческого капитала. Обосновано видовой состав инвестиций по каждому направлению.

Ключевые слова: человеческий капитал, инвестиции, объекты инвестирования, производственное инвестирование, социальное инвестирование.

Voloshyna S.V. SPECIFIC STRUCTURE OF INVESTMENT IN ENTERPRISE'S HUMAN CAPITAL

The article deals with the research of the specific structure of investment in enterprise's human capital. The enlarged and object-orientated investment ways in human capital are defined. The specific structure of investment in each direction is substantiated.

Keywords: human capital, investment, investment object, production investing, social investing.

Постановка проблеми. Постіндустріальний період розвитку суспільства, що характеризується високим інноваційним рівнем продуктивних сил, ставить високі вимоги до якості робочої сили, яка виступає основним джерелом формування національного доходу.

Взаємозв'язок між ефективністю розвитку суспільного виробництва і розвитком людини пояснює теорія людського капіталу, яка успішно реалізується у світовій практиці на усіх економічних рівнях. При цьому людський капітал підприємства вбирає в себе сукупність знань, досвіду, навичок і здібностей фізичних осіб, що беруть участь в діяльності підприємства задля отримання економічних і соціальних вигод. Відзначені характеристики людського капіталу підприємства формуються і розвиваються шляхом відповідних інвестицій.

Не дивлячись на постійне збільшення заробітної плати, додаткові витрати вітчизняних підприємств на робочу силу залишаються вкрай низькими, що в сукупності обумовлює відставання України за показником сукупних витрат на робочу силу від країн ЄС більш ніж у 10 разів.

Наслідком дешевизни робочої сили – результату недостатнього інвестування у людський капітал – є відтік висококваліфікованих кадрів закордон, низька продуктивність праці, уповільнене оновлення техніки, економічна незацікавленість в результатах праці і в кінцевому підсумку – низька конкурентоспроможність більшості видів вітчизняної продукції та національної економіки загалом.

Сучасні власники вітчизняних підприємств та уповноважені ними органи протягом довгого часу

обережно підходять до питань інвестування у людський капітал, не розглядаючи останній як основний чинник утворення доходу. Саме тому вони намагаються максимально скоротити не лише витрати на соціальну сферу, але й витрати на матеріальне забезпечення найманих працівників у виробничій сфері.

Вважаємо, що причиною цього є невіршені теоретико-методологічні проблеми оцінювання ефективності інвестицій у людський капітал підприємства, а саме:

- звуження складу такого роду інвестицій до витрат, що спрямовуються на формування і розвиток професійних знань працівників;
- зосередження методичних підходів на оцінюванні віддачі від навчання персоналу;
- не врахування факторів виробничого і соціального ризиків;
- відсутність інформації щодо розміру і складу інвестицій у людський капітал за галузями господарювання (як бази для порівняльної оцінки) тощо.

Серед основних наукових прогалин даного проблемного поля слід виділити обмежений склад інвестицій у людський капітал, оскільки на даному етапі розвитку суб'єктів господарювання необхідно дбати не лише про підготовку висококваліфікованої робочої сили, здатної вирішувати стратегічні завдання інноваційного розвитку підприємств, але й про створення умов для безпечної праці, збереження здоров'я, культурне збагачення, стабільність трудових колективів тощо. Отже, видовий склад інвестицій у людський капітал підприємства як соціально-економічної системи має відповідати двоєдиній меті його розвитку – максимізації економічної результативності і соціальної гармонізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інвестування людського капіталу є предметом дослідження багатьох науковців, серед яких: М. Ажажа, В. Антонюк, О. Бородіна, В. Важинська, Н. Верхоглядова, Н. Гвоздик, О. Грішнова, О. Захарова, А. Кірянов, Т. Коркіна, О. Кошулько, Г. Тугускіна, Як. Фітц-енц, А. Циренова, В. Яценко та інші. Проте у сучасних дослідженнях людського капіталу переважають теоретичні (політекономічні) напрямки, а серед напрямків практичної економіки увага науковців сконцентрована на вивченні людського капіталу на макро- і мезорівнях. До того ж, більшість науковців розглядають лише окремі його складові, серед яких переважає освіта. У той же час слабко дослідженими є здоров'я, безпека праці, мобільність та інші, розвиток яких також потребує суттєвих (т. зв. соціальних) інвестицій і вивчення закономірностей їх здійснення та особливостей оцінювання.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає в обґрунтуванні видового складу інвестицій у людський капітал підприємства, який спрямований на формування і розвиток його сукупних об'єктивних характеристик, що відповідають завданням сучасного етапу розвитку суспільного виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історичний екскурс в теорію людського капіталу показав, що витрати, які призводять у майбутньому до утворення доходів від використання людей у суспільному виробництві, є інвестиціями у людський капітал.

К. Макконел і С. Брю зазначали, що «інвестиції у людський капітал – це будь-яка дія, яка підвищує кваліфікацію і здатності, або, іншими словами, продуктивність праці працівників». Вони наводять наступний склад інвестицій у людський капітал:

- витрати на освіту у складі витрат на загальну і спеціальну, формальну і неформальну освіту та ви-

трати на підготовку працівника на робочому місці;

- витрати на охорону здоров'я, які складаються з витрат на профілактику захворювань, медичне обслуговування, дієтичне харчування, поліпшення житлових умов;

- витрати на мобільність, які необхідні на забезпечення вищого рівня продуктивності [1, с. 556].

Лауреати Нобелівської премії і т.зв. основоположники теорії людського капіталу Т. Шульц і Г. Беккер розширили вищенаведений склад інвестицій на витрати, спрямовані на пошук економічної інформації про ціни і доходи, витрати на виховання дітей та інші витрати, які будь-яким чином сприяють розвитку продуктивної сили людини, її культурному та інтелектуальному зростанню [2; 3].

Дж. Кендрік поміж різних видів інвестицій окремо виділяв уречевлені і не уречевлені інвестиції, які втілені в людях. Уречевлені інвестиції (уречевлений капітал) він визначав як такий, що має матеріальну форму, а неуречевлені – це інвестиції, які не мають власної матеріальної форми, але вони втілюються в уречевленому капіталі, підвищуючи його якість і продуктивність [4].

Зміна умов розвитку суспільного виробництва вимагає об'єктивного перегляду традиційного складу інвестицій у людський капітал і їхньої конкретизації на різних економічних рівнях, найважливішим серед яких слід вважати мікроекономічний. Саме підприємства є найефективнішими виробниками цього капіталу, оскільки здійснюють розвиток персоналу відповідно до майбутніх потреб виробництва, а також володіють достовірною інформацією про перспективні напрямки соціальних інвестицій.

Серед сучасних дослідників інвестування людського капіталу підприємства слід відзначити В. Важинську, Н. Гвоздик, О. Грішнову, О. Захарову, А. Кірянова, Т. Коркіну, О. Кошулько та інших, які послідовно доопрацьовували зміст категорії «інвестиції у людський капітал підприємства» і класифікацію відповідних витрат.

Результати досліджень у даній предметній галузі можна об'єднати у дві групи: 1) з вузьким колом об'єктів інвестування і відповідно видів інвестиційних витрат; 2) з розширеним колом об'єктів інвестування і розгалуженими видами інвестиційних витрат.

Так, В. Важинська, досліджуючи елементи інвестиційних вкладень у людський капітал, форми нарощення обсягів людського капіталу на виробничому рівні, джерела та напрями інвестицій, зводить дані інвестиції до навчання персоналу за рахунок власних коштів підприємства. При цьому у складі останніх вона виділяє витрати, що спрямовуються на навчання на виробництві і в навчальних закладах [5, с. 11].

О. Захарова у поняття соціально-економічної категорії «інвестиції у людський капітал» вкладає лише витрати, які здійснюються з метою професійного розвитку та охорони здоров'я працівників [6, с. 6].

О. Кошулько удосконалила класифікацію інвестицій у людський капітал підприємства за такими напрямками: підвищення культурно-освітнього рівня працюючих, кваліфікації кадрів, задоволення фізіологічних потреб і збереження здоров'я, відтворення й нагромадження людського капіталу [7, с. 6].

А. Кірянов пропонує розширення інвестицій у людський капітал підприємства з цільовою орієнтацією на формування у працівника почуття відданості організації, що потребує встановлення розміру заробітної плати відповідно до результатів діяльності підприємства, введення гнучкої системи додаткового

стимулювання і різних соціальних доплат [8]. Однак конкретизація інвестиційних витрат у даному дослідженні відсутня.

Точка зору відомого в Україні дослідника людського капіталу О. Грیشної на видовий склад інвестицій [9, с. 12] збігається з ідеями, розробленими Т. Шульцем і Г. Беккером. Між тим інші види витрат науковцем не уточнюються.

Більш розширеною на теперішній час є класифікація інвестицій у людський капітал підприємства, яка доповнена Н. Гвоздик в частині наступних груп витрат: в залежності від стадій його формування і розвитку (сформований у минулому, теперішньому і майбутньому періодах), за джерелами фінансування (витрати особи/домогосподарства, підприємства, державні витрати), за цільовим призначенням (стабілізує і створює витрати, які спрямовані відповідно на просте і розширене відтворення людського капіталу), за способом вкладення (прямі і непрямі), за формою вкладення (матеріальні і нематеріальні) і за основними групами активів (освіта, здоров'я, мотивація, мобільність) [10, с. 3-4]. Однак вважаємо, що у такому вигляді класифікація не набула своєї завершеності, оскільки не розкриває видовий склад інвестицій у людський капітал. До того ж, облік вищезазначених груп витрат є ускладненим на підприємстві і тому не виступає практичним інструментом управління людським капіталом. Перш за все, це зауваження стосується витрат, які виділені в окремі групи за стадіями формування і за джерелами фінансування. Недарма у практичному дослідженні Н. Гвоздик відходить від запропонованої класифікації інвестицій і проводить аналіз обмеженого кола інвестиційних витрат відповідно до діючої системи обліку витрат.

Загалом критичний огляд теорії людського капіталу та адаптація її положень для вирішення стратегічних завдань мікроекономічного рівня дали автору змогу обґрунтувати розширені напрямки інвестування у людський капітал підприємства, характеристики яких представлена в таблиці 1.

При розробці представлених у таблиці 1 напрямків враховано наступне:

- інвестування спрямоване на формування персоналу, характеристики якого мають водночас відповідати сучасним вимогам щодо інноваційної модернізації економіки та забезпечувати всебічний розвиток людини. Тому узагальненими напрямками інвестування у людський капітал підприємства є виробниче і соціальне інвестування. Причому виробниче інвестування прямо спрямоване на збільшення результатів виробництва, тоді як соціальне – опосередковано;

- об'єктами інвестування виступають усі складові елементи людського капіталу;

- до інвестицій відносяться усі витрати на формування і розвиток персоналу підприємства, незалежно від терміну окупності та джерела фінансування;

- витрати за кожним напрямком включають як компенсаційні виплати індивідуального характеру, які здійснює підприємство безпосередньо працівникам, так і інвестиції колективного спрямування;

- напрямки враховують інвестиції у людський капітал за усіма рівнями регулювання витрат на роботу, зокрема відповідно до національного законодавства про працю, галузевої тарифної угоди, колективного договору підприємства. Тому представлений у табл. 1 склад інвестицій можна вважати як базовий, який може розширюватися з огляду на розвиток системи державного і договірної регулювання процесів найманої праці;

- сукупні інвестиції у розвиток людського капіталу одночасно містять прямі і супутні витрати, у тому числі пільги працівникам, страхові виплати, інвестиції в об'єкти соціальної інфраструктури тощо.

Таблиця 1

Розширений склад інвестицій у людський капітал підприємства

Укрупнені напрямки	Об'єктно-орієнтовані напрямки	Видовий склад інвестицій за напрямком
Виробниче інвестування	Освіта і спеціальна підготовка	витрати на професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників, які перебувають в обліковому складі підприємства, атестацію кадрів, оплата за навчання в навчальних закладах дітей працівників підприємства тощо
	Професійна безпека	витрати, пов'язані із забезпеченням правил техніки безпеки праці, охорони праці, витрати на забезпечення санітарно-гігієнічних та інших спеціальних вимог у виробництві тощо
	Мотивація	фонд основної заробітної плати, фонд додаткової заробітної плати, інші заохочувальні і компенсаційні виплати (за виключенням матеріальної допомоги та суми наданих підприємством трудових і соціальних пільг працівникам)
	Мобільність	витрати, пов'язані з набором робочої сили, втрати від плинності кадрів тощо
Соціальне інвестування	Здоров'я	медичне страхування, оплата лікарняних, витрати на екологічні заходи, утримання спортивних та оздоровчих об'єктів, оплата абонентів у групи здоров'я, вартість (здешевлення вартості) путівок на лікування і відпочинок, витрати на медобслуговування, матеріальна допомога (оздоровчі, екологічні виплати) тощо
	Житлово-побутове забезпечення	витрати на найм / покупку житла, на погашення позик для поліпшення житлових умов, утримання житлового фонду підприємства, здешевлення вартості палива для опалення житла працівників, заохочення за своєчасну оплату комунальних послуг, витрати на надання транспортних послуг, здешевлення вартості харчування працівників тощо
	Соціальний захист	відрахування на державний соціальний захист, доплати і надбавки до пенсій, додаткові відпустки за рішенням трудового колективу, одноразова допомога працівникам, які виходять на пенсію, допомога сім'ям з дітьми, витрати на соціальні проекти тощо
	Культурний розвиток	витрати на утримання об'єктів культури, проведення культурно-масових заходів, вартість передплати на періодичні видання тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Загалом, використання розширеного видового складу інвестування у людський капітал підприємства дасть змогу управляти його конкурентоспроможністю, визначаючи спрямованість фінансових потоків. Причому

вкладання підприємством коштів за обґрунтованими напрямками і видами призведе не лише до збільшення прибутку через підвищення продуктивності праці та можливості працювати з інноваційними технологіями (економічні вигоди), але й до соціального ефекту – формуванню стабільного колективу, який буде відданий підприємству і разом з тим прагнути до підвищення його іміджу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Макконнел К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнел, С.Л. Брю; пер. с англ. 11-го изд. – К. : Харас-Демос, 1993. – 785 с.
2. Schultz T. Investment in Human Capital. – New York; London, 1971.
3. Becker M. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. – New York, 1964.
4. Кендрик Д. Совокупный капитал США и его формирование / Кендрик Д.; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1978. – 275 с.
5. Важинська В.В. Інвестиційний розвиток людського капіталу в промисловості України : автореф. дис. ... канд. екон. наук:

08.00.07 / Важинська Вікторія Віталіївна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2010. – 20 с.

6. Захарова О.В. Методологічні основи визначення оцінки інвестування у людський капітал: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.07 / Захарова Оксана Володимирівна; Ін-т екон.-прав. дослідж. НАНУ. – Донецьк, 2011. – 36 с.
7. Кошулько О.П. Управління людським капіталом на підприємствах харчової промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Кошулько Оксана Павлівна; Нац. ун-т харч. техн. – К., 2008. – 20 с.
8. Кирьянов А.В. Виды инвестиций в человеческий капитал и их эффективность [Электронный ресурс] / А.В. Кирьянов // Экономика России: основные направления совершенствования. – 2006. – № 7. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn07/08.shtml>. – Название с экрана.
9. Грішнова О.А. Формування людського капіталу в системі освіти і професійної підготовки : автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.09.01 / Грішнова Олена Антонівна; Рада по вивч. продукт. сил України. – К., 2002. – 36 с.
10. Гвоздик Н.М. Ефективність інвестицій в людський капітал на підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.07 / Гвоздик Наталія Михайлівна; Ін-т демограф. та соц. дослідж. ім. М.В. Птухи НАНУ. – К., 2011. – 20 с.

УДК 659.19

Діброва Т.Г.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри промислового маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

Гараніна І.І.
аспірант кафедри промислового маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

АУДИТ ЯК ФОРМА КОНТРОЛЮ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито сутність поняття аудиту підприємницької діяльності, надано класифікацію внутрішнього аудиту. Також досліджено значимість та важливість управлінського аудиту для ефективного функціонування підприємства. У роботі визначено та проаналізовано місце аудиту рекламної діяльності в системі аудиту підприємницької діяльності. Авторами надано власне визначення поняття аудиту рекламної діяльності як форми контролю, пояснено його специфіку, особливості та перспективи застосування.

Ключові слова: аудит, контроль, рекламна діяльність, управління, маркетинг, аудит рекламної діяльності

Діброва Т.Г., Гараніна І.І. АУДИТ КАК ФОРМА КОНТРОЛЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье раскрыта сущность понятия аудита предпринимательской деятельности, предоставлена классификация внутреннего аудита. Также исследована значимость и важность управленческого аудита для эффективного функционирования предприятия. В работе определено и проанализировано место аудита рекламной деятельности в системе аудита предпринимательской деятельности. Авторами предоставлено собственное определение понятий аудита рекламной деятельности как формы контроля, объяснена его специфика, особенности и перспективы применения.

Ключевые слова: аудит, контроль, рекламная деятельность, управление, маркетинг, аудит рекламной деятельности

Dibrova T.G., Garanina I.I. AUDITING AS A FORM OF CONTROL OF ADVERTISING ACTIVITIES

In this paper the essence of the concept of auditing business activities is revealed. Classification of internal auditing is provided. Also, the significance and importance of management auditing for the effective operation of the business are studying. In the work place auditing of advertising activities in the auditing business activities is defined and analyzed. Actually definitions auditing advertising activities as a form of control provided by the authors, its specificity, characteristics and prospects of are explained.

Keywords: auditing, control, advertising, management, marketing, auditing advertising activities

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає підвищення ефективності управління підприємницькою діяльністю. Процес сучасного управління підприємницькою діяльністю передбачає планування, організацію, мотивацію, координацію та контроль. Функція контролю є процесом постійного спостереження та перевірки, що забезпечує досягнення мети, оцінювання кінцевих результатів діяльності під-

приємства. Основним завданням контролю є якісна і кількісна оцінка результатів діяльності підприємства та виявлення помилок і порушень у функціонуванні відповідних підрозділів та ухвалення певних заходів, що виправляють недоліки в управлінні і виробництві з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.

Одною із сучасних форм контролю можна вважати аудит підприємницької діяльності складовою яко-

го є, зокрема, аудит рекламної діяльності. Аудит рекламної діяльності, своєю суттю не тільки здійснює контроль, а і визначає проблеми та оцінює ефективності такої діяльності в процесі планування та реалізації рекламної кампанії підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошуки шляхів підвищення ефективності та якості системи контролю підприємницької діяльності привели до включення в орбіту наукових інтересів фахівців на пострадянському просторі теоретичних, методологічних та організаційних аспектів аудиту. При цьому через обмеженість вітчизняної практики аудиту протягом тривалого часу методологічною основою для обґрунтування висновків та пропозицій у цій області знань були переважно праці західних авторів: Р. Адамса, А. Аренса, Р. Доджа, Дж. Лоббека, Р. Монгомері та ін. Зважаючи на здобутки західної теорії та практики щодо організації аудиту, безумовно, запозичення цього досвіду загалом мало позитивний вплив. Проте згодом виявилися й недоліки такого підходу, що полягали в недостатній адаптованості розробок до специфіки становлення ринкових відносин в Україні, реалій і потреб вітчизняних бізнесових структур та їх власників. Усвідомлення цього дало поштовх розширенню досліджень у цій галузі. Серед дослідників, які займаються проблемами вітчизняного аудиту, особливо необхідно відмітити внесок В.В. Бурцева, Т.А. Каменської, А.К. Макальської, В.П. Пантелєєва, В.В. Пугачева, О.Ю. Редька, В.С. Рудницького, В.А. Савченка, А.Д. Шеремета та ін. Разом з тим низка питань, пов'язаних із застосуванням сукупності процедур та методів аудиту як елементів єдиної системи потребує подальшої розробки в контексті забезпечення органічної єдності різних видів контролю діяльності підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження аудиту рекламної діяльності як форми контролю управління підприємницької діяльності, визначення його місця в системі управлінського аудиту підприємства. Також на меті є визначення сутності та змісту поняття аудиту підприємницької діяльності та аудиту рекламної діяльності, визначення специфіки їх проведення.

Виклад основного матеріалу дослідження. За визначенням Американської асоціації бухгалтерів «аудит – це систематичний процес об'єктивного збору та оцінювання інформації про економічні дії та події з метою визначення ступеня відповідності цих дій та подій встановленим критеріям і представлення результатів перевірки зацікавленим сторонам». Відомий економіст, автор книги «Основи аудиту» Р. Адамс наводить наступне класичне визначення суті аудиту, за яким «аудит – це процес, за допомогою якого компетентний незалежний працівник збирає та оцінює інформацію, яка піддається кількісній оцінці та стоується специфічної господарської системи, з метою визначення та вираження у своєму висновку ступінь відповідності цієї інформації установленим стандартам» [1, с. 54]. Виходячи із цих визначень, процес оцінювання, по-перше, має бути об'єктивним та незалежним від впливу суб'єктивних чинників (керівництва, власників, персоналу підприємства тощо). По-друге, аудитор визначає ступінь відповідності інформації, що представлена у звіті, реальним даним, тобто висловлює свою думку з приводу відповідності, але не підтверджує абсолютну точність представлених даних. По-третє, перевірка має відбуватися в інтересах або на замовлення певної сторони.

Оскільки підприємницька діяльність є універсальною загальноекономічною функцією будь-якої

економічної системи та поєднується з виконанням інших видів діяльності (управлінням, науковими розробками, фінансовою та маркетинговою діяльністю тощо), система аудиту такої діяльності вимагає застосування спеціальних видів аудиту. Аналіз західних наукових джерел з питань аудиту, зокрема Р. Адамса, А. Аренса, Дж. Лоббека, Р. Монгомері та ін. виявив наявність ґрунтовної теоретичної та методологічної бази аудиту. Західні джерела стали основою для розвитку вітчизняних теоретичних та методологічних розробок аудиту підприємницької діяльності [2; 3; 5; 8-10], на підставі яких пропонуємо власне адаптоване [2, с. 134; 3, с. 215] визначення цієї дефініції. Аудит підприємницької діяльності (АПД) – це процес збору та оцінювання кількісної інформації особою/організацією про діяльність конкретного економічного суб'єкта, з метою встановлення і відображення у звіті відповідності цієї інформації встановленим критеріям. Аудит може проводитися як зовнішніми аудитором (зовнішній аудит), так і власним персоналом (внутрішній аудит).

Зовнішній аудит (ЗА) здійснюють незалежні аудиторі або аудиторські підприємства, що мають сертифікат аудитора і ліцензію Аудиторської палати України на право займатися аудиторською діяльністю. А внутрішній аудит проводиться власним відділом аудиту, що створюється на підприємстві або повноваженим аудитором, який входить до штату підприємства. Повноваженим експертом в цій діяльності є відділ внутрішнього аудиту підприємства, а відповідальність за організацію внутрішнього аудиту несе керівництво підприємства, яке зобов'язане організувати безперервний процес ефективного контролю в усіх підрозділах підприємства, а також організувати взаємовідносини зі всіма підрозділами і зовнішніми компетентними організаціями з питань контролю фінансово-господарської діяльності [4, с. 87].

Існують певні розбіжності у трактуванні сутності внутрішнього аудиту (ВА) в зарубіжній та вітчизняній науковій літературі. Так, є підхід, що визначає ВА як систему [2, с. 136], як процес контролю [5, с. 216]. Інші визначають ВА як окрему, незалежну експертну діяльність [3, с. 78] або діяльність з надання консультаційних послуг [4, с. 54]. Ми вважаємо за доцільне розглядати ВА саме як форму контролю управління підприємством.

Класифікуючи ВА за різними ознаками, визначимо певні його особливості. За ознакою масштабу виконання робіт розрізняють загальний, тобто аудит з усіх питань роботи підприємства в цілому та локальний – аудит з конкретних питань діяльності підприємства. За ознакою обов'язковості проведення розрізняють обов'язковий – аудит, регламентований державою до обов'язкового здійснення та необов'язковий – відповідно не регламентований державою до обов'язкового виконання. За процесуальними ознаками розрізняють однопредметний аудит – дослідження одного виду (предмету) діяльності, багатопредметний – аудит досліджує декілька видів діяльності. За змістом і функціями в управлінні підприємницькою діяльністю розрізняють запобіжний – аудит, який має застерегти від різного роду конфліктних ситуацій у фінансово-господарській діяльності до виникнення їх, тобто на стадії підготовки технології виробництва, до проведення маркетингових операцій тощо, перманентний – аудит, що проводять безперервно у процесі фінансово-господарської діяльності підприємства, ретроспективний – аудит, що здійснюється за минулий період, стратегічний – аудит, що вирішує питання стратегії розвитку підприємства.

Таким чином, головною метою внутрішнього аудиту є вдосконалення системи управління підприємством та досягнення стратегічних цілей підприємства. Одним з суттєвих мотивів керівництва для проведення аудиту є ведення бізнесу з істотною економією коштів за рахунок своєчасного виявлення та усунення ризиків маркетингового середовища підприємства. Отже, внутрішній аудит підприємницької діяльності – це процес оцінювання та контролю всіх аспектів діяльності підприємства, регламентований внутрішніми документами, з метою вдосконалення управління та функціонування відповідних підрозділів підприємства, який здійснюється спеціальним штатним персоналом [адаптовано 4, с. 112; 5, с. 318; 6, с. 225]. Головними принципами як і внутрішнього, так і зовнішнього аудиту є його об'єктивність, достовірність та незалежність.

Оскільки підприємницька діяльність є універсальною загальноекономічною функцією, яка поєднує інші види діяльності (управління, наукові розробки, фінансова та маркетингова діяльність тощо), то і система економічного контролю такої діяльності вимагає застосування спеціальних видів аудиту.

Розглянемо більш детально систему внутрішнього аудиту підприємницької діяльності (рис.). Аудит правової відповідності проводиться з метою перевірки публічної звітності та іншої інформації правовій відповідності вимогам певним стандартам або зако-

давству. Аудит фінансової звітності стосується перевірки та контролю фінансової звітної документації щодо її повноти та відповідності юридичним нормам та законодавству, найчастіше це є бухгалтерська звітність підприємства. Екологічний аудит – аналіз відповідності діяльності підприємства екологічним нормам, що є особливо важливим для промислових підприємств.

Окремо розглянемо управлінський аудит, який виконує функції контролю виробничої, організаційної та спеціальних видів діяльності підприємства. Так, до функцій виробничого аудиту відноситься аудит окремих виробничих функцій діяльності підприємства, процесів, циклів, господарських операцій. Організаційний аудит проводиться стосовно певного структурного підрозділу щодо ефективності діяльності та взаємодії функцій підрозділу, зокрема відділу маркетингу, збуту, реклами тощо. У свою чергу, спеціальний аудит займається перевіркою різних напрямів діяльності, однією з яких є маркетинг.

Адаптуючи Ф. Котлера [7, с. 546], надамо власне визначення: маркетинговий аудит – це періодичне оцінювання діяльності підприємства, дослідження його маркетингового середовища, товарної, цінової, збутової стратегій та стратегії просування, зокрема реклами, з метою визначення проблем та потенціалу для розроблення плану дій щодо вдосконалення маркетингу.

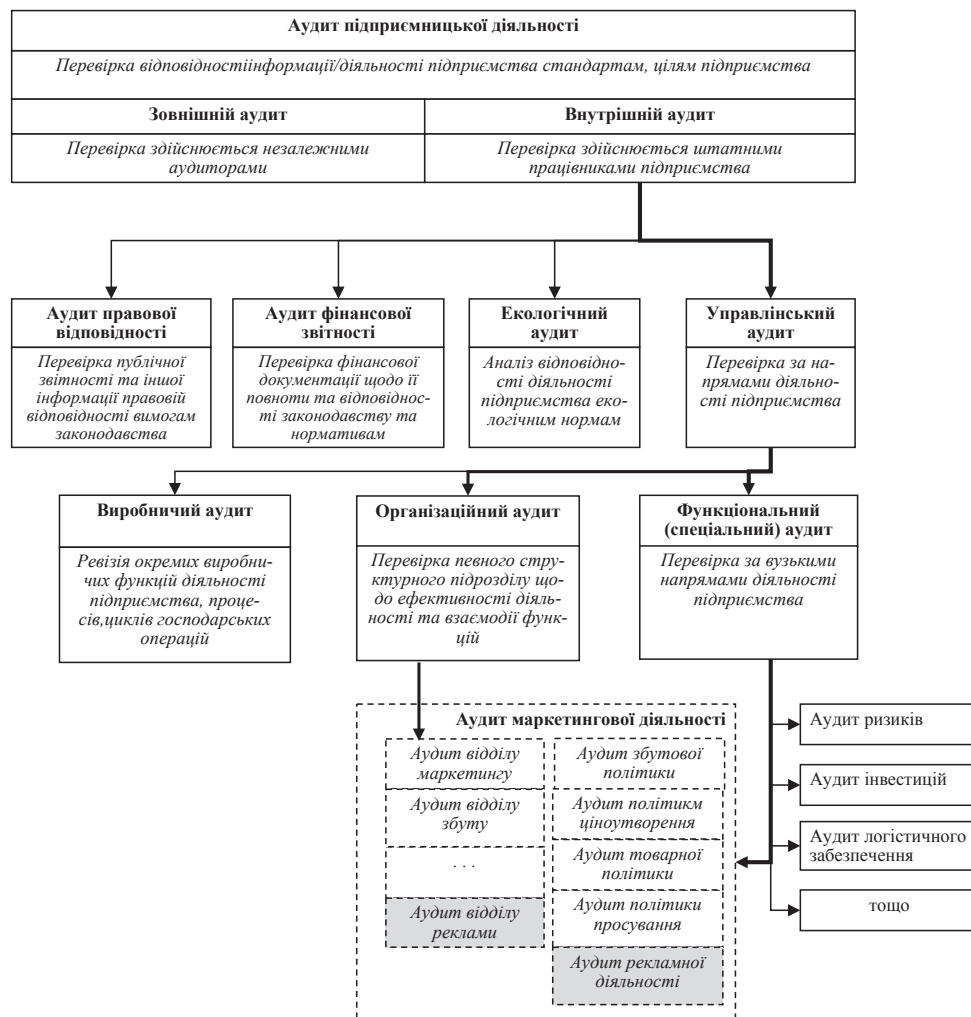


Рис. Аудит рекламної діяльності в системі аудиту підприємства

Тобто аудит маркетингу – це засіб критичного оцінювання маркетингової діяльності підприємства, обґрунтування стратегічних та управлінських маркетингових рішень, а також аргументування недоцільності їх застосування. Аудит маркетингу необхідний для оцінювання маркетингової діяльності, пошуку «вузьких місць» та невикористаних можливостей, що має сприяти підвищенню ефективності маркетингу, в тому числі і за рахунок скорочення недоцільних витрат. Реалізація аудиту маркетингу вимагає системного підходу, детального збирання і аналізування даних, наявності відповідних професійних навичок аудиторів [8].

Однією зі складових маркетингового аудиту є аудит рекламної діяльності (РД) підприємства. Рекламна діяльність підприємства передбачає поетапну процедуру проведення рекламних заходів, які вимагають контролю [11]. А тому і аудит РД як форма контролю має проводитись послідовно крок за кроком згідно з етапом рекламної кампанії. Необхідно акцентувати увагу на нетотожності понять аудиту рекламної діяльності та оцінки ефективності. Оскільки оцінювання ефективності є аналіз або контроль певного завдання, заходу, а аудит РД є комплекс заходів, що представляє собою послідовну процедуру та включає в себе в тому числі і оцінювання ефективності.

Коротко окреслимо процедуру проведення аудиту РД, вона має вигляд послідовної в часі, постійно повторюваної процедури. Планування рекламної діяльності на підприємстві передбачає проведення ситуаційного аналізу, визначення цілей рекламної кампанії, конкретизацію цільової рекламної аудиторії, визначення бюджету рекламної кампанії та розроблення концепції рекламного повідомлення. Під час планування РД проводиться аудит бюджетування рекламної кампанії – доцільність вибору методу визначення бюджету, його відповідність ринковим реаліям. А після розроблення концепції рекламного повідомлення необхідно проводити оцінювання його ефективності в рамках аудиту РД.

Наступним етапом рекламної кампанії є виготовлення рекламної продукції та розміщення її на носіях. Аудит ефективності рекламної продукції передбачає оцінювання ефективності рекламного макету, відео- або аудіо ролику, а саме дослідження його відповідності цілям рекламної кампанії, повноту передачі рекламного повідомлення, зокрема позиціонування товару, марки, тощо. А задачами медіааудиту, який проводиться вже після розміщення реклами на носій, є перевірка вибору носія, його відповідності цілям рекламної кампанії, досяжність до цільової рекламної аудиторії, перевірка доцільності витрат на конкретний носій.

Після проведення рекламної кампанії доцільно провести оцінювання ефективності рекламної кампанії. Аудит проводиться щодо і економічних показників – прибутку, динаміка продажів тощо, і комунікаційних показників – рівень відомості, ставлення до марки або товару, рівень лояльності і т.д.

Основними вимогами до аудиту рекламної діяльності є діагностичний характер; багатовимірність аналізування результативності і ефективності реклами; застосування методів кількісного і якісного характеру під час тестування реклами; поєднання комунікаційних та економічних показників ефективності; використання комплексної системи маркетингової інформації.

Аудит РД буде ефективним лише за умови періодичного проведення аудиту персоналу підрозділу реклами. Аудит такого підрозділу та його місце в

системі аудиту підприємницької діяльності підприємства зображено на рис. 1, необхідно здійснювати за такими показниками: професіональна підготовка – вища економічна освіта, включаючи маркетингову спеціалізацію; професійні знання предметної області; особистісні характеристики, ділові якості: ініціативність; лідерські якості; емоційна стійкість; навички командної роботи; здатність приймати рішення; креативність; готовність до ризику; адміністративні здібності: вміння планувати свою діяльність; організаторські навички; відповідальність за доручену справу; мотивація праці: прагнення до професійного зростання; інтерес до виконуваної роботи; зацікавленість у кінцевих результатах.

Таким чином, пропонуємо власне визначення аудиту рекламної діяльності: аудит рекламної діяльності підприємства – це періодичне системне оцінювання та контроль рекламної діяльності підприємства в процесі планування, управління та координації рекламної кампанії з метою визначення проблем, оцінювання ефективності та вдосконалення бюджетування рекламної кампанії, концепції рекламного повідомлення, рекламної продукції, медіа планування, роботи персоналу рекламного відділу в процесі планування та реалізації рекламної кампанії підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можемо зробити висновки: аудит рекламної діяльності дає можливість виявити нові напрямки рекламної діяльності та шляхи їх реалізації. Тобто за допомогою такої сучасної форми контролю керівництво може не лише оцінити поточний стан підприємства з точки зору управління, а і надає можливість уникати проблем в подальшій діяльності. Особливо актуальним застосування аудиту рекламної діяльності є в діяльності великих підприємств, які використовують масштабні маркетингові та рекламні проекти і ставлять перед собою низку важких для досягнення маркетингових або рекламних цілей.

Аудит рекламної діяльності підприємства є універсальним аналітичним методом діагностики та контролю. Його застосування є однаковою мірою актуальним для підприємств різних напрямів діяльності, але необхідно враховувати специфіку галузі, оскільки саме від неї залежить, які елементи і якою мірою варто досліджувати.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Адамс Р. Основы аудита: Пер. с англ. / Под ред. Я.В. Соколова. / Р. Адамс – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
2. Редько О.Ю. Аудит в Україні. Монографія : монографія / О.Ю. Редько. – К. : ДП «Інформ.-аналіт. Агентство», 2008. – 493 с.
3. Каменська Т.О. Внутрішній аудит. Сучасний погляд : монографія / Каменська Т.О. – К. : ДП «Інформ.-аналіт. Агентство», 2010. – 499 с.
4. Зотов Ф.П. Современный внутренний аудит в управлении качеством: методология, практика, развитие теории: монографія / Ф.П. Зотов, А.Б. Семенов. – Екатеринбург: Урал. гос. лесотехн. ун-т, 2012 – 138 с.
5. Гончарук Я. А. Аудит : навч. посіб. / Я.А. Гончарук, В.С. Рудницький. – 3-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2007. – 443 с.
6. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации / В.В. Бурцев. – М. : Экзамен, 2000. – 386 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер – М. : Бизнес-книга, ИМА – Кросс, 1995. – 702 с.
8. Млинко І.Б. Аудит маркетингу: сутність, основні етапи та сфери проведення / І.Б. Млинко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. – 2011. – № 720. – С. 217–225.

9. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит як складова маркетингової діяльності підприємства / Т.Є. Дерев'янченко // Проблеми формування ринкової економіки: Міжвідомчий науковий збірник. – Вип. 9. – К. : КНЕУ, 2001. – С. 237–245.
10. Плаксієв Т.О. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення / Т.О. Плаксієв, Г.В. Пухальська // Вісник ХНУ. Економічні науки. – Хмельницький. – 2009. – № 2. – Т. 1. – С. 74–77.
11. Гараніна І.І. Механізм оцінювання ефективності рекламного повідомлення нової марки / І.І. Гараніна // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Логістика. – 2012. – № 749. – С. 139–143.

УДК 005.591.3:[658:662.21.3]

Гаркуша О.Ю.

*здобувач кафедри прикладної економіки
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито сутність теоретичних підходів до визначення понять «управління», «механізм». На основі узагальнення цих підходів визначено сутність механізму управління розвитком підприємства та обґрунтовано його складові з урахуванням специфіки діяльності виноробних підприємств. Охарактеризовано головну мету, завдання та принципи управління розвитком підприємства, а також етапи реалізації бізнес-процесів та функцій виноробного підприємства.

Ключові слова: механізм, управління, розвиток, виноробне підприємство, концептуальний підхід, принципи управління, закони, закономірності, процесний підхід.

Гаркуша А.Ю. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье раскрыта сущность теоретических подходов к определению понятий «управление», «механизм». На основе обобщения этих подходов определена сущность механизма управления развитием предприятия и обоснованы его составляющие с учетом специфики деятельности винодельческих предприятий. Охарактеризованы главная цель, задания и принципы управления развитием предприятия, а также этапы реализации бизнес-процессов и функций винодельческого предприятия.

Ключові слова: механізм, управління, розвиток, винодельческое предприятие, концептуальный подход, принципы управления, законы, закономерности, процессный подход.

Garkusha A.U. CONCEPTUAL APPROACH TO THE FORMATION MECHANISM OF MANAGEMENT DEVELOPMENT OF WINERY ENTERPRISE

The article reveals the essence of the theoretical approaches to the definition of «management», «mechanism». On the basis of summarizing these approaches defines the essence of the mechanism of management development of the enterprise and justified its components with respect to the specifics of winery enterprises. Characterized the main purpose, tasks and principles of management development of enterprise, and implementation phases of business processes and functions of winery enterprise.

Keywords: mechanism, management, development, winery enterprise, conceptual approach, management principles, laws, patterns, process approach.

Постановка проблеми. В умовах трансформаційних економічних процесів у країні перед вітчизняними підприємствами постає проблема забезпечення стійкого функціонування та розвитку, високого рівня конкурентоспроможності та життєздатності, вчасної адаптації до невизначених умов зовнішнього середовища та стрімких змін, які відбуваються в ньому. Додатковою проблемою для сучасних підприємств, яка потребує своєчасного вирішення, залишається проблема забезпеченості збалансованості окремих сфер, напрямів діяльності та бізнес-процесів підприємства, результатів їх функціонування та перетворень, зміни кількісних та якісних параметрів діяльності у часі, що визначає характер та вектор майбутнього розвитку підприємства та рівень його прогресивності. Вирішення зазначених питань потребує розробки чи удосконалення існуючих способів, методів, прийомів та дій, які дозволяють ефективно функціонувати у поточному періоді та здійснювати прогресивні зміни у довгостроковій перспективі. У сукупності такі заходи складають механізм управління розвитком підприємства, який у сучасних умовах господарювання органічно охоплює всі аспекти операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління розвитком підприємств розглянуті у роботі таких вчених: І.О. Богатирьова, О.О. Бакунова, О.В. Виноградова, О.Л. Гапоненка, О.В. Грабельської, А.В. Головача, С.П. Дунди, Є.Г. Єліферова, Л.С. Запасної, А.Т. Зуба, Л.А.Костирко, Н.Т. Малої, А.П. Панкрухіна, Ю.С. Погорелова, Ю.А. Путятіна, А.І.Пушкаря, О.В. Раєвнєвої, Н. Сичової, І.В. Смоліна, М.Р. Тимощука, Р.В. Фащура, Л.В. Фролової, М. Хаммера та ін. Окремі наробітки з формування механізмів управління розвитком з урахуванням особливостей діяльності підприємств виноробної галузі зроблені Є.І. Аметовою, М.В. Дунаєвою, Ю.В. Жежелем, А.Н. Зотовим, В.І. Іванченком, О.В. Лужецькою та ін. Однак огляд зазначеної економічної літератури довів, що на сьогодні більшість питань управління розвитком підприємств та формування відповідних механізмів потребують систематизації та удосконалення. Подібні явища відбуваються й на виноробних підприємствах, де вони практично не визначені, а зокрема, відкритими залишаються питання змістовного наповнення та складових механізму управління розвитком.

Постановка завдання. Метою дослідження є удосконалення концептуального підходу до формування механізму управління розвитком з урахуванням специфічних особливостей господарської діяльності виноробних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розробка теоретичних положень управління, спрямованого на стійкий економічний розвиток виноробних підприємств, потребує творчого поєднання передових досягнень, прийомів та підходів сучасного менеджменту, а також урахування окремих концептуальних положень, розроблених останнім часом.

На основі існуючих в спеціальній літературі підходів до управління (системного та процесного) для початку доцільно визначити сутність таких понять, як «управління» та «управління розвитком підприємства».

Для розкриття сутності поняття «управління» доцільно проаналізувати різні трактування сучасних науковців.

Широке висвітлення сутності управління надається в тлумачних словниках. Так, В. Даль термін «управляти» характеризує як «...керувати, спрямовувати діяльність будь-кого, будь-чого» [1, с. 142]. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови надається такі визначення поняттю «управління»: «...спрямування діяльності, роботи кого-, чого-небудь; спрямування ходу процесу; впливати на розвиток, стан чого-небудь. Крім цього, управління можна визначити як процес впливу і, водночас, як систему суб'єктів і об'єктів управління та управлінських дій» [2, с. 26]. У словнику А.Б. Борисова управління визначається як «...свідомий цілеспрямований вплив з боку суб'єкта на об'єкт, що здійснюється з метою спрямувати їх дії у потрібне русло та отримати бажаний результат» [3, с. 68]. Такий підхід підтримує й Б.З. Гвоздьов, який зазначає, що «...управління являє собою комплекс дій, необхідних для забезпечення узгодженої спільної діяльності людей, а також сукупність ланок, які здійснюють управління та зв'язки між ними» [4, с. 23].

З технологічної точки зору сутність управління відповідає терміну «вплив», який визначає управління як «...дію, результатом якої є зміна керованого процесу, предмета чи явища, їх перетворення, перехід із одного стану в інший» [4, с. 71-72].

Більш широко визначення сутності управління надає С.В. Івахненко, який вважає, що це поняття багатогранне, тому його потрібно розглядати під різними кутами: як процес, як організацію цього процесу та як стиль управління [5, с. 41]. Найпоширенішим є трактування управління як «сукупності процесів, що забезпечують підтримку системи в заданому стані та/або переведення її до нового (більш бажаного, планового) стану шляхом організації та реалізації цілеспрямованих управлінських дій» [4, с. 38], тобто процесу впливу суб'єкта на діяльність керованого об'єкта для досягнення поставленої мети.

З позицій системного підходу цікавим доцільно вважати трактування таких науковців, як В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань та З.Є. Шершньова, С.В. Оборська, які вважають, що «...управління – це система ідей, принципів, уявлень, які визначають мету функціонування підприємства, механізм взаємодії суб'єкта та об'єкта управління, характер відносин між окремими ланками його внутрішньої структури, а також необхідний ступінь урахування впливу зовнішнього середовища на розвиток підприємства» [6, с. 143; 7, с. 54].

Таким чином, кожне із наведених визначень поняття «управління» та підходів до нього заслуговує

на увагу та виступає базисом в обґрунтуванні сутнісних характеристик поняття «управління розвитком підприємства». Е межах даного дослідження перевагу надано процесному підходу до управління, тобто поняття «управління» пропонується розглядати як «сукупність певних процесів».

Отже, використовуючи процесний підхід до управління та враховуючи сутність поняття «розвиток підприємства», можна запропонувати наступне визначення: управління розвитком підприємства являє собою сукупність процесів щодо формування та здійснення кількісних та якісних змін, здатних забезпечити стійке економічне зростання та одночасну збалансованість бізнес-процесів підприємства всупереч впливу зовнішнього та внутрішнього середовища за рахунок ефективного використання ресурсного потенціалу, компетенцій та конкурентних переваг.

Виходячи із запропонованого визначення, реалізація сукупності процесів щодо формування та здійснення кількісних та якісних змін на підприємстві потребує розробки певного механізму управління розвитком.

Підходи сучасних науковців до розуміння механізмів управління як складової системи управління, які забезпечують ефективний вплив на діяльність керованого об'єкта, є досить конструктивними. Вони допомагають зрозуміти процеси, що відбуваються в управлінні, і виявити роль сукупності процесів, поєднаних у механізми досягнення бажаного результату [4, с. 73]. Тому система управління містить таку складову, як механізми, що поєднують односпрямовані функції, інструменти та моделі управління. В свою чергу, функції, моделі та інструменти управління визначаються специфікою діяльності підприємств [4, с. 75]. Оптимальне їх поєднання забезпечує ефективність застосування управлінських механізмів. Тому виникає необхідність налагодження цих механізмів на основі узгодження складових, які їх утворюють.

Категорія «механізм» запозичена з технічної термінології і вже давно широко використовується в економічній науці і практиці господарювання, але й сьогодні її сутність потребує уточнення й методологічного обґрунтування.

Виходячи з першооснови цього поняття як технічної категорії, за якою механізм розглядається як система тіл, призначених для перетворення руху одного чи декількох твердих тіл у потрібний рух інших твердих тіл, зазвичай виділяється вхідна ланка, яка отримує поштовх від двигуна, та вихідна, що є корисним результатом дії механізму [4, с. 75]. Тому завдання проектувальника, як зазначають науковці, полягає в підборі таких елементів і побудові їх взаємодії таким чином, аби досягти на «виході» необхідних значень усіх суттєвих параметрів з мінімальними витратами енергії [4, с. 76].

Розглядаючи поняття «механізм» в економічних і соціальних дослідженнях, М.С. Дороніна наголошує, що «...у підприємства, з одного боку, завжди є деяка сукупність «вхідних» умов, які зумовлюють формування того чи іншого механізму, а з другого боку, є деякий «вихід» – економічні і соціальні процеси, що породжуються відповідним механізмом». Таке твердження дозволяє трактувати механізм як певну складну організовану систему, яка переробляє вхідні умови, що склалися, у бажаний вихід – процеси [4, с. 129].

Ґрунтуючись на проведених дослідженнях, можна зробити висновок, що існуючі в літературі визначення поняття «механізм» уточнюють, конкретизу-

ють та доповнюють одне одного. Систематизовано їх представляє Л.В. Фролова як сукупність (або систему) формальних і неформальних правил, процедур, методів, способів, форм, важелів, функцій управління економічними відносинами різного рівня [4, с. 130]. В цьому випадку механізм управління виступає засобом впливу суб'єкта на функціонування та зміну об'єкта.

Отже, узагальнення існуючих думок з приводу сутності і структури механізму управління [4; 5; 6; 7], надало змогу запропонувати наступне визначення: механізм управління розвитком підприємства являє собою комплекс дій і технік організаційно-економічного характеру, спрямованих на забезпечення стійкого економічного зростання при збалансованості бізнес-процесів на основі використання певних способів, методів та інструментів управління розвитком підприємств, що відповідають специфіці їх діяльності та галузевим особливостям функціонування.

Доцільно зазначити, що певні елементи механізму управління на багатьох підприємствах вже сформовані та функціонують, хоча і не комплексно, і не з чіткими завданнями. Отже, для удосконалення концептуального підходу до формування механізму управління розвитком виноробного підприємства доцільно удосконалити існуючі його елементи та складові з урахуванням галузевої специфіки їх діяльності. Ті ж елементи та складові, яких не існує на виноробних підприємствах, доцільно розробити та запровадити у практику їх господарювання.

Таким чином, виходячи із сутності механізму управління розвитком підприємства та необхідності удосконалення його складових для підприємств виноробної галузі, в якості основних блоків такого механізму пропонується виділити такі: теоретико-методологічний базис, науково-методичний базис та процесно-функціональний базис. Крім цього, центральним елементом механізму управління розвитком підприємства, який визначає, дотримується, враховує, використовують, здійснює та координує елементи запропонованих складових блоків механізму, виступає управлінський персонал та організаційна структура виноробного підприємства.

Так, до складу теоретико-методологічного базису механізму управління розвитком виноробного підприємства доцільно віднести наступні елементи: сукупність законів та закономірностей, а також галузевих особливостей функціонування підприємств, які повинні враховувати керівництво у процесі здійснення змін; сукупність певних принципів управління, які витікають із змістовної сутності розвитку підприємства і дотримання яких є основою успішної реалізації цілей розвитку; головна мета та завдання управління, які визначаються управлінським персоналом та узгоджуються із загальною стратегією підприємства.

Враховуючи той факт, що функціонування виноробного підприємства відбувається в умовах постійного впливу ентропії, дії економічних законів, циклічності, синергії, самозбереження, загальних законів діалектики, інших законів та закономірностей, є необхідним їх урахування в процесі розробки механізму управління розвитком виноробного підприємства.

Роздивимось основні групи законів та закономірностей, на основі яких здійснюється управління розвитком виноробного підприємства.

Виходячи із сутності та основних характеристик розвитку як економічної категорії, фундаментальною базою здійснення змін на підприємстві є загаль-

ні закони діалектики, тобто загальнонаукова методологія, до якої відносяться закони єдності і боротьби протилежностей та закон переходу кількісних змін в якісні. Результатом дії першого з фундаментальних законів є система протиріч (між плановістю розвитку і неповною визначеністю умов господарювання, централізацією і децентралізацією управління розвитком та ін.), а закону переходу кількісних змін в якісні – перехід підприємства до етапу життєвого циклу з більш ефективним використанням наявних ресурсів, розробкою і виробництвом нових видів продукції, технології тощо [4, с. 131].

Оскільки розвиток є економічною категорією, то процес управління ним повинен враховувати систему загальних специфічних економічних законів, таких як закон попиту та пропозиції, закон вартості, закон конкуренції, закон зростаючих потреб, закон ефекту масштабу тощо, які визначають певні умови, параметри, характер, напрямок та масштаби майбутнього розвитку підприємств з урахуванням галузевих особливостей їх функціонування.

Обов'язковою умовою розвитку підприємства є також урахування загальних законів організації, основними з яких є: закон онтогенезу, композиції і пропорційності, самозбереження, синергії, впорядкованості, єдності системи управління, централізації, єдності аналізу і синтезу.

Важливе значення в процесі розвитку підприємства відводиться на урахування закономірностей функціонування підсистем забезпечення виробничої діяльності [4, с. 132]. Тобто зміни, які відбуваються на підприємстві, повинні враховувати особливості функціонування окремих бізнес-процесів та їх взаємозв'язок.

Процес управління розвитком підприємств потребує урахування галузевої специфіки їх діяльності, а також ключових факторів успіху, характерних для кожної окремої галузі, які визначають основні напрями та характер розвитку підприємств у майбутньому. Так, галузеві особливості діяльності підприємств виноробної галузі пропонується розглядати в межах двох груп: зовнішні (достатня структурованість галузі, виключно позиційний характер конкуренції, висока концентрація галузі, існування тенденції до її консолідації, висока чутливість до коливань ринкової кон'юнктури та безпосередня залежність від рівня життя та платоспроможності населення, сезонний характер реалізації готової продукції) та внутрішні (сезонно-кліматична та сировинна орієнтованість виробництва, тривалий витратний цикл виробництва та фінансовий цикл, матеріаломістке та витратомістке виробництво, нерівномірність ділової активності та завантаження виробничих потужностей протягом року, наявність сильного впливу фактору інертності, переважання у структурі оборотних активів високої частки низьколіквідних активів, фінансування оборотних активів за рахунок довгострокових та постійних пасивів, значна частка оборотного капіталу в активах підприємств, тривалий період їх обертання, зростання частки позикового капіталу, значний обсяг ручної праці практично на всіх стадіях виробничого процесу).

Ефективне управління розвитком виноробних підприємств забезпечується за допомогою реалізації певних принципів, які являють собою основні, вихідні положення, встановлені загальноприйнятими, широко розповсюдженими правилами дій та властивості економічних процесів [1, с. 23], або ж вихідні положення економічної теорії, основні правила організації конкретної економічної діяльності [3, с. 67].

На нашу думку, реалізація процесу управління розвитком саме підприємств виноробної галузі повинна базуватися на принципах, адекватних умовам та особливостям їх функціонування, а також враховувати сутнісні характеристики самого поняття «розвиток підприємства» та базуватися на принципах загального менеджменту [4, с. 156]. Узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду організації управління розвитком дозволяє запропонувати наступні принципи управління розвитком виноробних підприємств: цілеорієнтованості, циклічності, безперервності, інерційності, адаптивності, гнучкості, динамічності, пропорційності, збалансованості, стабілізації, альтернативності, оптимальності, інтегрованості, системності, комплексності [4; 5; 6; 7].

Кожен з наведених принципів управління розвитком має свої особливості саме в підприємствах виноробної галузі.

Розвиток виноробного підприємства як сукупності змін передбачає визначення складу, структури елементів, підсистем, бізнес-процесів та виявлення основних взаємозв'язків між ними; виявлення зовнішніх зв'язків системи і вибір головних з них; визначення функцій системи та закономірностей її функціонування з метою отримання бажаного результату з урахуванням сукупного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів розвитку [4, с. 134]. Всі ці аспекти відображає принцип системності розвитку підприємства.

Системність розвитку завжди доповнюється його комплексністю, під якою розуміється не тільки необхідність урахування та аналізу всього спектру особливостей та факторів розвитку, але й належне поєднання застосовуваних методів здійснення змін на підприємстві.

Гнучкість процесу управління розвитком передбачає стійкість, адаптацію та пристосування підприємства до змін зовнішнього середовища та забезпечення можливостей проведення своєчасних змін в процесі управління [4, с. 164], а також передбачає можливість коригування цільових параметрів в цілому чи окремих кількісних значень кожного з них під впливом змін факторів середовища функціонування виноробного підприємства.

Орієнтованість процесу управління розвитком на стратегічні цілі розвитку виноробного підприємства передбачає охоплення всіх рівнів функціональних підрозділів, бізнес-процесів, координацію заходів у часі, інтеграцію в рамках управлінської ієрархії [4, с. 145]. Окрім цього, якщо цілі розвитку суперечать місії та стратегічним цілям підприємства, то їх доцільно відкинути або переглянути.

Інтегрованість процесу управління розвитком із загальною системою управління підприємством. Врахування даного принципу є важливим, оскільки у якому б напрямку діяльності виноробного підприємства не приймалося управлінське рішення, воно, безперечно, буде здійснювати безпосередній чи непрямий вплив на зміни його параметрів [4, с. 123]. Такі положення й визначають необхідність органічного поєднання питань управління розвитком з усіма функціональними системами управління, бізнес-процесами та загальною системою управління підприємством.

Високий динамізм та безперервність процесу управління розвитком підприємства також є важливими принципами. Специфіка передачі інформації у просторі та часі висуває відповідні вимоги стійкості до об'єктів. Оскільки розвиток підприємства передбачає здійснення сукупності певних змін, то оцінку

результатів їх впровадження доцільно здійснювати в динаміці за допомогою аналізу динамічного ряду дискретних оцінок [7, с. 136]. Динамічна реакція на можливі відхилення в ході впровадження змін на підприємстві під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів означає гнучкість системи управління.

Розвиток підприємства повинен зберігатися не тільки під впливом динамічних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, але й характеризуватися ступенем безперервності, оскільки дискретні оцінки не надають можливості помітити стрибкоподібні відхилення ключових показників, які виникають під дією зазначених факторів [4, с. 149]. Тому є необхідним організація на підприємстві відповідної підсистеми безперервного моніторингу, який дозволить би оперативно вирішувати не тільки проблеми, що виникають в процесі розвитку, але й задачі стратегічної спрямованості [5, с. 214].

Принцип оптимальності процесу управління розвитком проявляється в тому, що здійснення сукупності змін на підприємстві повинно відбуватися та оцінюватися з позицій соціально-економічної ефективності. Тобто отримані результати від впровадження відповідних змін повинні перевищувати витрати на їх здійснення та задовольняти інтереси усіх зацікавлених учасників: власників, працівників, контрагентів, держави тощо.

Принцип інерційності в процесі управління розвитком підприємства проявляється в продовженні змін потенціалу підприємства на деякий час навіть після закінчення впливу змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі. На підприємствах інерційність проявляється у використанні застарілого обладнання, знань, організаційних структур [6, с. 156].

Важливими принципами управління розвитком підприємства виступають принципи пропорційності та збалансованості, які витікають із сутності самого поняття «розвиток підприємства», та означають, що зміни кількісних та якісних показників повинні відбуватися пропорційно між собою, тим самим забезпечуючи збалансоване функціонування різних бізнес-процесів підприємства.

З врахуванням сутності управління розвитком виноробного підприємства, галузевих особливостей його функціонування, визначених груп законів та принципів формуються головна мета та завдання такого управління. Виділяючи головну мету управління розвитком підприємств виноробної галузі, варто зазначити, що вона повинна органічно поєднуватися з місією підприємства в цілому та реалізовуватися в одному напрямку з нею.

Отже, головну мету управління розвитком виноробного підприємства пропонується формулювати таким чином: забезпечення стійкого економічного зростання та одночасної збалансованості бізнес-процесів для стабільного функціонування та прогресивного розвитку підприємства в майбутньому.

Виходячи з наведених особливостей функціонування виноробних підприємств та змістовних характеристик управління розвитком, реалізація головної мети управління передбачає вирішення комплексу завдань, наведених на рис. 1.

Визначення та характеристика елементів теоретико-методологічного базису механізму управління розвитком виноробного підприємства надало змогу перейти до формування елементів його науково-методичного та процесно-функціонального базисів, які у сукупності та взаємозв'язку являють собою концептуальний підхід до формування механізму управління розвитком виноробного підприємства.



Рис. 1. Головна мета та завдання управління розвитком виноробного підприємства

У якості складових елементів науково-методичного базису механізму управління розвитком виноробного підприємства пропонується виділяти: критерії розвитку, систему показників оцінки розвитку, методи, інструменти, методики, техніки та технології, а також ресурсний потенціал та компетенції підприємства, за допомогою яких здійснюється управління його розвитком.

Виходячи із сутності критерію як відмітної ознаки будь-чого [2, с. 78], критерії розвитку виноробного підприємства повинні відповідати та не суперечити головній меті та завданням управління розвитком, а також враховувати галузеві особливості діяльності та фактори розвитку виноробних підприємств. У зв'язку з вищевикладеним були виділені такі критерії розвитку підприємства виноробної галузі: оптимальний рівень розвитку за напрямом та масштабом; оптимальний рівень адаптивності розвитку, оптимальний рівень збалансованості розвитку, оптимальний рівень прогресивності розвитку.

У залежності від визначених критеріїв розвитку формується система часткових, інтегральних, кількісних та якісних показників оцінки, за допомогою яких визначаються напрям, масштаб розвитку, ступінь чутливості до змін зовнішнього середовища, рівень збалансованості бізнес-процесів, резерви розвитку тощо.

Здійснення процесів управління розвитком підприємства відбувається на основі використання різних методів, інструментів, методик, а також техніки і технології. Для цілей управління саме розвитком підприємства як динамічного процесу зазвичай застосовуються статистичні методи, методи факторного аналізу, економіко-математичного моделювання, прогнозування та інші, які у поєднанні утворюють різні методики оцінки розвитку, вибору стратегії розвитку та його моделювання. Технологія управління розвитком – це безперервний творчий процес підтримання стійкого режиму функціонування системи

шляхом прийняття та реалізації господарських рішень [1, с. 318].

Ефективність проведення змін як основи розвитку підприємства є розмір та якісний склад його ресурсного потенціалу та наявні компетенції. Тому в умовах змін в зовнішньому середовищі однією з першочергових задач керівництва підприємства стає формування і оцінка поточних та перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу. Це обумовлено необхідністю забезпечення ефективності функціонування і зміцнення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Формування потенціалу підприємства являє собою процес реалізації заходів по забезпеченню ринкових можливостей підприємства шляхом зміни його характеристик та властивостей до необхідного рівня, відповідно до поставлених цілей. Потенціал підприємства складається з різних ресурсів. Наявність ресурсів як основи для формування потенціалу не є гарантією досягнення мети розвитку, для цього важливо володіти певними здібностями (компетенціями) управляти ресурсами в ході роботи підприємства.

Останньою складовою механізму управління розвитком виноробного підприємства є процесно-функціональний базис, який включає основні функції управління, види бізнес-процесів виноробного підприємства та етапи реалізації цих процесів та функцій. Так, в процесі управління розвитком виноробного підприємства головна мета, його основні задачі та принципи реалізуються шляхом здійснення певних функцій. Ґрунтуючись на загальній теорії менеджменту [4; 5; 6; 7], процес управління розвитком в підприємстві може реалізовувати через такі основні функції: організації, планування, обліку і контролю, діагностики та моніторингу, мотивації. Розглянуті галузеві особливості діяльності виноробних підприємств дозволили виділити такі групи бізнес-процесів, які впливають на їх розвиток, як: виробничо-технологічні, фінансові та маркетингові бізнес-процеси.

До основних етапів реалізації процесів та функцій управління розвитком виноробного підприємства доцільно віднести: аналіз галузевих особливостей та тенденцій розвитку виноробних підприємств; комплексну оцінку розвитку виноробного підприємства; обґрунтування стратегії розвитку підприємства; моделювання динаміки та збалансованості темпів економічного зростання.

Усі заходи щодо здійснення комплексу змін на підприємстві повинні бути спрямовані на задоволення економічних інтересів окремого працівника, колективу підприємства та суспільства в цілому, а також забезпечення максимально можливого використання потенціалу підприємства при дотриманні економічних, екологічних і соціальних інтересів суспільства.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, запропонований механізм управління розвитком виноробного підприємства, організований на його теоретико-методологічному, науково-методичному та процесно-функціональному базисах, створить основу для забезпечення належного рівня збалансованості

бізнес-процесів та конкурентоспроможності підприємства, досягнення стратегічних цілей діяльності та прогресивного розвитку виноробного підприємства, і, як наслідок, забезпечення його економічної рівноваги в майбутньому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка : Современ. написание : в 4 т. / В.И. Даль, 2001. – Т. 4 Р-Я. – 1144, [1] с.
2. Івченко А.О. Тлумачний словник української мови. Довідкове видання / А.О. Івченко. – Харків : Фоліо, 2002. – 446 с.
3. Большой экономический словарь / [авт.-сост. Борисов А.Б.]. – М. : Книжный мир, 2002. – 892, [2] с.
4. Фролова Л.В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством : [монографія] / Л.В. Фролова – Донецьк. : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2005. – 322 с.
5. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: [навч. посіб.] / С. В. Івахненко. – [3. вид., випр. і доп.]. – К. : Знання, 2006. – 350 с.
6. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К. : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. – 560 с.
7. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [Підручник] / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

УДК 338

Головко І.О.

аспірант кафедри економіки і фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного університету

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ОРЕНДНИХ ОПЕРАЦІЙ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

У даній статті проаналізовано умови реалізації відносин власності через відносини оренди. Особливу увагу приділено орендним операціям як різновиду господарських операцій. Визначено нормативні передумови їх здійснення та розкрито їх сутнісні характеристики.

Ключові слова: відносини власності, оренда, орендна операція, роздрібна торгівля.

Головко И.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ АРЕНДНЫХ ОПЕРАЦИЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В данной статье проанализированы условия реализации отношений собственности через отношения аренды. Особое внимание уделено арендным операциям, как разновидности хозяйственных операций. Определены нормативные предпосылки их осуществления и раскрыты их существенные характеристики.

Ключевые слова: отношения собственности, аренда, арендная операция, розничная торговля.

Golovko I.A. THEORETICAL ASPECTS OF ESSENCE RENTAL OPERATIONS IN RETAIL

In this article the terms of property relations through relationships rent. Particular attention is paid to the lease transactions as a form of business transactions. By the regulatory preconditions for their implementation and revealed their essential characteristics.

Keywords: Property relations, rent, lease transaction, retail.

Постановка проблеми. Однією з базових умов розвитку торговельного підприємництва є наявність та доступність обладнаних площ для організації та проведення торговельної діяльності. Висока вартість об'єктів торговельної нерухомості робить їх недоступними для більшості суб'єктів торговельної діяльності, а відтак – стає бар'єром для її здійснення. Вирішення проблеми потребує реалізації альтернативного варіанту у вигляді оренди шляхом здійснення орендних операцій. Методика їх організації та наукове обґрунтування набуває все більшої актуальності в зв'язку із зростанням ролі торгівлі як індикатора розвитку національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базовою економічною категорією, що є передумовою виникнення оренди, виступає власність. У наукових джерелах вітчизняних вчених висвітлена категорія оренди, яка є похідною від власності. Досить широко оренда представлена через систему договірних відносин. У працях Я.Б. Усенко, А.Б. Барихіна, А.Б. Борисова, А.Г. Загороднього, А.Г. Грязнової. В якості майнових відносин оренду розглядають А.Н. Азрімян, О.С. Мельничук, І.О. Волкова. З позицій соціально-трудового аспекту форми організації праці оренду досліджують Л.М. Сатир та М.О. Яценко. Таке різноманіття наукових та власного бачення сутності оренди засвідчує багатоаспектність існуючої проблеми.

Формулювання цілей. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у:

- дослідженні відносин власності;
- обґрунтуванні різниці між окремими похідними категоріями власності;
- визначенні сутності оренди;
- обґрунтуванні особливостей оренди в торгівлі;
- дослідженні сутності орендних операцій та їх основних сутнісних характеристиках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Невід'ємною і необхідною умовою здійснення господарської діяльності підприємства виступають засоби виробництва як сукупність засобів і предметів праці, що використовуються в процесі виготовлення продукції, виконанні робіт та наданні послуг [1]. Одним із найважливіших засобів здійснення підприємницької діяльності виступає нерухоме майно, приміщення для організації і здійснення підприємницької діяльності. Особливою є роль нерухомості в організації місць роздрібною торгівлі, у здійсненні торговельної діяльності.

Господарська діяльність у сфері торгівлі може спиратися на різні соціально-економічні способи залучення нерухомості у господарський процес. Безумовно, володіння нею на правах власності є вигідним з погляду економічного ефекту (немає витрат на

платежі власникові), але це не завжди є можливим. Суперечність між об'єктивною потребою підприємців здійснювати діяльність в спеціалізованих об'єктах нерухомості та відсутністю можливості мати такі приміщення у власності може стати перешкодою в процесі розширеного відтворення та неможливістю реалізувати торгівлею своїх функцій в ринковій економіці. Формою розв'язання зазначеної суперечності стає оренда, при цьому вона не повинна протиставлятися господарюванню власника ні з погляду прибутковості, ні з позицій комфортності управління виробничим процесом, ні в плані соціального значення виникаючих відносин. Це саме інший тип, тобто інша модель організації діяльності, яка є не гіршою і не кращою [2, с. 528].

Враховуючи обмеженість ресурсного базису для ведення підприємницької діяльності та обмеженість доступу до цих ресурсів (в силу неможливості мати його у власності), але наявного бажання реалізувати право підприємницької ініціативи, визначає наявність протиріччя. Результатом наявного протиріччя може виступати реакція ринкових механізмів через еволюційний продукт розвитку (для поповнення нестачі у ресурсах) у вигляді використання сукупності елементів майнового найму.

Виникнення оренди – це наслідок можливості ре-

алізувати право будь-якої особи на реалізацію підприємницької діяльності. Світовий досвід і світова практика доводять, що на кожному історичному етапі оренда стає органічною складовою виробничих, економічних, соціальних відносин та сприяє ефективному використанню накопиченого всіма попередніми формаціями елементами матеріального базису виробництва. Ідея оренди походить з глибини віків, проте її актуальність не знижується ні з перебігом часу ні з переходом від одного типу економічної системи до іншої. Розуміння оренди засновано на розмежуванні права власності і права користування майном, при збереженні прав власності орендодавця.

Реалізація відносин власності через право користування об'єктом сприяє зростанню ролі різних форм майнового найму. Найбільшого розповсюдження за сучасних умов господарювання набула оренда, якій відводиться досить особлива історична роль. Не виключено, що саме за її сприяння відбувається становлення нових форм власності. Адже, інвестуючи кошти у поліпшення орендованої нерухомості, орендарі стають їх співвласниками, а, можливо, і власниками. Все це підтверджує особливість та необхідність явища оренди в умовах ринкових відносин.

Проте виділення оренди як домінуючого виду майнового найму у всіх сферах господарювання ак-

Таблиця 1

Порівняння категорій «оренда», «лізинг», «найм» з позиції виділення спільних і відмінних рис [розроблено автором]

	Категорія		
	Оренда	Лізинг	Найм
Сутність категорії	Оренда (від лат. <i>arrendare</i> – віддавати в борг) – це наймання або здача майна, оформлені договором, відповідно до якого одна сторона – власник майна – надає його за певну плату в тимчасове користування іншій стороні – орендарю.	Підприємницька діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингоодержувачу майна	Визначено як такий договір, за яким одна сторона передає іншій річ або послугу інший на термін, а інша сторона передає першій у власність річ або гроші як відшкодування.
Форма прояву	Договірні відносини Оренда є організаційною формою діяльності, виражає відносини власності, особливу систему господарювання. Однак, як і будь-яке самостійне явище, як ринкова економічна категорія вона має різні форми прояву, які можна уявити з різним ступенем конкретності.	Договірні відносини Фактично лізинг являє собою форму матеріально-технічного постачання з одночасним кредитуванням та орендою. При лізингу лізингоодержувач сплачує лізингодавцю не орендну плату, а повну вартість майна.	Договірні відносини Сенс договору найму в тому, що наймодавець передає наймоотримувачу предмет договору у тимчасове користування, а сам отримує у порядку відшкодування гроші або речі на праві власності; тобто відбувається обмін права власності на право користування або на чисте зобов'язання
Предмет	можуть бути речі, що визначені індивідуальними ознаками, тобто тільки їм властивими ознаками, що вирізняють їх з-поміж інших однорідних речей, індивідуалізуючи їх, і такі, що є неспоживними, тобто такими, що призначені для неодноразового використання та зберігають свій первісний вигляд протягом тривалого часу. Також, відповідно до ч. 2 ст. 760 ЦК України, можуть бути майнові права	предметом договору лізингу може бути неспоживна річ, визначена індивідуальними ознаками, віднесена відповідно до законодавства до основних фондів	можна наймати речі для свого господарського використання (<i>gerum</i>), можна наймати роботу-послуги безвідносно до її конкретного змісту, (<i>operatum</i>), можна наймати людину на роботу, маючи на увазі її результат, тобто господарський сенс для наймодавця представляє не процес, а те, що вийде в підсумку (<i>operis</i>)
Особливості і технологія оформлення угоди отримання майна	при оренді, від майбутнього орендаря не вимагається представляти орендодавцю жодних фінансових документів. Максимум, що надається, це платіжні реквізити, необхідні для складання договору оренди та виставлення рахунків до оплати.	проведення комплексної оцінки платоспроможності лізингоодержувача, що вимагає подачі повного пакету документів по підприємству і займає досить велику кількість часу. Процедура видачі лізингу може тривати 1-6 місяців	Особливостей не визначено
Період та строки	Договір оренди, як правило, не перевищує шести-дванадцяти місяців.	При проведенні лізингових операцій угоди укладаються до п'яти і більше років	договір найму укладається на строк, встановлений договором. Якщо строк найму не встановлений, договір найму вважається укладеним на невизначений термін

туалізує необхідність її порівняння із спорідненими елементами оренди, такими як лізинг та найм (вони є найближчими до оренди і їх досить часто отожднюють, що спричиняє плутанину і, відповідно, непевність категорій).

Категорії «оренда», «найм», «лізинг» містять суттєві термінологічні розбіжності. Визначення їх основних відмінностей дасть змогу наблизитись до сутнісної характеристики оренди. Відмінність оренди як одного із різновидів майнового найму від інших видів найму майна полягає в тому, що при наймі наймач має право лише користуватися майном, а при оренді – ще й здобувати і споживати наслідки його використання в господарській діяльності. Ця відмінність досить суттєва в господарських відносинах. Об'єктом оренди є таке майно, яке за своєю природою може бути використане для одержання прибутку. Спільність рис лізингу та оренди, проявляється при укладанні договору лізингу як двосторонньої угоди між лізингодавцем і лізингоодержувачем. Різниця полягає в тому, що лізингодавець передає в оренду майно, яке він закуповує спеціально для цієї мети. В таблиці наводиться огляд категорій «оренда», «лізинг», «найм» з позиції виділення в них спільних рис і відмінностей (табл. 1).

Огляд літературних джерел характеризує наявність значної кількості підходів до визначення оренди, що засвідчує складність цього виду діяльності і недостатнє його теоретичне вивчення.

Різні підходи до трактування сутності категорії «оренда» має не тільки теоретичне, а і прикладне значення, зокрема для практичного регулювання орендних відносин нормативно-правовими актами. Варто звернути увагу на той факт, що більшість авторів при визначенні оренди виходять з положень нормативно-правових актів, проте й у цих документах мають місце різні підходи. Вважаємо за доцільне зосередити увагу на змістовному наповненні категорії «оренда» у нормативно-правових актах, оскільки вони мають суттєвий вплив на регулювання всіх відносин, що пов'язані з орендою. В таблиці 2 представлені визначення оренди, які містяться у відповідних вітчизняних нормативних документах.

Порівняння засвідчує, що поняття оренди обов'язково передбачає перетин із такими поняттями, як договір, користування, плата, термін.

Проявом оренди виступають орендні операції, які є різновидом господарських операцій. Під господарською операцією слід розуміти дію або подію, яка викликає зміни в структурі активів та зобов'язань,

власному капіталі підприємства [3]. Фактично зміни, що відбуваються в структурі активів і пасивів балансу можуть призводити до збільшення (зменшення) результату балансу. Господарські операції – це факти підприємницької та іншої діяльності, що впливають на стан майна, капіталу, зобов'язань і фінансових результатів [4].

Частково можна погодитися із визначенням О. Безінської, яка характеризує господарську операцію як діяльність, яка зумовлює зміни у фінансовому стані, активах та пасивах підприємства [5], оскільки господарська операція як одноразова дія ще не може виступати діяльністю. Діяльністю можна називати сукупність господарських операцій.

Визначення господарської операції через дію або подію, яка веде до змін у фінансовому стані підприємства наводить А. Хмелевська. Автор наголошує, що більшість господарських операцій є наслідком вольових дій юридичних або фізичних осіб, які укладають угоди, здійснюють технологічні операції тощо, а господарська діяльність виступає сукупністю окремих господарських операцій [6, с. 94].

Господарську операцію через систему окремих елементів, що формують господарську діяльність визначає Л.Г. Ловінська. Окрім системи елементів, під впливом господарських операцій відбуваються різноманітні зміни у активах, джерелах їх формування [7].

Господарська операція – це будь-яка документально оформлена і виражена у грошовій формі юридично і економічно значуща дія суб'єкта господарської діяльності, пов'язана з рухом грошових коштів або матеріальних цінностей. Особливістю даного визначення є те, що в бухгалтерському обліку існує суцільне і безперервне спостереження за всіма господарськими операціями, що здійснюються на підприємстві. Для забезпечення такого спостереження кожен господарську операцію оформляють відповідним документом, який є письмовим доказом її фактичного здійснення або письмовим розпорядженням на право її здійснення.

Кожна господарська операція являє собою здійснений в часі і просторі мікропроцес, який має чітко визначені початок і кінець та місце виконання. Об'єктом бухгалтерського обліку виступає саме завершення господарської операція. Бухгалтерський облік, як правило, відображає сам факт здійснення операції і її результат. На нашу думку, дане визначення є досить ємним і найбільш об'єктивним з точки зору його економічного змісту. Спостереження і узагальнення даних про господарські операції

Таблиця 2

Нормативне регулювання оренди та орендних відносин [складено автором]

Нормативний документ, що визначає категорію	Категорія для визначення
	Оренда
Цивільний кодекс України (ст. 759)	За договором найму (оренди) наймодавець передає або зобов'язується передати наймачеві майно у користування за плату на певний строк
Господарський кодекс України (стаття 283)	За договором оренди одна сторона (орендодавець) передає другій стороні (орендареві) за плату на певний строк у користування майно для здійснення господарської діяльності
Закон України «Про оренду державного та комунального майна» (ст. 2)	Орендою є засноване на договорі строкове платне користування майном, необхідним орендареві для здійснення підприємницької та іншої діяльності
П(С)БО 14 «Оренда»	Оренда – угода, за якою орендар набуває права користування необоротним активом за плату протягом погодженого з орендодавцем строку
МСФЗ 17 «Оренда»	Оренда – це угода, згідно з якою орендодавець передає орендареві в обмін на платіж або ряд платежів право користування активом протягом погодженого періоду часу
Порядок надання дозволу щодо передачі в оренду державного майна	Оренда – засноване на договорі строкове платне користування майном, що передається орендареві для здійснення виробничої, підприємницької та іншої діяльності

є джерелом інформації про безперервний рух господарських коштів у ході господарських процесів. Весь оборот господарських коштів, здійснених через господарські процеси і відображається в обліку як безліч господарських операцій та інших господарських фактів.

Високий рівень практичної значущості набуває процес застосування і організації орендних операцій саме в торгівлі. Цьому сприяє ряд факторів:

1. Обмеженість доступу до об'єктів (приміщень) для ведення торговельної діяльності через їх високу вартість (для придбання) та відсутність якісних вільних площ, враховуючи обмеженість ресурсного базису для ведення торговельної діяльності та обмеженість доступу до цих ресурсів (в силу неможливості мати його у власності), але наявне бажання реалізувати право підприємницької ініціативи в торгівлі визначає наявність протиріччя. Результатом наявного протиріччя може виступати реакція ринкових механізмів через еволюційний продукт розвитку (для поповнення нестачі у ресурсах) у вигляді використання сукупності елементів майнового найму, а саме оренди).

2. Високий динамізм і часта ротація учасників ринку торгівлі сприяє пошуку і зміні місця здійснення торговельної діяльності. Оренда дозволяє відбутися реалізації цієї динаміки.

3. Простота відносин між орендодавцем і орендарем, оскільки всі суперечливі питання винесені в договір оренди і при підписанні сторони завчасно погоджуються на всі умови.

Роздрібна торгівля, яка на сьогоднішній день виступає однією з найпоширеніших форм господарювання, потребує організованого місця проведення своєї діяльності. Нерухомість є однією з базових умов розвитку торговельного підприємництва (бізнесу) і виступає його матеріальною основою. Нерухомість виступає фінансовим активом, що є формою вкладення капіталу який здатен приносити дохід.

Сукупність орендних операцій в роздрібній торгівлі, що здійснюються можуть розглядатися як підприємницька діяльність. Підприємницьку діяльність можна представити як сукупність постійно або систематично здійснюваних дій (операцій) щодо організації матеріальних і нематеріальних благ, реалізації на ринку в якості товару, виконання робіт або надання послуг. Властивість діяльності з'являється при наявності певних ознак, до числа яких можна віднести:

– системність здійснення такої діяльності, що розуміється як наявність властивості, що поєднує всі вчинені дії в єдине ціле. Системність операцій потрібно тлумачити як їхню єдність, нерозривність, охоплення єдиною метою;

– сталість, тривалість здійснення операцій, що передбачає здійснення операцій протягом тривалого або навіть конкретно невизначеного часу. Для господарського обороту практика виробила загальний звичайний строк – фінансово-економічний рік.

Загальною метою підприємницької діяльності є отримання прибутку шляхом професійного виробництва матеріальних і нематеріальних благ, реалізованих невизначеному колу осіб, що припускає єдність приватних і публічних інтересів. Таким чином, визначальною є наявність саме мети одержання прибутку, що не виключає можливості досягнення її в підприємницькій діяльності (як і в

будь-якій іншій цілеспрямованій діяльності) і навіть навпаки, одержання протилежного результату (збитки, банкрутство).

Всі розглянуті вище ознаки повністю притаманні орендним операціям в торгівлі, сукупність яких відповідно можна віднести до підприємницької діяльності. Можливість такого роду підприємницької діяльності передбачено в класифікаторі видів економічної діяльності (Клас 68.20), а саме: надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

Проведене дослідження дозволяє визначити основні сутнісні характеристики орендних операцій в роздрібній торгівлі, а саме:

1. Спосіб реалізації підприємницької ініціативи в роздрібній торгівлі.

2. Процес реалізації права користування майном в роздрібній торгівлі.

3. Систематичний характер операцій, що визначає сукупність орендних операцій як об'єктивний процес.

4. Систематичність отримання орендних платежів, що виражені орендним доходом.

5. Реалізація права власності на отримання такого доходу.

6. Забезпечення стабільного фінансового стану орендаря для забезпечення доходу.

З урахуванням зазначених вище сутнісних характеристик пропонуємо наступне визначення орендної операції в роздрібній торгівлі: орендна операція в роздрібній торгівлі – це господарська операція, що характеризує процес реалізації права користування майном торговельного підприємства, носить систематичний характер, який супроводжується отриманням орендного доходу при стабільному фінансовому стані орендаря.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновок про те, що відносини оренди не втрачають своєї актуальності протягом всього існування інституту власності. Їх реалізація здійснюється через орендні операції, які являються невід'ємним складовим елементом сучасного ринку, а особливо роздрібною торгівлі. Адже високий динамізм і часта ротація учасників ринку торгівлі сприяє пошуку і зміні місця здійснення торговельної діяльності, а орендні операції дозволяють відбутися цій динаміці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ДСТУ 2960-94. Організація промислового виробництва. Основні поняття. Терміни та визначення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/>.
2. Договір оренди у порівнянні з іншими господарськими договорами. О.О. Уханьова. Вісник донецького університету, сер. в: економіка і право, вип.1. – 2007. – С. 526–533.
3. Закон України про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні (ст. 1) м. Київ, 16 липня 1999 року № 996-XIV.
4. Міністерство фінансів України наказ «Про затвердження положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку» (п. 2.1) № 88 від 24.05.95 м. Київ.
5. Безінська О. Бухгалтерський облік. Матеріали взяті з: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lubbook.net/book_268.html.
6. Хмелевська А.В. Бухгалтерський облік: Курс лекцій / А.В. Хмелевська, І.В. Ковтун. – Хмельницький : ХНУ, 2006. – 154 с.
7. Бухгалтерський облік : Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Л.Г. Ловінська, Л.В. Жилкіна, О.М. Голенко та ін. – К. : КНЕУ, 2002. – 370 с.



УДК 336.77.067.22

Гомза В.М.

аспірант

Вінницького національного аграрного університету

СУЧАСНИЙ СТАН КРЕДИТУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

У статті автором проаналізовано сучасний стан банківського кредитування підприємств АПК, досліджено проблеми, пов'язані із забезпеченням аграрних підприємств кредитами. Запропоновано конкретні заходи щодо удосконалення кредитного механізму.

Ключові слова: банківський кредит, кредитування, кредитні ресурси, фінансові ресурси, процентна ставка, аграрні підприємства, сільське господарство, кредитні спілки.

Гомза В.Н. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье автором проанализировано современное состояние банковского кредитования предприятий АПК, исследованы проблемы, связанные с обеспечением аграрных предприятий кредитом. Предложены конкретные меры по совершенствованию кредитного механизма.

Ключевые слова: банковский кредит, кредитование, кредитные ресурсы, финансовые ресурсы, процентная ставка, аграрные предприятия, сельское хозяйство, кредитные союзы.

Gomza V.M. CURRENT STATUS OF AGRICULTURAL CREDIT COMPANIES: PROBLEMS AND SOLUTIONS

In this article the author analyzes the current state of bank lending to agriculture, investigated the problems associated with providing loans to agricultural enterprises. A specific measures to improve the credit facility.

Keywords: bank loan, loans, credit facilities, financial resources, interest rate, farmers, agriculture, credit unions.

Постановка проблеми. Аграрний сектор займає важливе місце в економіці України, а від його розвитку залежить нормальне функціонування всього господарства й життя країни. Враховуючи зацікавленість багатьох країн світу та Європейського Союзу, зокрема в активній участі вітчизняних постачальників продукції сільського господарства в світовому продовольчому ринку, аграрний сектор повинен стати найпотужнішим локомотивом розвитку національної економіки, що є можливим за наявності фінансових можливостей у товаровиробників сільськогосподарської продукції.

У сільськогосподарських підприємствах існує недостатність коштів, які б перебували в обігу та спрямовувались на купівлю засобів захисту рослин і тварин, насіння, добрив, пального та придбання нової техніки, адже існуюча вже зношена та застаріла. В таких умовах тільки кредитування сільськогосподарських підприємств дозволяє вирішити проблему, пов'язану із специфікою агропромислового виробництва як суб'єкта кредитування.

Отже, кредитні ресурси відіграють вирішальну роль у розвитку сільського господарства. Це зумовлено сезонним розривом між вкладенням і надходженням коштів та безперервністю процесів відтворення. Значна потреба в оборотному капіталі за недостатності власних коштів перетворює кредит у вагомий джерело формування фінансових ресурсів і зумовлює необхідність пошуку шляхів кредитного забезпечення. Разом з тим отримання кредитів для підприємств аграрної сфери залишається проблемним. У значній мірі проблеми кредитування зумовлені: зменшенням обсягів державної підтримки сільського господарства; недоступністю кредитних ресурсів для сільськогосподарських підприємств через високі відсоткові ставки; ігноруванням при кредитуванні сезонності робіт.

З подальшим розвитком ринкових відносин зростає залежність функціонування сільського господарства від фінансово-кредитної системи і продовжує ще більше зростати. При цьому сезонність виробництва у сільському господарстві за нормального відтворю-

вального процесу вимагає забезпечення раціонального співвідношення між власними і залученими коштами. Це, в свою чергу, зумовлює необхідність оцінити тенденції кредитування сільського господарства як в цілому, так і за видами економічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі останніх років багато приділено уваги проблемі кредитування сільськогосподарських підприємств в Україні такими вченими, як М.Я. Дем'яненко, В.М. Алексійчук, П.А. Лайко, П.Т. Саблук, В.О. Паламарчук, М.І. Савлук, Т.Т. Ковальчук та інші.

За їх значного вкладу в дослідження проблем кредитування сільськогосподарських підприємств водночас виклики сьогодення вимагають формування нових індикаторів і підходів щодо пошуку та вибору розмаїття варіантів кредитування діяльності аграрних підприємств та окреслення горизонтів якісної розбудови механізму кредитування. Вказане зумовлює значимість, актуальність та важливість обраної теми дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У дослідженнях науковців, які займалися проблемою кредитування аграрних підприємств, розглядається широке коло питань стосовно взаємовідносин аграрних підприємств з комерційними банками, створення спеціалізованої фінансової інфраструктури, орієнтованої на обслуговування аграрного сектора, підвищення ефективності використання кредитних ресурсів тощо. Ці наукові здобутки стали фундаментальною основою вирішення найбільш актуальних питань фінансово-кредитного забезпечення аграрного виробництва. Однак складність і масштабність проблемних питань вимагає подальшого удосконалення кредитної політики банків, яка б сприяла створенню економічних умов для ефективного використання кредитних ресурсів, прискорення структурної перебудови економіки, її соціальної орієнтації.

На думку автора, слід більшу увагу приділяти сучасному стану кредитування аграрних підприємств та проблемам, які існують, адже від цього залежить

ефективність функціонування і фінансовий результат діяльності підприємств, їх рівень розвитку, а також рівень розвитку АПК та національної економіки країни загалом.

Метою дослідження є: аналіз сучасного стану кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств України, дослідження існуючих проблем та розробка пропозицій щодо їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В сучасних умовах функціонування сільськогосподарських підприємств неможливо без залучення кредитних ресурсів, адже галузь сільського господарства є кредитомісткою галуззю.

Сільськогосподарські підприємства для оновлення техніки, будівництва нових об'єктів, впровадження інноваційних технологій все більше потребують залучення довгострокових фінансових ресурсів. Через високу ризикованість цього бізнесу, низьку кредитоспроможність підприємств, низьку якість і ліквідність застави, яку підприємства можуть запропонувати банкам, відсутність механізмів іпотечного кредитування в галузі, а також через недосконалість законодавчих механізмів, отримати ці кредити буває досить проблематично.

Не секрет, що аграрний сектор є одним з секторів економіки України, що найбільш активно розвиваються. Рентабельність сільськогосподарського виробництва продукції сільського господарства за підсумками 2013 року становила 27%. Цей сектор економіки приносить відчутні прибутки своїм власникам і відображає значну частку (до 10%), у виробничтві внутрішнього валового продукту країни [1, с. 30].

Кредитування підприємств аграрного сектору багатьма комерційними банками останнім часом розглядається як цікавий та перспективний напрямок. При цьому найбільш затребуваними фінансовими продуктами для підприємств АПК є: сезонні кредити на вирощування сільськогосподарських культур, інвестиційні на придбання сільськогосподарських активів, кредити для агробізнесу (довгострокові фінансові продукти (на 5-7 років), спрямовані на розширення бізнесу), а також фінансовий лізинг сільськогосподарської техніки.

Розглядаючи діяльність банків країн із найвищою питомою вагою позичкових коштів в аграрному капіталі, доцільно виділити такі країни, як Англію і Німеччину відповідно – близько 50%, Францію – понад 40%, Італію та Бельгію – понад 30%. У країнах Європейського Союзу 40% господарств повністю залежать від залучення позичкових коштів і лише 25% фермерських господарств обходиться без банківських кредитів.

В Україні ліцензію Національного банку України на здійснення банківських операцій мають 177 банків, і лише близько 20 практикують у своїй діяльності надання послуг з агрокредитування. На них наразі припадає до 80% сільгоспозик. Кредитний портфель в аграрній сфері сягає майже 6% загального кредитного портфеля банків. Однак проблема полягає в тому, що в Україні немає жодного спеціалізованого аграрного банку, в якому частка кредитів для сільського господарства у структурі кредитного портфеля становила б понад 50% [1, с. 32].

Якщо проаналізувати сучасний ринок, то основними надавачами кредитування, окрім банків, виступають ще й кредитні спілки і так звані учасники маркетингових ланцюжків (компанії-виробники різних видів продукції – насіння, ЗЗР, техніки тощо, які йдуть на зустріч аграріям і сприяють у не завжди

посильному придбанні потрібних сільгосптоварів). Останні, до слова, такі послуги не хочуть переводити у буденну практику і продовжувати працювати в тому ж напрямі фінансування. Кожен повинен займатися своєю справою: виробники – виробляти продукцію і продавати її, фінансисти – забезпечувати фінансовими засобами.

Загальна кількість малих та середніх сільгоспвиробників становить майже 42 тис., вони обробляють 11 млн га земель. 54% – найдрібніші аграрії з площами до 50 га. Найбільше їх знаходиться в Одеській, Миколаївській, Дніпропетровській, Кіровоградській, Запорізькій, Херсонській областях. Основний вид діяльності – рослинництво (78% від загального обсягу виробленої продукції), овочівництво (19%), тваринництво (менш ніж 3%) [5, с. 2].

Щодо сучасного стану кредитування аграрних підприємств в Україні, слід відмітити, що обсяги агрокредитування в Україні на кінець травня 2013 року становили 37,7 мільярда гривень, що на 5,7% більше, ніж за аналогічний період 2012 року. Згідно зі звітом, у травні спостерігалось прискорення темпів приросту кредитів аграріям до 2,7% порівняно з 1,6% у квітні [4, с. 1].

Приріст був сформований виключно за рахунок зростання кредитів, наданих у національній валюті, зростання яких з початку року становить 4,9% і на кінець травня дорівнював 27,4 млрд гривень. Кредитування в іноземній валюті з початку року зросло на 7,9% і становило 10,3 млрд. гривень.

Залишки за кредитами за вказаний період становили 2,7 млрд гривень, що на 10,3% менше, ніж роком раніше і на 21,4% нижче квітневих показників. Обсяг видачі нових позик до кінця травня дорівнював 4,8 млрд. гривень, що на 27,6% більше, ніж на кінець травня минулого року, проте на 26,6% менше, ніж у квітні 2013 року. Процентна ставка за кредитами сільськогосподарським підприємствам (без урахування овердрафту) в національній валюті в травні становила 16,6% проти 17,3% у квітні 2013 року і 17,4% у травні 2012 року. Ставка в іноземній валюті для аграріїв у травні дорівнювала 8,4%, тоді як у квітні цей показник становив 9,0%, а в травні минулого року – 11,6%. Обсяги кредитування аграрних підприємств на кінець 2012 року становили 36,5 млрд. гривень, що на 6,9% більше, ніж у 2011 році [3, с. 2].

Провідним банком з надання агрокредитів є ПАТ «ПриватБанк», так Обсяг кредитів, наданих ПАТ «ПриватБанк» українським агропідприємствам, з початку 2013 р. виріс на 18% (з 8,5 до 10,3 млрд грн). Крім кредитних ліній та овердрафтів, компанії агропромислового комплексу можуть користуватися спеціальними програмами «Приватбанку» по фінансуванню закупівель ПММ та запчастин, оновити свій технічний парк на умовах лізингу (1% річних + 1% комісії за оформлення). Крім того, аграрії активно користуються послугою «Гарантовані платежі» під 4% річних, яка дозволяє отримати від банку гарантію своєчасної оплати на адресу постачальників сировини і матеріалів за наданими відстроченням платежу, йдеться в повідомленні [2, с. 92].

З початку наступного року «ПриватБанк» має намір запропонувати як великим сільгоспідприємствам, так і фермерам ряд нових кредитних програм, що враховують сезонність та інші особливості ведення агробізнесу.

Кредитна історія аграрних підприємств наведена на рисунку 1.

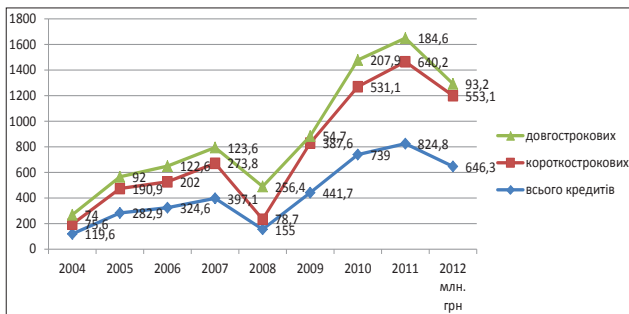


Рис. 1. Кредитна історія підприємств АПК, млн. грн.

Джерело: складено автором за матеріалами НБУ

Обсяг кредитів в 2013 році, наданих банківським сектором підприємствам сільського господарства, мисливства й лісового господарства, збільшився порівняно з жовтнем 2012 року на 6,2%, а з груднем 2012 року – на 10,1%. Так, загальний обсяг наданих кредитів у сільське господарство, полювання й лісове господарство на кінець жовтня 2013 р. склав 40,2 млрд грн, а капітальні інвестиції в сільське господарство за 9 місяців зросли на 0,6% [4, с. 2].

Згідно із Законом України «Про Державний бюджет України на 2013 рік» за загальним і спеціальним фондами бюджету на підтримку підприємств агропромислового комплексу виділено 8,8 млрд грн. Усі заходи, що вживаються, забезпечили збільшення прибутку сільськогосподарських підприємств майже на 20% за 2013 рік.

Частка аграрних кредитів в кредитному портфелі банків з кожним роком збільшується, а підприємства аграрного сектора вважаються одними з найбільш дисциплінованих платників боргів, що виникають. Правда, сільськогосподарська та харчова галузі України стали привабливими для комерційних банків тільки з 2011 року. В основному кредити, які були надані за цей час, – це кредити великим сільськогосподарським підприємствам і агрохолдингам. Малі фермерські господарства представлені в кредитних портфелях банків недостатньо.

Однак якщо говорити про основні джерела фінансування підприємств аграрного сектора, то фінансування у формі банківських кредитів, за даними Європейського Фонду Південно-Східної Європи (EFSE), становить приблизно чверть всіх доступних ресурсів (25-26%) і знаходиться на другому місці після внутрішнього самофінансування сільськогосподарських підприємств (у формі вкладень нерозподіленого прибутку далі в розвиток бізнесу). Така форма фінансування складає близько 56-57%. Невелику частку – 12% в загальній структурі всіх доступних зараз джерел фінансування підприємств агробізнесу – складають особисті заощадження власників фермерських господарств. Також незначну частку у фінансуванні сільгоспвиробників (до 5% коштів) складають гроші поставальників ресурсної бази, підприємств переробної промисловості та трейдерів [2, с. 95].

При цьому за даними Національного банку України середні ставки довгострокового кредитування комерційних банків для суб'єктів господарської діяльності (у тому числі і для фермерських господарств) станом на середину березня 2013 року в національній валюті становили приблизно 19,7% річних (хоча в деяких випадках досягають 24-25%), а в іноземній валюті – 11,7% річних [4, с. 3].

Між тим результати роботи 2013 року показали, що на ринку банківського кредитування сільськогосподарських підприємств стали з'являтися нові гравці. Так,

з окремими програмами з кредитування агробізнесу на ринок вийшли Акта Банк, Банк Кредит Дніпро, Всеукраїнський Банк Розвитку, Ерсте Банк, ПУМБ. Також не здають своїх позицій в сегменті кредитування сільсько-господарських підприємств Райффайзен Банк Аваль, Креді Агріколь Банк, VAB Банк, ПриватБанк, Укрексімбанк.

Відносно застави варто сказати, що на сьогодні банківські установи висувають більш високі вимоги до заставного майна, ніж раніше. При цьому значення коефіцієнта покриття кредиту заставним майном коливається від 1,5 до 2. Це означає, що якщо підприємство надає в заставу якийсь об'єкт ринковою вартістю 2 млн грн, то воно може розраховувати на залучену суму кредиту обсягом в 1 млн грн.

Прийнятною заставою під сільськогосподарський кредит можуть виступати як основні фонди, так і товар в обороті. До бажаних видів застави для банків можна віднести нерухомість, в тому числі будівлі елеваторів, сільськогосподарську техніку (комбайни, трактори, причепи тощо), безпосередньо зерно сільськогосподарських культур, що котуються на ринку (пшениці, кукурудзи, соняшнику та ін), яке виступає ліквідною і надійною заставою, оформленою через прості або подвійні складські розписки (свідоцтва). При цьому застava майбутнього врожаю розглядається банками більшою мірою як інструмент контролю основного джерела погашення кредиту, ніж як реальне забезпечення.

Використовуючи спеціальні програми фінансування під заставу подвійних складських розписок (свідоцтв), підприємство може отримати суму фінансування, яка складає до 95% вартості сільськогосподарської продукції (пропозиція від Банку Кредит Дніпро).

До спеціальних пропозицій банків для аграріїв можна також віднести вексельне фінансування (з відстрочкою платежу), коли фінансується придбання засобів захисту рослин за допомогою авальювання векселів. При цьому агровиробникам надається можливість придбати товари (засоби захисту рослин) у компанії-партнера банку на умовах відстрочки платежу, але сплативши при цьому в кілька разів меншу ціну за залучене фінансування, ніж ставка за банківським кредитом. Такі пропозиції на сьогодні є в Першого Українського Міжнародного банку (ПУМБ), Райффайзен Банку Аваль та у Надра Банку [6, с. 128].

Серед спеціальних програм для аграріїв можна також виділити фінансування будівництва елеваторних комплексів, страхування від неврожаю, інші партнерські програми кредитування для сільськогосподарських виробників (придбання техніки, поповнення обігових коштів та ін.). Ці банківські продукти широко представлені у Райффайзен Банку Аваль.

Всеукраїнський Банк Розвитку (ВБР) пропонує комплекс кредитних програм з гнучким графіком погашення, в тому числі фінансування оборотного капіталу для ремонту техніки, покупки пально-мастильних матеріалів, добрив, кормів, ветеринарних препаратів, придбання молодняка худоби і птиці, виплати зарплати. Ці кредитні програми реалізуються у формі відновлювальної кредитної лінії.

Так чи інакше, в Україні незабаром почнеться посівна кампанія, і необхідність залучення фінансових ресурсів для нинішнього сезону досить велика. Дефіцит коштів на весняно-посівні роботи в аграрному секторі становить, за даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, приблизно 7,9 млрд грн. При цьому своїми коштами сільськогосподарські підприємства збираються профінансу-

вати необхідні роботи в сумі 31 млрд грн. Відсутні обсяги коштів будуть залучені у формі банківських кредитів (до 4 млрд грн.), комерційних кредитів – до 3,7 млрд грн, через механізм форвардних закупівель зерна – до 0,3 млрд грн [6, с. 129].

Очевидно, що попит на банківські кредитні продукти з боку аграріїв буде досить високим, адже протягом року існують і інші різні види сільськогосподарських робіт, що потребують фінансових вливань. Не виключено, що в нинішньому році активніше почнуть працювати складські свідоцтва при розгляді питань про кредитування господарств, так само будуть користуватися попитом програми на поповнення оборотних коштів та придбання сільськогосподарської техніки, популярними залишаться і продукти фінансового лізингу.

Загальні тенденції ринку банківського кредитування свідчать, що відбувається поступове зниження ставок за кредитами, тому варто очікувати, що з боку аграріїв послуги банків з кредитування будуть затребувані. Банки, які надають кредити аграрному сектору, несуть значні інвестиційні та кредитні ризики. Дані ризики, насамперед, пов'язані з ризиком застави, виробничим ризиком. Заставою в аграрному секторі може виступати майбутній урожай або матеріально-технічна база (основні засоби, які задіяні у виробничому процесі). Ризик даного застави пов'язаний з ризиком зниження ліквідності. Враховуючи сезонність виробництва та природно-кліматичні умови, реалізація майбутнього врожаю, може не забезпечити необхідну суму для повернення позикових коштів, що може бути пов'язано з низькою закупівельною ціною продукції аграрного сектора [7, с. 3].

Основні засоби, які задіяні в аграрному виробництві, мають велику зношеність, що, в свою чергу, не дозволяє використовувати їх як заставу. Виробничий ризик в аграрному секторі, в першу чергу, пов'язаний з вирощуванням аграрної продукції. У даному випадку ризик виникає з неотриманням тих об'ємів врожаю, які були заплановані або обсягів вирощування ВРХ та інших видів тваринництва для реалізації на м'ясо і молочні продукти.

Сьогодні існує багато програм для підтримки кредитування сільськогосподарських підприємств. А тому головним завданням є осмислення та вибір тих програм, які максимально будуть придатними для кожного окремого сільськогосподарського підприємства.

Вітчизняні виробники зацікавлені в можливості кредитування майбутнього врожаю, тому співпраця з банками є невід'ємною складовою формування основи продовольчої безпеки України та вітчизняних споживачів. Іноземні банки підтвердили готовність кредитувати сільгоспвиробництво – це сучасні технології, техніка й обладнання, розвиток селекції, вирішення соціальних проблем на селі тощо. Отже, використання кредитного забезпечення є перспективним напрямком вдосконалення роботи й фінансового стану аграрних підприємств.

На думку автора, ефективність кредитування аграрної сфери в значній мірі залежить від продуктивності та обґрунтованості розробленої кредитної політики. Основним інструментом підвищення доступності кредитних ресурсів для підприємств аграрної галузі є створення механізму часткового або повного державного гарантування повернення позик.

Основними проблем кредитування сільськогосподарських товаровиробників можна відзначити: стримування розвитку кредитування через високу ціну кредиту, відсутність гарантій повернення кредиту,

недосконалість законодавчих механізмів, високий рівень витрат банків при наданні послуг та відсутність надійного позичальника. Значний ризик неповернення кредитів змушує банки встановлювати високу процентну ставку за цими кредитами.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що за роки незалежності у державі не було створено досконалого механізму кредитування села. Ця проблема вирішується незначною мірою тільки за рахунок часткової компенсації з державного бюджету процентних ставок за кредитами комерційних банків, причому лише для великих сільгоспвиробників, і не розв'язує її в комплексі. Специфікою кредитування невеликих господарств виступає те, що вони звертаються скоріше в будь-який кредитний союз, до партнерів або сусідів, ніж у комерційний банк. Це обумовлюється, як правило, більш простою процедурою одержання кредиту, незначними додатковими витратами або їхньою відсутністю взагалі, часто більш низькою ставкою по кредиту, а головне – необов'язковістю кредитного забезпечення у вигляді застави. Для банків невеликі господарства також звичайно є менш важливими клієнтами, ніж великі сільськогосподарські підприємства, що беруть значні суми кредитів.

Тому досліджені проблеми щодо забезпечення аграрних підприємств кредитами потребують негайного вирішення, адже від цього буде залежати загальний розвиток АПК.

Висновки з проведеного дослідження. З урахуванням вищесказаного, а також на основі узагальнення вітчизняного та світового досвіду вискоелективних ринків сільськогосподарських кредитів з метою вирішення досліджених проблем та ліквідації кредитного дефіциту у суб'єктів АПК, автор вважає доцільним проведення таких заходів:

1. Забезпечити переважну спеціалізацію банків на обмеженому наборі фінансових послуг та адаптацію їх до обслуговування суб'єктів АПК (що значною мірою дозволить мінімізувати супутні ризики і адаптувати надані кредити до особливостей функціонування галузі).

2. Посилити роль застави землі (що зручно, коли в якості забезпечення кредиту. Неможливо надавати під очікуваний приплід худоби і матеріальні цінності сільськогосподарського виробництва).

3. Підвищити значимість аналізу фінансових звітів і ринку при прийнятті рішення про видачу кредиту.

4. Домогтися підвищення рівня управління ризиками та страхування ризиків при кредитуванні сільськогосподарських підприємств.

5. Забезпечити пролонгацію кредитних договорів або відстрочку платежів на період стагнації – до 1 року (що дозволить сільгоспвиробникам реалізувати продукцію за більш вигідними цінами).

6. Збільшити обсяги субсидювання програм, спрямованих на стимулювання споживання ресурсів організаціями АПК (мінеральних добрив, дизельного палива, засобів захисту рослин).

Дані заходи дозволять подолати тимчасові труднощі розвитку АПК та забезпечать досягнення значних конкурентних переваг продукції даної галузі, зміцнити не тільки продовольче самозабезпечення країни, а й активізувати завантаження суміжних галузей економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Калашнікова Т.В. Стан і тенденції розвитку кредитного забезпечення аграрної галузі України / Т.В. Калашнікова // *Фінанси України*. – 2010. – № 10. – С. 29–37.

- Колотуха С.М. Кредитування сільськогосподарських підприємств як ефективне джерело інвестиційної діяльності / С.М. Колотуха, І.П. Орейко // Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 89–96.
- Матеріали офіційного сайту Національного банку України. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
- Матеріали офіційного сайту Національного банку України. – 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
- Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>.
- Прокопчук О.Т. Проблеми кредитного забезпечення сільськогосподарських підприємств / О.Т. Прокопчук // Матеріали Всеукраїнської наукової конференції молодих учених / УДАУ. – Умань : УДАУ, 2008. – В 2 ч. – Ч. 2. – С. 128–129.
- Сучасний стан та пріоритетні напрямки розвитку інвестиційної діяльності у сільському господарстві. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rusnauka>.

УДК 658.012.4:005.934

Гончарова М.Л.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Української академії банківської справи
Національного банку України*

ЗАСТОСУВАННЯ СИТУАЦІЙНО-АДАПТИВНОГО ПІДХОДУ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена застосуванню ситуаційно-адаптивного підходу до формування системи економічної безпеки вітчизняних підприємств. Об'єктивна необхідність застосування ситуаційно-адаптивного підходу обумовлена потребою в розробці механізмів управління підприємством в мінливих зовнішніх та внутрішніх умовах; складністю і різноманітністю виробничих процесів; неповною, неточною вихідною інформацією. Особливістю даного підходу є те, що він направлений лише на вирішення питань превентивного характеру, запобігає появі проблемних ситуацій в організації.

Ключові слова: ситуаційно-адаптивний, управління, економічна безпека, підприємство.

Гончарова М.Л. ПРИМЕНЕНИЕ СИТУАТИВНО-АДАПТИВНОГО ПОДХОДА К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена применению ситуативно-адаптивного подхода к формированию системы экономической безопасности отечественных предприятий. Объективная необходимость применения ситуативно-адаптивного подхода обусловлена потребностью в разработке механизмов управления предприятием в меняющихся внешних и внутренних условиях; сложностью и разнообразием производственных процессов; неполной, неточной исходной информацией. Особенностью данного подхода является то, что он направлен только на решение вопросов превентивного характера, предотвращает появление проблемных ситуаций в организации.

Ключевые слова: ситуативно-адаптивный, управление, экономическая безопасность, предприятие.

Goncharova M.L THE SITUATIONALLY-ADAPTIVE APPROACH IN ECONOMIC SECURITY SYSTEM OF NATIONAL ENTERPRISES

The article is devoted to use of situationally-adaptive approach to the system of economic security of domestic enterprises. The objective necessity of the use of situationally-adaptive approach is due, the need to develop mechanisms for management in the changing internal and external conditions; complexity and production processes; incomplete, inaccurate initial information. A feature of this approach is that it is directed only to issues of a preventive nature, prevents problematic situations in the organization.

Keywords: situational-adaptive, management, economic security, enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ринкових відносин в Україні вітчизняні організації і підприємства виявилися нездатними адекватно й усвідомлено реагувати на мінливі умови зовнішнього і внутрішнього середовища. Це загрожує економічній безпеці підприємств. Об'єктивно виникла потреба у формуванні нових структур та механізмів управління підприємствами. Причому це стосується навіть підприємств з добре налагодженим механізмом управління виробничо-господарською діяльністю. У зв'язку з цим виникає потреба у проведенні ряду досліджень, спрямованих на розробку механізмів ситуаційно-адаптивного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що питаннями розробки теоретико-методичних основ формування системи економічної безпеки підприємства займаються як вітчизняні, так і закордонні вчені: О. Ареф'єва [2], С. Ілляшенко [6], Ю. Лисенко [7], В. Мак-Мак [8], Л. Абалкін [1], М. Бендіков [3] та ін. Незважаючи на досягнуті ре-

зультати в дослідженні економічної безпеки підприємства, можна помітити, що приділяється недостатньо уваги проблемам розробки теоретичних підходів до формування системи забезпечення економічної безпеки підприємства в сучасному мінливому просторі. Тому виникає завдання щодо застосування ситуаційно-адаптивного підходу до формування системи економічної безпеки підприємств.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в застосуванні ситуаційно-адаптивного підходу до формування системи економічної безпеки вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання з метою забезпечення успішності ситуаційно-адаптаційного процесу досить актуальним є питання формування такої системи управління, яка найбільшою мірою відповідала б вимогам сучасності, спрямованості на інноваційний шлях розвитку і модернізацію економіки.

Слід зазначити, що ситуаційно-адаптивне управління на сучасних вітчизняних підприємствах має ряд суттєвих особливостей. По-перше, оскільки зміни зовнішнього середовища функціонування підприємств в Україні носять широкомасштабний, системний характер, то адаптація до неї окремих підприємств передбачає проведення комплексних змін факторів внутрішнього середовища, що є, по суті, реструктуризацією підприємств. По-друге, більшість українських економістів наполягають на тому, що саме комплексне реструктурування, що припускає істотне оновлення всіх сфер діяльності, а не одиничні реорганізаційні заходи, необхідне вітчизняним підприємствам для адаптації до нових умов господарювання. По-третє, ситуаційно-адаптивне управління носить антикризовий характер, це пояснюється тим, що зазначені на початку XXI століття позитивні тенденції в динаміці вітчизняної промисловості дуже серйозно похитнули-

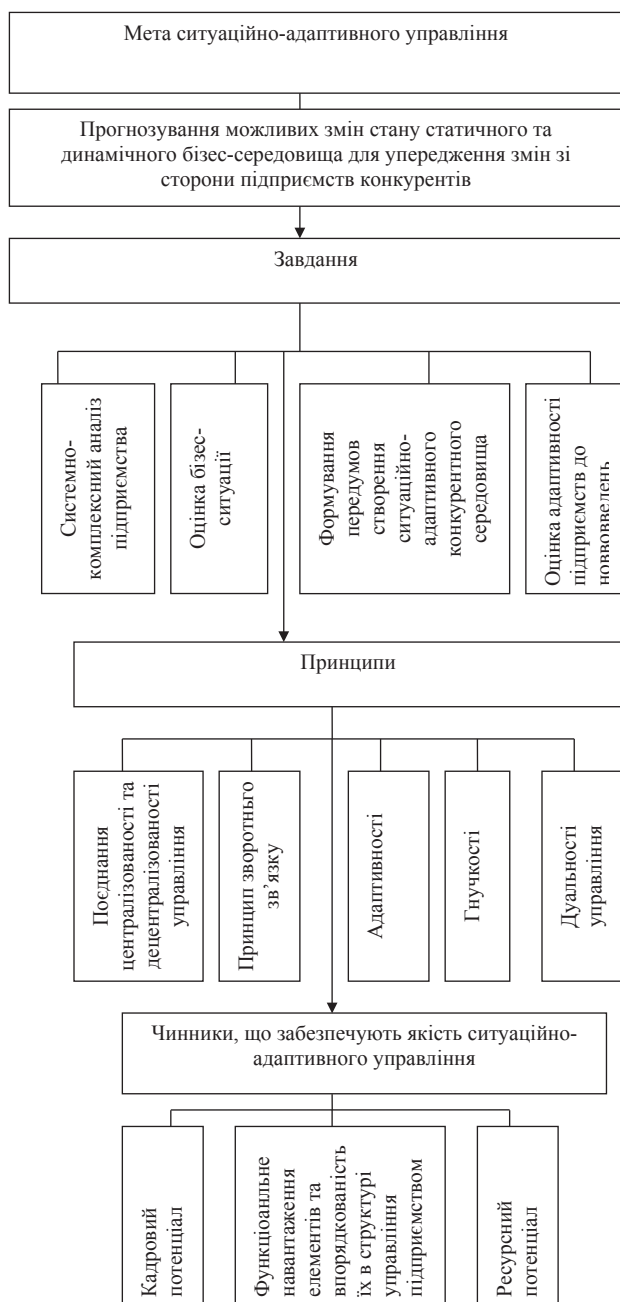


Рис. 1. Основні складові ситуаційно-адаптивного підходу до управління підприємством

ся в результаті настання світової фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. [9]. Звідси адаптація підприємств до нового етапу розвитку ринкової економіки в Україні в умовах посткризових явищ передбачає здійснення її в рамках заходів антикризового характеру.

Виходячи з вищевказаного, керівники вітчизняних підприємств для підвищення ефективності управління зацікавлені в розробці та удосконаленні ситуаційно-адаптивного підходу менеджменту як механізму, здатного забезпечити економічну безпеку підприємства. Основне призначення механізму забезпечення економічної безпеки підприємства полягає у створенні та реалізації умов, що забезпечують економічну безпеку підприємства. Ці умови визначено, виходячи з критерію економічної безпеки та її рівня (ресурсний потенціал, конкурентоспроможність та ін.) У якості найважливіших умов, що враховуються в структурі механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, обрані мінімізація витрат підприємства, адаптація до нововведень і розширення сфери використання послуг інфраструктури ринку [5]. Виділяється, що саме ці умови здатні надати найбільш істотний вплив на формування прибутку підприємства, забезпечивши тим самим його економічну безпеку.

Розглянемо основні кроки здійснення ситуаційно-адаптивного управління в організації:

- управління повинно вміти здійснювати аналіз ситуації, тобто які вимоги до організації висуває ситуація і адаптувати її до мінливого зовнішнього середовища;

- повинен бути обраний відповідний підхід до здійснення управління, який б в більшій мірі задовольняв вимогам до конкретної ситуації;

- управління повинно створювати потенціал в організації та необхідну гнучкість для того, щоб можна було перейти до нового управлінського стилю керівництво ситуацією;

- управління повинно призвести до відповідних змін, які дозволять адаптуватися до ситуації.

Цей підхід забезпечує адекватність зв'язків між елементами, цілеспрямованого функціонування та взаємодію з середовищем (рис. 1).

Сутність ситуаційно-адаптивного підходу до управління організаціями полягає в тому, що об'єктами управління виступають всі елементи організації.

Основна мета полягає в підготовці місця та створення умов для наступного розвитку та й удосконалення діяльності господарюючого суб'єкта, прогнозування можливих змін стану статичного та динамічного бізнес-середовища для упередження змін зі сторони підприємств конкурентів.

Основними завданнями підходу в системі стратегічного та оперативного управління підприємствами є внесення корегуючих дій у напрямку розвитку організації – проведення системно-комплексного аналізу, оцінка бізнес-ситуації та ін.

Об'єктивна необхідність застосування ситуаційно-адаптивного підходу обумовлена потребою в розробці механізмів управління підприємством в мінливих зовнішніх та внутрішніх умовах; складністю і різноманітністю виробничих процесів; неповною неточною вихідною інформацією. Особливістю даного підходу є те, що він направлений лише на вирішення питань превентивного характеру, запобігає появі проблемних ситуацій в організації.

Функціонування і розвиток сучасних підприємств базується на інформаційній інфраструктурі, яка виступає основним інструментом для ситуаційно-адаптивного управління. Для даного управління підприємствами необхідний інформаційний обмін, який

забезпечується супроводом управлінських рішень. Різномасштабна сукупність управлінських дій зведена до обмеженого переліку функцій, що становить замкнутий цикл управління. Для здійснення цих функцій необхідно єдине інформаційно-аналітичне забезпечення, інструменти які дозволяють відслідковувати інформацію (моніторинг прийняття та виконання рішення). В інформаційній простір підприємства надходять дані як з зовнішнього так і з внутрішнього середовища. Завдяки інформаційній системі управлінці підприємств отримують надійні вимірювачі результатів своїх управлінських зусиль з вирішення проблем адаптації до потреб ринку, управління фінансами, управління персоналом та ін. сферам діяльності.

Механізм реалізації ситуаційно-адаптивного підходу управління підприємством в конкурентному середовищі є частиною адаптивного управління, який являє собою сукупність принципів, інструментів та технологій прийняття та виконання управлінських рішень.

Цей підхід поєднує всі види управління, вносить рухливість, гнучкість та динамізм в усі елементи системи управління підприємством, змушуючи її удосконалюватися та розвиватися, що забезпечує економічну безпеку організацій.

На сьогодні очевидним є той факт, що вирішення завдань управління являє собою основу роботи менеджерів різних рівнів управління. Сучасна теорія управління виділяє три підходи до прийняття управлінських рішень, а саме: раціональний, поведінковий і ірраціональний [4, с. 324-330]. Кожен з цих підходів дає свій результат вирішення проблеми. Реальність полягає в тому, що менеджери, працюючи в мінливому середовищі, приймають рішення на основі комбінації інтуїції, досвіду та аналізу. Тому підприємства для підвищення ефективності управління зацікавлені в розробці і удосконаленні ситуаційно-адаптивних інструментів менеджменту. Дані інструменти, приводять в дію усі зв'язки організаційної структури в залежності від змін, які відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі організації, що забезпечують обмежено раціональне вирішення управлінських завдань кожним менеджером. Алгоритм прийняття рішень при ситуаційно-адаптивному управлінні включає наступні стадії (рис. 2).

На нашу думку, впровадження ситуаційно-адаптивного підходу дозволить підприємствам:

- запобігати появі проблемних ситуацій;
- виявляти та виділяти пріоритетність проблем в діяльності господарюючого суб'єкта;
- виступати засобом, що сприяє мобілізації, раціональному розподілу та використанню ресурсів;
- ліквідувати «стратегічні прогалини» в діяльності підприємства.
- подолати невизначеність бізнес-середовища.

Ситуаційно-адаптивний підхід концентрується на тому, що придатність різних методів управління визначається ситуацією, визначенням цілей управління ситуацією при вирішенні проблеми, а також прогнозування наслідків для ситуації та обрання оптимального способу досягнення мети.

Висновок з проведеного дослідження. Ситуаційно-адаптивний підхід до управління виступає основою нової управлінської парадигми – органічної, яка націлює менеджерів на формування організації з високими адаптивними властивостями, здатністю еволюціонувати, розвиватись у відповідь на зміни та виклики бізнес-середовища. Даний підхід допомагає підприємству підлаштовуватися до конкретних вимог, здійснювати зміни та перестановки найбільш раціонально безболісно, як створювати і розвивати

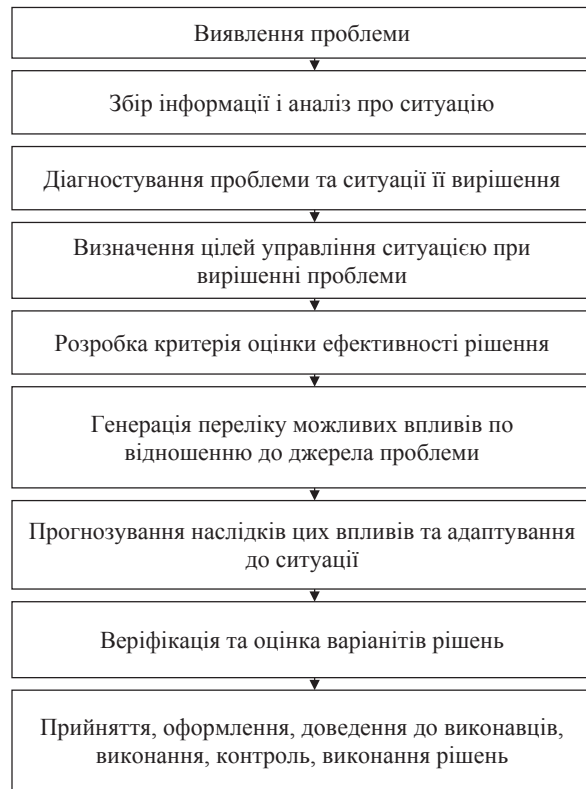


Рис. 2. Алгоритм прийняття рішень при ситуаційно-адаптивному управлінні

ти адаптаційний потенціал. Ситуаційно-адаптивне управління – це мистецтво менеджерів зрозуміти ситуацію, розкрити її характеристики та обрати цілеспрямовану поведінку пристосування до управління.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Абалкин Л.И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение / Леонид Иванович Абалкин // Вопросы экономики, 1994. – № 12. – С. 4–13.
2. Ареф'єва О.В. Наукові основи формування економічної безпеки підприємств / Олена Володимирівна Ареф'єва // Недержавна система безпеки підприємництва як субект національної безпеки України : зб. матер. наук.-практ. конф., Київ, 16-17 травня 2001 р. – К. : Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2003. – С. 49–53.
3. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / М. А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 2. – С. 17–30.
4. Грифін, Р. Основи менеджменту / В. Рикі, Р. Грифін, Володимир Яцура: підручник ; наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. – Львів : Бак, 2001. – 624 с.
5. Зяблицкая Н.В. Оценка адаптационного потенциала предприятий нефтегазовой отрасли / Н.В. Зяблицкая: монография. – Нижневартовск : Изд-во Нижневарт. гуманит. ун-та, 2011. – 163 с.
6. Ильяшенко С.И. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С.И. Ильяшенко // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – № 3 (21). – С. 12–19.
7. Лысенко Ю.Г. Механизмы управления экономической безопасностью / Ю.Г. Лысенко, Лопатовський В.Г. Поняття, класифікація ризиків та методи боротьби з ними / В.Г. Лопатовський // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2004. – № 4.4.1. – Т. 1. – С. 177–180.
8. Мак-Мак В.П. Служба безопасности предприятия. Организационно-управленческие и правовые аспекты деятельности / Мак-Мак В.П. – М. : Мир безопасности, 1999. – 160 с.
9. Моторна Я. Проблеми функціонування фінансової системи України. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68425.doc.htm. – Заголовок з екрану.

УДК 331.108.2:658(477)

Гречішкіна А.А.

асистент кафедри фінансів

Української державної академії залізничного транспорту

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КАДРОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ»

У статті визначено важливість кадрової безпеки на підприємствах залізничного транспорту. Розглянуто існуючі підходи до трактування поняття «кадрова безпека підприємства» та виконано їх аналіз. На основі викладеного матеріалу запропоновано авторське визначення «кадрової безпеки підприємств залізничного транспорту».

Ключові слова: кадрова безпека, підприємство, аналіз, підходи, залізничний транспорт.

Гречішкіна А.А. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА»

В статье определена важность кадровой безопасности на предприятиях железнодорожного транспорта. Рассмотрены существующие подходы к трактовке понятия «кадровая безопасность предприятия» и выполнен их анализ. На основе изложенного материала предложено авторское определение «кадровой безопасности предприятий железнодорожного транспорта».

Ключевые слова: кадровая безопасность, предприятие, анализ, подходы, железнодорожный транспорт.

Grechishkina A.A. SUMMARY OF THE CONCEPT OF «HUMAN RESOURCES SECURITY RAILWAY TRANSPORT ENTERPRISES»

The article outlines the importance of personnel safety on railway undertakings. Existing approaches to the interpretation of the term «human resources security» are regarded and their analysis is completed. On the basis of the material copyright definition of «human resources security of railway transport» is proposed.

Keywords: human resources security, enterprise analysis, approaches, railway transport.

Постановка проблеми. Кадрова безпека – найважливіший фактор безпеки всіх сфер діяльності підприємства, нехтування яким здатне не просто завдати серйозної шкоди підприємству, але і зруйнувати його. Особливо це питання важливе для підприємств залізничної галузі, тому що працівники підприємства впливають на всі аспекти життєдіяльності організації і тісно пов'язані з її фінансовою безпекою, вони є головним активом підприємства, але й головним джерелом небезпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі захисту підприємства від власних кадрів досліджено багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими, такими як О.Ю. Литовченко, Г.О. Назарова, І.Г. Чумарин, Н.К. Швець, І.Р. Шегельман. Зокрема, Д.Ю. Баглей, О.А. Кириченко, Г.В. Козаченко, О.Ю. Лащенко, Н.І. Логінова, І.П. Мойсеєнко, О.М. Марченко, Л.Л. Калініченко, А.Я. Кібанов, М.В. Кнітиков, А.Г. Шаваєв висвітлюють в своїх роботах основні принципи управління персоналом як основу забезпечення кадрової безпеки підприємства.

Разом з тим варто відзначити недостатність вивчення питання кадрової безпеки підприємств залізничного транспорту та відсутність єдиної думки щодо сутності категорії «кадрова безпека підприємств».

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в визначення поняття «кадрова безпека підприємств залізничного транспорту» на основі аналізу підходів до трактування «кадрова безпека підприємств» та специфіки галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під терміном «безпека» прийнято вважати стан, коли ко-мусь або чомусь ніщо не загрожує. Цей термін почав використовуватись наприкінці ХІІ століття.

Поняття «кадрова безпека» є складним і багатогранним, тому вітчизняні та зарубіжні автори виокремлюють різні підходи до його трактування. Складність процесу управління кадровою безпекою на підприємстві обумовлюється не лише недостатнім розвитком теоретичної бази дослідження, але й

комплексністю даної проблеми та значною кількістю складових безпеки. Тому кадрову безпеку підприємства слід розглядати як проблему комплексну і при її дослідженні потрібно застосовувати системний підхід.

На сьогоднішній день не існує однозначного визначення терміну кадрової безпеки підприємства, оскільки різні вчені тлумачать дане поняття зі своєї точки зору, спираючись на мету своїх досліджень. Варіанти різних поглядів на визначення суті кадрової безпеки (табл. 1).

Дослідження літературних джерел має на меті визначити основні складові елементи поняття «кадрова безпека підприємства» (таблиця 2).

Виходячи з даних проведеного аналізу існуючих понять, пропонується у визначення поняття «кадрова безпека підприємств залізничного транспорту» включити наступні елементи:

- процес запобігання негативним діям з боку персоналу, оскільки, на нашу думку, доцільно вважати кадрову безпеку саме процесом, тобто сукупністю послідовних дій, спрямованих на досягнення певного результату, а не станом, що передбачає стабільне положення і не враховує дію внутрішніх та зовнішніх чинників;

- стабільний розвиток підприємства, адже залізничний транспорт є однією з важливих базових галузей економіки України, і тому необхідною умовою для забезпечення обороноздатності, національної безпеки і цілісності країни, поліпшення умов та рівня життя населення є саме стабільний розвиток підприємств залізничного транспорту і галузі загалом;

- ризики і загрози з боку персоналу є об'єктом кадрової безпеки, тому виникає необхідність включення даного елементу у поняття.

Ефективне управління персоналом хоча і складає основу забезпечення кадрової безпеки підприємства, на нашу думку, недоцільно вносити як окремий елемент у визначення кадрової безпеки підприємства. Функцію даного елементу та інтелектуального потенціалу бере на себе процес запобігання негативним діям з боку персоналу.

Таблиця 1

Розуміння поняття «кадрова безпека підприємства» у науковій літературі

Джерело	Визначення
Баглей Д.Ю. [1, с. 20]	Під кадровою безпекою бізнесу пропонується розуміти стан захищеності господарського суб'єкта від кадрових небезпек і загроз, механізмом забезпечення цього стану є ефективне управління персоналом
Калініченко Л.Л. [2, с. 219]	Кадрова безпека – це такий стан індивідуумів, колективу підприємства, його людського потенціалу та системи управління персоналом при якому забезпечується ефективне використання економічного потенціалу та розвиток підприємства
Кібанов А.Я. [3, с. 191]	Кадрова безпека – це генеральний напрямок кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з опрацювання цілей, завдань, спрямованих на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу, на створення відповідального і високопродуктивного згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації
Кириченко О.А. [4]	Кадрова безпека – правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом: вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, що їх регулюють, забезпечення необхідною інформацією всіх підрозділів управління персоналом
Кнітиков М.В. [5, с. 20]	Кадрова безпека – це стан захищеності організації від надмірної безпеки з боку персоналу (найманого або вже працюючого)
Козаченко Г.В. [6]	Кадрова безпека – це процес запобігання негативним діям на безпеку підприємства за рахунок усунення ризиків та загроз, пов'язаних з інтелектуальним потенціалом та трудовими відносинами в цілому
Лащенко О.Ю. [7]	Кадрова безпека – це характеристика стану економічної системи, при якому відбувається ефективне функціонування всіх її функціональних складових, забезпечення захищеності та здатність протистояти внутрішнім і зовнішнім впливам і загрозам пов'язаних з персоналом, змістовний та структурний аналіз, діагностика та прогнозування впливу діяльності персоналу на внутрішні та зовнішні показники вказаної економічної системи
Литовченко О.Ю. [8, с. 7]	Кадрова безпека – сукупність управлінських заходів, пов'язаних з ефективним формуванням та використанням кадрового потенціалу підприємства з метою забезпечення та підтримки економічної стійкості та результативності господарської діяльності підприємства
Логінова Н.І. [9, с. 376]	Кадрова безпека підприємства – це найбільш важлива складова економічної безпеки підприємства, яка має на меті виявлення, знешкодження, запобігання, відвернення та попередження загроз, небезпек і ризиків, які спрямовані на персонал та його інтелектуальний потенціал, і ті, які йдуть безпосередньо від нього, що повинно проявлятися в системі управління трудовими ресурсами та в кадровій політиці підприємства
Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. [10, с. 22]	Інтелектуально-кадрова безпека відображає забезпеченість підприємства управлінським та промислово-виробничим персоналом, рівень плинності кадрів на підприємстві, достатність їх освітньо-кваліфікаційного рівня, захищеність від переманювання працівників конкурентами
Назарова Г.О. [11]	Кадрова безпека – це діяльність щодо створення умов для стабільного функціонування й розвитку компанії, за яких забезпечують гарантовану законодавством захищеність інтересів компанії та власників від ризиків і загроз, пов'язаних із персоналом
Чумарин І.Г. [12]	Кадрова безпека – це процес запобігання негативних впливів на економічну безпеку підприємства за рахунок ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому
Шаваєв А.Г. [13]	Кадрова безпека – стан захищеності суспільно-прогресивних інтересів організації з розвитку й удосконалення її людського капіталу, підтримки ефективної системи управління людськими ресурсами й мінімізації ризиків компанії, пов'язаних із її кадровою складовою
Швець Н.К. [14]	Кадрова безпека є беззбитковістю трудових відносин підприємства
Шегельман І.Р. [15, с. 3]	Кадрова безпека – найважливіший фактор безпеки усіх сфер діяльності підприємства, нехтування яким здатне не лише нанести серйозну шкоду підприємству, але й зруйнувати його

Таблиця 2

Аналіз існуючих понять «кадрова безпека підприємства»

Джерело	Процес запобігання негативним діям з боку персоналу	Стан захищеності підприємства	Ефективне управління персоналом	Стабільний розвиток підприємства	Ризики і загрози з боку персоналу	Інтелектуальний потенціал	Запобігання негативним наслідкам для підприємства
Баглей Д.Ю.		+	+		+		
Калініченко Л.Л.			+	+			
Кібанов А.Я.			+				+
Кириченко О.А.		+	+				
Кнітиков М.В.		+					
Козаченко Г.В.	+				+	+	
Лащенко О.Ю.		+	+		+		+
Литовченко О.Ю.			+	+			
Логінова Н.І.			+	+	+	+	
Мойсеєнко І.П., Марченко О.М.		+	+			+	
Назарова Г.О.		+		+	+		
Чумарин І.Г.	+				+	+	
Шаваєв А.Г.		+	+				+
Швець Н.К.			+				
Шегельман І.Р.							+

Дослідження проблем функціонування підприємств залізничного транспорту свідчить про наявність таких основних загроз, як скорочення працівників у зв'язку з реформуванням галузі, висока ймовірність аварій через моральний та фізичний знос обладнання, порушення вимог безпеки при виконанні робіт тощо.

Тому, виходячи з вищепроведеного аналізу, під кадровою безпекою підприємств залізничного транспорту слід розуміти процес попередження, запобігання і усунення ризиків та загроз які виникають з боку персоналу з метою створення умов для стабільного функціонування і розвитку підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновки, що різноманітність підходів до визначення поняття кадрова безпека підприємства – це складне та багатогранне поняття. Кожний науковець розглядає поняття кадрової безпеки підприємства з точки зору поставленого перед собою завдання. Проаналізувавши визначення різних науковців та враховуючи специфіку роботи галузі автором, запропоновано власне визначення поняття «кадрова безпека підприємств залізничного транспорту».

Перспективою подальших наукових досліджень у даному напрямі є вивчення складових кадрової безпеки та загроз, що впливають на кадрову безпеку підприємств залізничного транспорту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Баглей Д.Ю. Технологии кадрового менеджмента в системе экономической безопасности предпринимательства / Д.Ю. Баглей: автореферат дис.канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону, 2007. – 35 с.
2. Калініченко Л.Л. Методологічний підхід до управління персоналом підприємств залізничного транспорту в умовах реформування галузі / Л.Л. Калініченко: монографія. – Харків : УкрДАЗТ, 2012. – 382 с.
3. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 638 с.
4. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: монографія / О.А. Кириченко, М.П. Денисенко, В.С. Сідак, С.М. Лаптев, С.А. Єрохін, О.І. Захаров, П.Я. Пригунов та ін. – К.: ІМБ Університету економіки та права «КРОК», 2010. – 412 с.
5. Кынтиков М.В. Управление рисками в работе с персоналом в системе обеспечения кадровой безопасности организации / М.В. Кынтиков: автореферат дис. канд. экон. наук. – Москва, 2011. – 25 с.
6. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство / О.М. Ляшенко, Ю.С. Погорелов, В.Л. Безбожний та ін.: в 3 т. Т.1; за заг. ред. Г.В. Козаченко. – Луганськ: Елтон-2, 2010. – 282 с.
7. Лашенко О.Ю. Кадрова безпека як підсистема в системі економічної безпеки підприємства. Проблеми системного підходу в економіці / О.Ю. Лашенко: електронне наукове фахове видання. – К.: НАУ, 2007. – Вип. 4. http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2007-3/Laschenko_307.htm.
8. Литовченко О.Ю. Формування кадрової безпеки підприємств АПК / О.Ю. Литовченко: автореферат дис.канд. экон. наук., Київ, 2010. – С. 26.
9. Логінова Н.І. Місце кадрової безпеки в економічній безпеці підприємства / Н.І. Логінова // Коммунальное хозяйство городов: Научно-технический сборник. – 2009. – № 87. – С. 371–376.
10. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства / І.П. Мойсеєнко, О.М. Марченко: навч. посібник. – Львів, 2011. – 380 с.
11. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства / Г.О. Назарова: Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України: наук. журн. / Терноп. нац. экон. ун-т – 2010. – Вип.15. – С. 34–37.
12. Чумарин И.Г. Что такое кадровая безопасность компании? / И.Г. Чумарин: Кадры предприятия. – 2003. – Вип. 2, <http://www.kapr.ru/articles/2003/2/519.html>.
13. Шаваев А.Г. Безопасность корпораций. Криминологические, уголовно-правовые и организационные проблемы / А.Г. Шаваев – М.: Банковский Деловой Центр, 2002. – 239 с.
14. Швець Н.К. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, або як перемогти зловживання персоналу // Персонал. – 2006. – Вип. 5. <http://www.personal.in.ua/article.php?id=291>.
15. Кадровая безопасность: Учебно-методическое пос. / И.Р. Шегельман, М.Н. Рудаков. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2006. – 96 с.

УДК 336:65.012.34

Гуржій Н.М.*доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту організацій і логістики
Запорізького національного університету***Шрамко Я.І.***студент
Запорізького національного університету***Ухова Т.В.***студент
Запорізького національного університету*

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОДИН ІЗ АСПЕКТІВ ЛОГІСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Стаття присвячена розгляду однієї із складових логістичного потенціалу, зокрема фінансового потенціалу. Наведене чітке визначення категорії фінансового потенціалу. Охарактеризована методика його оцінки. Окреслені проблеми щодо оцінки фінансового потенціалу.

Ключові слова: фінанси, логістика, потенціал, підприємство, аналіз.

Гуржий Н.Н. Шрамко Я.И., Ухова Т.В. ФИНАНСОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Статья посвящена рассмотрению составляющих категории логистического потенциала, в частности финансового потенциала. Приведено четкое определение категории финансового потенциала. Охарактеризована методика его оценки. Обозначены проблемы в оценке финансового потенциала.

Ключевые слова: финансы, логистика, потенциал, предприятие, анализ.

Gurzhly N.N., Shramko Y.I., Uhova T.V. FINANCIAL POTENTIAL AS AN ASPECT OF LOGISTICAL CAPACITY

This article deals with the constituent categories of logistics capacity, including financial capacity. It gives a clear definition of financial potential. The method of his estimation is described. Outlined the problems in evaluating the financial potential.

Keywords: financial, logistics, potential, enterprise, analysis.

Постановка проблеми. Визначення категорії фінансового потенціалу та основних способів його аналізу та оцінки є вкрай важливою проблемою для підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В даний момент існують безліч теоретичних і методичних розробок, пов'язаних з оцінкою окремих складових елементів фінансового потенціалу та ефективності їх використання. Вирішенню окремих задач цієї проблеми присвячені роботи вітчизняних вчених: В.І. Бережного, С.В. Зенченко, К.В. Давискібої, С.І. Дорогунцова, Т.С. Клебанової, Г.В. Ковалевського, В.В. Максимова, В.С. Пономаренка, Д.М. Стеценка, В.І. Торкатюка, М.Г. Чумаченка, Л.С. Шевченко, Л.М. Шутенка; а також закордонних – Ю.А. Дорошенка, М. Пората, М. Портера, А. Маршалла, О.І. Татаркіна та ін.

Постановка завдання. На основі викладеного матеріалу можна сформулювати дослідження, яке б полягало у виявленні основних методів аналізу та оцінки фінансового потенціалу підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження. До складу основних складових логістичного потенціалу входить матеріально-технічний, трудовий, фінансовий, інформаційний та інноваційний потенціалів. У цій статті ми детально розглянемо одну із складових логістичного потенціалу – фінансовий потенціал підприємства [1, с. 114].

Незважаючи на велику кількість досліджень на цю тему, поняття фінансового потенціалу не є досить конкретизованим, а іноді його навіть ототожнюють із поняттям «інвестиції», що є неправильним. Актуальність даної теми полягає ще й в тому, що підприємства повинні адекватно реагувати на зміни в ринковому середовищі, а робити це вони зможуть

шляхом задіяння логістичного потенціалу, і фінансового зокрема.

Для ефективного та успішного функціонування підприємств необхідно якісно розвивати не тільки матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудова, а й фінансові елементи потенціалу. Це обумовлює особливу увагу керівників підприємницьких структур до ефективного та доцільного використання фінансових ресурсів. У зв'язку з цим економічна сутність поняття «фінансовий потенціал» обумовлює необхідність його відтворення для безперервної роботи виробництва.

Вивчення еволюції наукового розуміння терміна «потенціал», а також підходів до його трактування має велике значення у сучасних умовах, а в ринкових умовах категорія «потенціал» здобуває особливу актуальність як одна з основних характеристик стабільності підприємства і, головне, можливостей його подальшого розвитку.

У своєму первісному значенні термін «потенціал» походить від латинського слова «potentia», що означає «приховані можливості». У вітчизняній економічній літературі цей термін у широкому розумінні пояснюють як можливості, наявні сили, запаси, засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні сукупність засобів, необхідних для чого-небудь. Український словник іншомовних слів розуміє під цим поняттям «сукупність наявних засобів, можливостей у певній галузі тощо» [2, с. 644].

Словник російської мови Ожегова трактує потенціал як «ступінь потужності в якому-небудь відношенні, сукупність засобів для будь-чого» [3, с. 548].

Досить цікаве визначення фінансового потенціалу дають А.Л. Коломнієць та А.І. Новікова: «Фінансо-

вий потенціал – це сукупність фінансових ресурсів, мобілізація яких в повному обсязі є недосяжною». Гіпотеза про те, що мобілізація фінансових ресурсів є неможливою говорить тільки про те, що ступінь використання цього потенціалу не є максимальним, і тому можна спробувати його збільшити [4, с. 5].

Автори Фомін П.А та Старовойт М.К. пропонують інше визначення: «Фінансовий потенціал – це відношення, що виникають на підприємстві під час досягнення максимально можливого фінансового результату при умові: наявності власного капіталу, достатнього для фінансової стійкості; можливості залучення додаткового капіталу в достатньому об'ємі для реалізації інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи управління фінансами [5, с. 27].

Інші автори під фінансовим потенціалом розуміють сукупність фінансових та економічних ресурсів підприємства, які забезпечують його поступальний розвиток та самостійність.

Як бачимо, аналіз літератури в області фінансово-го менеджменту не дає вичерпного трактування поняття «фінансовий потенціал».

На нашу думку, фінансовий потенціал – це здатність підприємства досягати поставлені перед ним цілі максимізації фінансових результатів діяльності, ефективно оперуючи і використовуючи наявні в нього фінансові ресурси. Варто сказати, що ці ресурси можуть бути як власними, так і запозиченими. Що ж до ототожнення фінансового потенціалу із інвестиціями, то варто сказати, що інвестиції підприємство робить на власні акумульовані кошти. Єдиним винятком може бути коли інвестиції – основна діяльність підприємства. А фінансовий потенціал – це пошук незадіяних коштів, або їх перерозподіл. І все це у розрізі логістичного потенціалу.

Економічні умови, в яких функціонують вітчизняні підприємства, досить нестабільні. З одного боку, підприємства самостійно вирішують питання закупівлі та збуту продукції, визначення масштабу виробництва та напрямки використання джерел коштів. З іншого боку, для цих підприємств характерним є високий ступінь зношеності активної частини основних виробничих фондів, невисокий рівень продуктивності праці, якості продукції, що випускається і, як результат, – нестійкий фінансовий стан. Для того, щоб можна було задіяти фінансовий потенціал підприємства у повному обсязі, необхідно спочатку визначитися з факторами, які формують його, а також провести глибокий аналіз фінансового стану підприємства.

Серед факторів, які формують фінансовий потенціал підприємства виділяють:

- здатність до своєчасного погашення своїх зобов'язаностей;
- фінансова стійкість;
- інвестиційні можливості;
- можливість залучення додаткових фінансових ресурсів;
- ефективність управління активами [6, с. 30].

Джерелом формування фінансового потенціалу є фінансові, кредитні та інвестиційні ресурси.

Фінансові ресурси – це кошти підприємства, які знаходяться у розпорядженні підприємства і призначені для виконання боргових зобов'язань, витрат по діяльності та розвитку підприємства.

Кредитні ресурси потрібні підприємству для погашення коливання у невідповідностях між потрібною кількістю грошей та їх наявністю.

Інвестиційні ресурси – це здебільшого накопиче-

ні ресурси підприємства які воно вкладає сьогодні з метою отримання додаткового прибутку у майбутньому.

Суть управління фінансовим потенціалом підприємства полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних цілей. Найважливішим аспектом тут є не наявність коштів, а саме можливість їх швидкого відтворення в потрібний момент. Це потрібно для того, щоб підприємство могло активувати цей потенціал саме в той момент, коли ситуація того потребуватиме.

Існування фінансового потенціалу можливе за наступних умов:

- наявність власного капіталу, достатнього для реалізації поточної діяльності;
- рентабельність підприємства;
- можливість залучення позичкового капіталу як показник розвитку підприємства [7, с. 101].

Попередні роки ведення економічної діяльності були порівняно стабільні, прогнозовані, але зараз в країні важка економічна ситуація і раціональне управління фінансовим потенціалом підприємства це життєво важлива необхідність. У сучасних економічних умовах діяльність кожного господарюючого суб'єкта є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, зацікавлених в результатах його функціонування. На підставі доступної їм звітної-облікової інформації вони прагнуть оцінити фінансовий стан підприємства. Основним інструментом для цього служить фінансовий аналіз, за допомогою якого можна об'єктивно оцінити внутрішні і зовнішні відносини аналізованого об'єкта, а потім по його результатам прийняти обґрунтовані рішення.

Фінансовий аналіз являє собою процес, заснований на вивченні даних про фінансовий стан і результати діяльності підприємства в минулому з метою оцінки перспективи його розвитку. Таким чином, головною задачею фінансового аналізу є зниження невизначеності, пов'язаної з прийняттям економічних рішень, орієнтованих у майбутне.

Нині технології, за допомогою яких підприємство може оцінювати свій поточний стан і виробляти ефективні та результативні стратегії майбутнього розвитку, зазнають значних змін. У зв'язку з цим різко постає питання про вибір інструментарію аналізу та оцінки потенціалу підприємства, який дозволить оперативно визначати внутрішні можливості і слабкості підпорядкованої господарської одиниці, виявляти приховані резерви в цілях підвищення ефективності її діяльності.

Основними джерелами інформації для аналізу фінансового потенціалу підприємства служать:

- бухгалтерський баланс (форма № 1);
- звіт про доходи та витрати (форма № 2);
- пояснення до бухгалтерського балансу і звіту про прибутки і збитки (звіт про зміни капіталу (форма № 3);
- звіт про рух грошових коштів (форма № 4);
- додаток до бухгалтерського балансу (форма № 5);
- наказ про облікову політику підприємства;
- нормативні законодавчі акти з питань формування та використання фінансових ресурсів підприємства.

П.А. Фомінін, М.К. Старовойтом дається коротка характеристика рівнів фінансового потенціалу підприємства. Враховуючи різноманіття фінансових процесів, множинність фінансових показників, різницю у рівні їх критичних оцінок, з чого складається ступінь їх відхилень від фактичних значень і

виникаючі при цьому складнощі в оцінці фінансової стійкості організації, авторами рекомендується проводити інтегральну рейтингову оцінку ФПП. Основні коефіцієнти які використовуються при такому аналізі наведені у таблиці 1 [5, с. 115].

Таблиця 1

Рейтингова оцінка показників фінансового потенціалу

Назва показника	Високий рівень фінансового потенціалу	Середній рівень фінансового потенціалу	Низький рівень фінансового потенціалу
Коефіцієнт фінансової незалежності	>0.5	0.3-0.5	<0.3
Коефіцієнт фінансової залежності (напруги)	<0.3	0.3-0.5	>0.5
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами.	>0.1	0.05-0.1	<0.05
Коефіцієнт самофінансування	>1	0.5-1	<0.5
Коефіцієнт загальної ліквідності	>2.0	1.0-2.0	<1.0
Коефіцієнт термінової ліквідності	>0.8	0.4-0.8	<0.4
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0.2	0.1-0.2	<0.1
Рентабельність сукупних активів	>0.1	0.05-0.1	<0.05
Рентабельність власного капіталу	>0.15	0.1-0.15	<0.1

Склад представлених показників не є вичерпним, оскільки, на нашу думку, повний аналіз вимагає включення ще ряду додаткових показників, що розширюють характеристики фінансового потенціалу підприємства. Також вивчення літератури та нормативних документів з даного питання показує недосконалість існуючої системи показників аналізу фінансового стану бізнесу, оскільки виявляється наявність різниці у визначенні бази розрахунку за більшістю показників. У зв'язку з цим для ефективно оцінки фінансового потенціалу підприємства ми пропонуємо використовувати уточнені формули основних показників фінансового аналізу.

О.С. Федонін та І.М. Репіна пропонують проводити аналіз фінансового потенціалу підприємства за допомогою вертикального і горизонтального аналізу звітності, оскільки вони дають найбільш загальне уявлення про зміни, які мали місце в структурі засобів та їх джерел, а також динамку цих змін. Горизонтальний аналіз звітності полягає в побудові однієї з декількох аналітичних таблиць, у яких абсолютні показники доповнюються відносними темпами зростання (зниження). Ступінь агрегованості показників визначається аналітиком. Як правило, беруться базисні темпи росту за ряд років (суміжних періодів), що дозволяє аналізувати не тільки зміну окремих показників, але і прогнозувати їхнього значення. Цінність результатів горизонтального аналізу істотно знижується в умовах інфляції. Вертикальний аналіз показує структуру засобів підприємства і їх джерел [8, с. 67].

Горизонтальний і вертикальний аналіз взаємодоповнюють один одного. Тому на практиці нерідко

будують аналітичні таблиці, що характеризують як структуру звітної бухгалтерської форми, так і динаміку окремих її показників.

Дж. Ван Хорн виділяє дві групи методів аналізу фінансового потенціалу. Перші засновані на описі аналітичних процедур на логічному рівні, а не на строгих аналітичних залежностях. До них відносяться методи: експертних оцінок, сценаріїв, психологічні, морфологічні, порівняння побудови систем показників, побудови систем аналітичних таблиць і т.п. Застосування цих методів характеризується певним суб'єктивізмом, оскільки велике значення мають інтуїція, досвід і знання аналітика.

До другої групи належать методи, в основі яких лежать досить строгі формалізовані аналітичні залежності. Вони поділяються на статистичні, бухгалтерські та економіко-математичні [9, с. 46].

Проведений наліз публікацій з проблеми оцінки потенціалу виявив недостатнє її опрацювання на рівні окремої галузі і, особливо, на рівні підприємства. У деяких публікаціях лише констатується той факт, що питання аналізу та оцінки потенціалу окремих підприємств залишилися осторонь від уваги дослідників. Таким чином питання створення інструментарію оцінки потенціалу залишається таким, що потребує доопрацювання.

Висновки з проведеного дослідження. Фінансовий потенціал є складовою логістичного потенціалу підприємства і являє собою здатність підприємства досягати поставлені перед ним цілі ефективно оперуючи і використовуючи наявні в нього фінансові ресурси.

На жаль, питання створення ефективного інструментарію який би допоміг якісно оцінити фінансовий потенціал, є невирішеним, тому оцінку надають після проведення аналізу фінансового стану підприємства, джерелом якого є фінансова звітність цього підприємства за період.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуржій Н.М., Шрамко Я.І. «Управління логістичним потенціалом підприємства»/ Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наук. праць, Вип. 694-695. Економіка. – Чернівці : ЧНУ, 2014. – 180 с.
2. Словник іншомовних слів/ укл. Л.О. Пустовіт та ін. – К. : Довіра, 2000. – 1018 с.
3. Ожегов С.И. «Словарь русского языка»/под. ред. член. кор. АН СССР Шведовой М.Ю. – Стереотип. – М. : Русский язык, 1986. – 787 с.
4. Коломніец А.Л, Новикова А.И. «О соотношении финансового и налогового потенциалов в региональном разрезе» // Налоговый вестник. – 2012. № 3. – 45 с.
5. Фомин П.А., Старовойт М.К. «Особенности оценки производственного и финансового потенциала промышленного предприятия» // Среднее профессиональное образование. – 2012. – № 11. – 215 с.
6. Войцеховская, И.А. «Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности» // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 1. – 350 с.
7. Банчева А.Н. «Управление финансовым потенциалом организации» // Маркетинг. – 2009. – № 4. – 410 с.
8. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексик О.І. «Потенціал підприємства: формування та оцінка» // Навч. посібник. – КНЕУ, 2004. – 316 с.
9. Ван Хорн Дж. «Основы управления финансами». – М. : Финансы и статистика, 1999. – 420 с.

УДК 658.012

Деренська Я.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління та економіки підприємства
Національного фармацевтичного університету*

КІЛЬКІСНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ФАРМАЦІЇ

Стаття присвячена проблемам оцінки результативності та ефективності впровадження проектного менеджменту в умовах фармацевтичного виробництва. Оцінка ефективності системи проектного менеджменту здійснюється на підставі оцінки результативності системи проектного менеджменту підприємства і розрахунку комплексного показника витрат за проектом. У свою чергу, оцінка результативності системи управління проектами спирається на визначення показників результативності процесів, продуктів та управління процесами за проектами.

Ключові слова: проектний менеджмент, результативність, ефективність, комплексний показник витрат, інтегральний показник ефективності системи управління проектами.

Деренская Я.Н. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ФАРМАЦИИ

Статья посвящена проблемам оценки результативности и эффективности внедрения проектного менеджмента в условиях фармацевтического производства. Оценка эффективности системы проектного менеджмента осуществляется на основе оценки результативности системы проектного менеджмента предприятия и расчета комплексного показателя затрат по проекту. В свою очередь, оценка результативности системы управления проектами опирается на определение показателей результативности процессов, продуктов и управления процессами по проекту.

Ключевые слова: проектный менеджмент, результативность, эффективность, комплексный показатель затрат, интегральный показатель эффективности системы управления проектами.

Derenskaya Ya.N. QUANTITATIVE ASPECTS OF ESTIMATION OF EFFICIENCY OF PROJECT MANAGEMENT IN PHARMACY

The article deals with the problems of estimation of effectiveness and efficiency of introduction of project management in the conditions of pharmaceutical production. The estimation of efficiency of the system of project management includes estimation of effectiveness of the system of project management of enterprise and calculation of complex index of project costs. The estimation of effectiveness of project management includes determination of indexes of effectiveness of processes, results and management project processes.

Keywords: project management, effectiveness, efficiency, complex index of costs, integral index of efficiency of system of project management.

Постановка проблеми. Сучасне фармацевтичне підприємство, стикаючись з проблемою поєднання багатьох аспектів менеджменту в єдиній інтегрованій системі, намагається збільшити ефективність її функціонування шляхом зростання ефективності кожної з підсистем менеджменту та координації елементів цих підсистем між собою. Однією з підсистем інтегрованої системи менеджменту фармацевтичного підприємства є система проектного менеджменту, яка являє собою принципи та процедури управління проектами.

Поширення обсягів та сфери використання проектного менеджменту в умовах орієнтації на інноваційну модель розвитку вітчизняної фармації актуалізує необхідність розробки методологічних підходів до його оцінки. Побудова системи показників оцінки ефективності проектного менеджменту є дуже важливим процесом. На даний час на фармацевтичних підприємствах оцінку ефективності здійснюють за допомогою показників інвестиційної привабливості, дотримання запланованого часу виконання проекту, дотримання рівню запланованих витрат та ін. Але комплексної системи оцінки ефективності проектного менеджменту в умовах фармацевтичного виробництва поки не існує.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одним з варіантів оцінювання ефективності процесу управління проектами виступає його відповідність стандартам ISO, повнота і правильність використання останніх. Результативність цих стандартів визначається: комплексом документів, що регулюють аспекти управління якістю на підприємстві; планами щодо виконання політики якості; додержанням принципів забезпечення якості, порядком роботи

підприємства, взаємозв'язками, обов'язками, робочими інструкціями, системою забезпечення якості; докладним описом технології забезпечення якості на робочих місцях тощо.

Згідно зі стандартом ISO 9000:2005 результативністю є ступінь реалізації запланованої діяльності і досягнення запланованих результатів. Ефективність характеризує співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами. Результативність визначається комплексом документів, що регулюють аспекти управління якістю на підприємстві: наявністю довгострокових, середньострокових та короткострокових планів щодо виконання політики якості; додержанням принципів забезпечення якості, порядком роботи підприємства, взаємозв'язками, обов'язками, компетенцією, робочими інструкціями системи забезпечення якості; докладним описом технології забезпечення якості на робочих місцях [1].

Результативністю за правилами GMP (належна виробнича практика) є: приведення у відповідність матеріально-технічної бази підприємств; відповідність інформації на етикетці вмісту упаковки; виготовлення продукту за найкращими сучасними технологіями; виготовлення продукту з екологічно чистої сировини тощо [2]. Ефективністю за цими правилами є: якість, безпека, клінічна ефективність лікарських засобів, що випускаються; отримання додаткового прибутку за рахунок можливості підприємства працювати на міжнародному ринку та ін.

У класичному понятті процесного підходу показники ефективності процесу – це параметри процесу, що характеризують взаємовідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами; показники продукту (послуги) – параметри продук-

ту процесу; показники (дані) задоволеності клієнта (споживача) – параметри задоволеності клієнта [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що результативність процесу – це якісний або кількісний показник, або система відповідних показників, які розраховуються за певною методикою й адекватно характеризують ступінь досягнення результату і/або динамічні показники (зміни) функціонування процесу.

Система оцінних показників, побудована в рамках процесного управління, може структуруватися за чотирма напрямками:

1) показники результату діяльності окремих процесів і підприємства в цілому (досягнення запланованих результатів – за об'ємом, якістю, номенклатурою і термінами);

2) показники ефективності діяльності окремих процесів і підприємства в цілому (відношення отриманих результатів до витрат часу, фінансових і інших ресурсів);

3) показники продуктів, які виробляються процесами підприємства;

4) показники задоволеності клієнтів результатами роботи [3].

Дуже часто результати та ресурси оцінюються якісними показниками, які не піддаються кількісному виміру, а оцінюються за певною рейтинговою шкалою у балах, наприклад, методом експертних оцінок. Але іноді і це важко зробити, а можна тільки оцінити вимірювання відповідних показників у відносних одиницях. У цих випадках слід говорити про відносну ефективність та результативність по відношенню до будь-яких базових показників або періодів у минулому.

Згідно з РМВОК® проект є успішним, якщо його завершено: у встановлений термін; у рамках наданого бюджету; при задоволенні замовника [4].

І.В. Дем'янович розглядає показники результативності процесу з точки зору зміни параметрів на виході з процесу у порівнянні з тотожними параметрами на вході, для визначення ефективності процесу застосовується питома витрати на процес [5, с. 121].

Також у літературних джерелах існує певна розбіжність серед вчених щодо необхідності об'єднання понять ефективності та результативності. Так, згідно з

[6, с. 156] М.О. Кизим, О.М. Тищенко, Л.В. Догайло вважають необхідним об'єднати ці терміни при оцінці системи менеджменту, оскільки це забезпечує комплексність розуміння результату досягнення мети з урахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, а також можливості мінімізації витрат. Р.З. Дармиць, Н.О. Вацик, аналізуючи поняття «результативність», характеризують її з точки зору міри досягнення результату, тоді як поняття «ефективність» характеризується ціною і швидкістю досягнення результату [6, с. 157].

О.В. Посилкіна, К.С. Світлична у межах оцінювання результативності та ефективності функціонування інтегрованої системи менеджменту на фармацевтичних підприємствах вирізняють локальні показники основних, управлінських і забезпечувальних процесів [7, с. 10], по кожному з яких враховується коефіцієнт еластичності (відображає внески

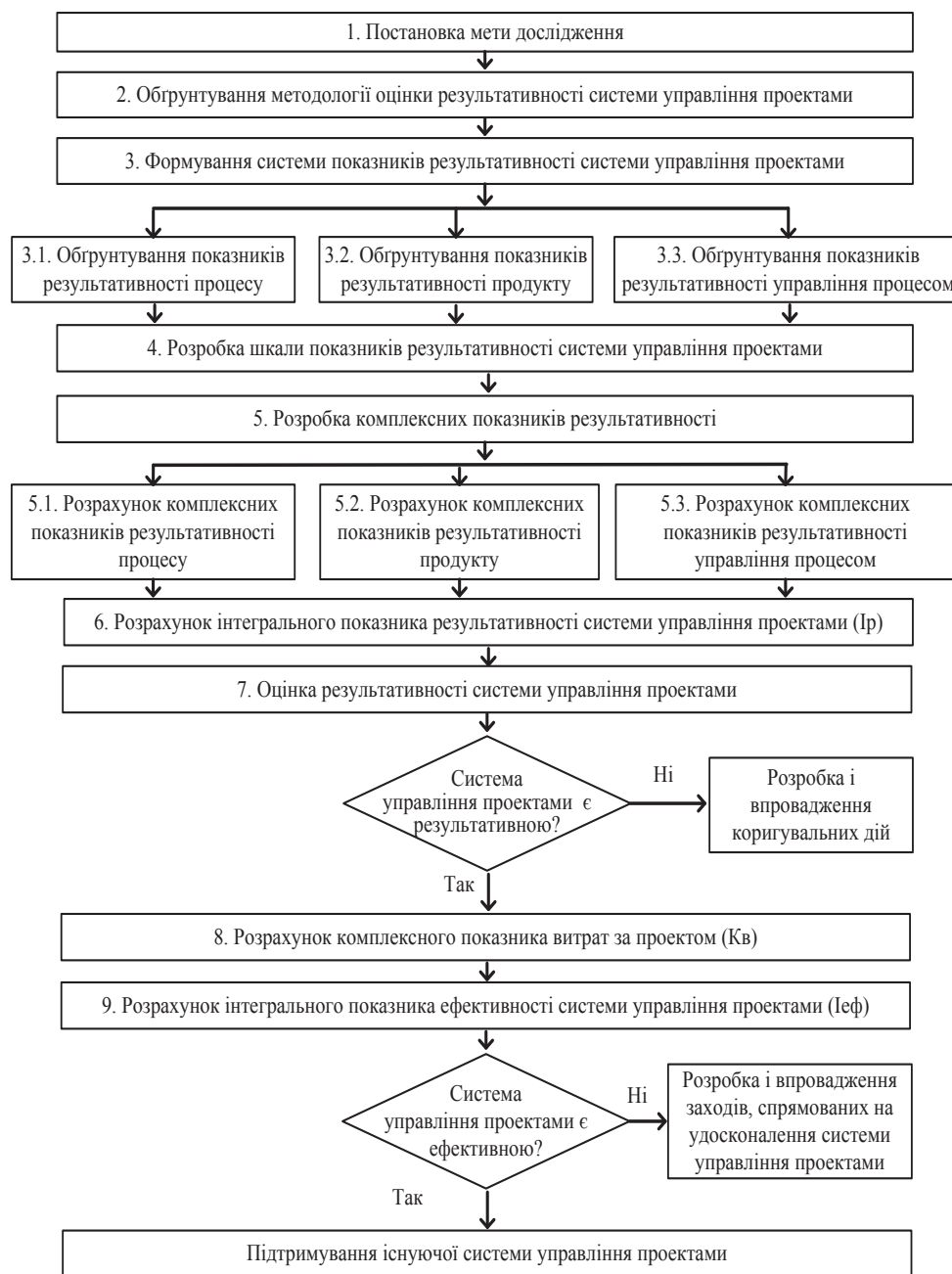


Рис. 1. Блок-схема алгоритму оцінки результативності й ефективності системи проектного менеджменту фармацевтичного підприємства

Таблиця 1

Запропонована система показників результативності процесів та продуктів за проектом у фармацевтичному виробництві (фрагмент)

Код	Назва	Показники результативності процесу	Показники результативності продукту
1.1.1	Проробка нових ідей щодо створення лікарського засобу (ЛЗ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведена перевірка наявності реєстрації діючої речовини в Україні 2. Проведена перевірка наявності опису діючої речовини в фармакопеях 3. Здійснений пошук виробників діючої речовини 4. Проведена перевірка наявності діючої речовини в Україні 5. Встановлені контакти з виробниками діючої речовин 6. Здійснений попередній розрахунок рентабельності ЛЗ 7. Проведений патентно-інформаційний пошук 8. Прийняте рішення про доцільність розробки нового ЛЗ 9. Ідентифіковані ризики фармрозробки 10. Отримані зразки діючих та допоміжних речовин 11. Обраний і придбаний препарат порівняння 12. Проведені фізико-хімічні, біологічні та технологічні дослідження діючих та допоміжних речовин 13. Вивчені можливості виробництва нового ЛЗ на фармацевтичному підприємстві 14. Прийняте рішення про можливість та доцільність створення нового ЛЗ 15. Прийняте рішення про старт проекту розробки нового препарату 16. Визначені основні етапи робіт за проектом 17. Призначений керівник проекту та визначений склад команди проекту 18. Визначений клас фармрозробки 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Складена довідка про патентно-інформаційний пошук 2. Затверджений наказ про початок проекту розробки нового ЛЗ 3. Затверджений наказ про призначення керівника проекту 4. Затверджений наказ про склад проектної команди 5. Розроблений попередній план проектних робіт по розробці нового ЛЗ 6. Складений перелік виробників субстанції, допоміжних речовин 7. Затверджений протокол вибору виробників субстанції 8. Отримана документація на субстанцію 9. Отримані зразки субстанції, допоміжних речовин 10. Розроблений план постановки експерименту 11. Складений звіт з постановки експерименту 12. Схвалений протокол аналізу зразка субстанції, допоміжних речовин 13. Схвалений протокол ухвалення зразка субстанції, допоміжних речовин

рівнів результативності кожної групи процесів до загального рівня результативності всієї інтегрованої системи менеджменту).

Таким чином, вищенаведені варіанти визначення складових ефективності та результативності дозволяють зробити висновок про необхідність адаптації існуючих показників до реалій проектної діяльності і формування методичних підходів до оцінки ефективності проектного менеджменту в умовах фармацевтичного виробництва.

Постановка завдання. З урахуванням аналітичного розгляду існуючих думок щодо оцінки результативності та ефективності менеджменту можна сформулювати мету дослідження, яка полягає у розробці методичного підходу до оцінки ефективності проектного менеджменту в умовах фармацевтичного виробництва.

Вклад основного матеріалу дослідження. Показники результативності є найголовнішими при виконанні будь-якого проекту, вони є основою оцінки ефективності проекту в цілому, його окремих процесів та продукту проекту. Визначення результативності процесів та робіт показує, наскільки певна робота відповідає нормативним актам, настановам та плановим показникам. Запропонований алгоритм оцінки результативності й ефективності проектного менеджменту в умовах фармацевтичного виробництва представлений на рис. 1.

Методологічною основою цього алгоритму, запропонованого для умов фармацевтичного виробництва, є оцінка ефективності системи проектного менеджменту на фармацевтичному підприємстві на підставі оцінки результативності системи проектного менеджменту підприємства і розрахунку комплексного показника витрат за проектом. У свою чергу, оцінка результативності системи управління проектами спирається на визначення показників результативності процесів, продуктів та управління процесами за проектами. Показники результативності процесу – це виконання всього переліку робіт для досягнення мети процесу. Показники результативності продукту – узгоджені або затверджені документи, які надають

можливість перейти до реалізації наступного етапу (процесу). Показники результативності управління процесом – це показники, які відбивають відповідність планового та фактичного часу виконання елементів проекту (субпроцесів, проектних робіт).

Для кожного елемента проекту визначається перелік показників результативності (експертним методом, виходячи з сутності проектної роботи). Ґрунтуючись на розробленій структурі проектних робіт у фармацевтичному виробництві [8, с. 10-17], запропоновано перелік показників результативності процесу та продукту проекту. У таблиці 1 представлено приклад визначення переліку показників результативності процесу та продукту проекту для субпроцесу «Проробка нових ідей щодо створення лікарського засобу». Для кожного показника розробляється своя бальна шкала відповідності.

Відповідність фактичного показника результативності до нормативного за елементом проекту позначається балом «1», невідповідність – балом «0», максимальна кількість балів дорівнює кількості показників результативності.

Результативність розглядається за очікуваними результатами процесу та продукту. До результатів за процесом можна віднести підсумкові показники за процесом (наприклад, виконання певного обсягу робіт, обґрунтування певного рішення, план розробки та впровадження, контракти, наявність речовини, технологію розробки та інші), а до результативності продукту – документи, контракти, договори та угоди, тобто показник результативності за продуктом показує, який продукт було одержано внаслідок впроваджених дій.

Індекс результативності за процесом за кожним елементом проекту розраховується за формул

$$I_{p.p.} = B / \max B,$$

де B – загальні бали, фактично розраховані за процесом,
 $\max B$ – максимально можлива кількість балів за процесом.

Аналогічно розраховується індекс результативності за продуктом – $I_{p.p.}$

Індекс результативності управління процесом за кожним елементом проекту розраховується за формулою:

$$I_{р.у.п.} = t_{\text{план.}} / t_{\text{факт.}},$$

де $t_{\text{план}}$ – плановий час виконання елемента проекту,
 $t_{\text{факт}}$ – фактичний час виконання елемента проекту.

Індекс витрат за кожним елементом проекту розраховується за формулою:

$$I_{в} = V_{\text{факт}} / V_{\text{план}},$$

де $V_{\text{факт}}$ – фактичні витрати за елементом проекту,
 $V_{\text{план}}$ – планові витрати за елементом проекту.

Індекси показників результативності за витратами, процесом, продуктом, а також індекс показників управління процесом дозволяють розраховувати відповідні комплексні показники. Комплексний показник результативності за процесом розраховується за формулою:

$$K_{р.пр.} = \prod_{i=1}^n I_{р.пр. i},$$

де $I_{р.пр. i}$ – індекс результативності за i -им елементом проекту.

Аналогічно розраховуються комплексні показники результативності за продуктом – $K_{р.п.}$, та результативності управління процесом – $K_{р.у.п.}$

Комплексний показник витрат за проектом ($K_{в}$) розраховується за формулою:

$$K_{в} = \prod_{i=1}^n I_{в i},$$

де $I_{в i}$ – індекс витрат за i -им елементом проекту.

Комплексні показники результативності розраховуються вертикальним і горизонтальним методом, в залежності від повноти елементів проекту. Розрахунок комплексних показників результативності на підставі горизонтального аналізу здійснюється на основі індексних показників за певним елементом

проекту. Комплексні показники результативності за вертикальним аналізом розраховуються за допомогою показників результативності процесів, продуктів та управління за проектом.

Інтегральний показник результативності можна розрахувати як за окремим елементом проекту, так і для проекту в цілому. Інтегральний показник результативності проекту розраховується за формулою:

$$I_{р} = K_{р.п.} * K_{р.пр.} * K_{р.у.п.}$$

Показники ефективності проектів слід розраховувати шляхом ділення відповідних комплексних чи інтегральних показників результативності на відповідні індекси витрат.

У цілому інтегральний показник ефективності управління проектом розраховується за формулою:

$$I_{еф} = I_{р} / K_{в}$$

Для визначення ступеня результативності та ефективності проектного менеджменту пропонується використовувати шкалу Харрінгтона (табл. 2).

Розроблену методику оцінки ефективності проектного менеджменту було апробовано на прикладі проекту «Асептичне виробництво».

Таблиця 2

Вербально-числова шкала Харрінгтона

Величина індексу	Характеристика рівня
0,19 – 0,0	Дуже низький рівень
0,36 – 0,2	Низький рівень
0,62 – 0,37	Середній рівень
0,79 – 0,63	Високий рівень
1,0 – 0,8	Дуже високий рівень

Використовуючи типову структуру проектних робіт, було побудовано систему показників результативності. Результати оцінки наведено у таблицях 3-5.

Таблиця 3

Розрахунок показників ефективності управління проектом за роботами

Код	Назва роботи	Результативність за процесом			Результативність продукту			Результативність управління процесом		
		Максимально можлива оцінка, бал	Фактична оцінка, бал	Ір.пр.	Максимально можлива оцінка, бал	Фактична оцінка, бал	Ір.п.	Плановий час, міс.	Фактичний час, міс.	Ір.у.п.
1.1.1	Проробка нових ідей щодо створення ЛЗ	18	17	0,94	13	13	1	2	2	1
1.1.2	Розробка документації на діючу речовину	15	15	1	6	6	1	2	2	1
1.1.3	Обґрунтування компонентів нового ЛЗ та вибір первинної упаковки	8	8	1	4	4	1	2	2	1
1.1.4	Фармацевтична розробка нового ЛЗ	20	20	1	10	10	1	2	2	1
1.1.5	Доклінічні дослідження нового ЛЗ	8	8	1	11	11	1	2,5	3	0,83
1.1.6	Дослідно-промислова апробація нового ЛЗ	9	9	1	18	18	1	2	2,5	0,8
1.1.7	Дослідження стабільності готового ЛЗ	4	4	1	5	5	1	14,5	14,5	1
1.1.8	Первинна експертиза реєстраційного досяє	26	26	1	14	14	1	2	2	1
1.1.9	Клінічні дослідження нового ЛЗ	17	17	1	13	13	1	4,5	5	0,9
1.1.10	Реєстрація нового ЛЗ	17	17	1	9	9	1	2,5	2,5	1

Продовження таблиці 3

1.1.11	Впровадження у виробництво нового ЛЗ	12	12	1	14	14	1	2,5	2,5	1
1.2.1	Проектування виробництва	12	10	0,83	5	5	1	3	5	0,6
1.2.2	Будівництво	21	21	1	6	6	1	9	9,5	0,95
1.2.3	Проведення кваліфікації	9	9	1	9	9	1	2	2,5	0,8
1.2.4	Валідація	3	3	1	5	5	1	2	3	0,67
1.2.5	Введення в експлуатацію	6	6	1	6	6	1	5	5	1
1.3.1	Промислове виробництво нового ЛЗ	11	11	1	9	9	1	2	2,5	0,8
1.3.2	Створення комплексу маркетингових заходів щодо просування нового ЛЗ на ринок	7	7	1	7	7	1	3,5	3,5	1
1.3.3	Постпроектний аудит	4	4	1	2	2	1	2	3	0,67
	Комплексний показник	-	-	0,78	-	-	1	-	-	0,1

Таблиця 4

Розрахунок показників ефективності управління проектом за роботами

Код	Інтегральний показник результативності	Планові витрати, євро	Фактичні витрати, євро	Індекс витрат	Показник ефективності роботи
1.1.1	0,94	6200	6200	1	0,94
1.1.2	1	7500	7500	1	1
1.1.3	1	7000	7000	1	1
1.1.4	1	49000	49000	1	1
1.1.5	0,83	32000	32000	1	0,83
1.1.6	0,8	60000	60000	1	0,8
1.1.7	1	26000	26000	1	1
1.1.8	1	7000	7000	1	1
1.1.9	0,9	102000	102000	1	0,9
1.1.10	1	26000	26000	1	1
1.1.11	1	217000	217000	1	1
1.2.1	0,5	200000	200000	1	0,5
1.2.2	0,95	4500000	4642000	1,03	0,92
1.2.3	0,8	120000	120000	1	0,8
1.2.4	0,67	310000	310000	1	0,67
1.2.5	1	110000	110000	1	1
1.3.1	0,8	350000	323250	0,92	0,86
1.3.2	1	280000	280000	1	1
1.3.3	0,67	45000	45000	1	0,67

Таблиця 5

Розрахунок комплексних показників результативності системи проектного менеджменту фармацевтичного підприємства

Назва комплексного показника	Значення
Комплексний показник результативності за продуктом	1
Комплексний показник результативності за процесом	0,78
Комплексний показник результативності управління процесом	0,1
Комплексний показник витрат за проектом	0,95
Показник ефективності управління проектом	0,08

Інтегральний показник результативності ($I_p = 1,0 * 0,78 * 0,1 = 0,078$) свідчить про дуже низьку результативність менеджменту за досліджуваним проектом, що у сукупності з врахуванням індексу витрат дозволяє констатувати дуже низьку ефективність системи управління проектом.

Висновки з проведеного дослідження. Розроблені методичні підходи до оцінки ефективності проектного менеджменту дозволяють виявити помилки у ході реалізації проекту, «вузькі» місця в стратегії управління, що надає змогу уникнути їх у майбутніх проектах, що у кінцевому підсумку сприятиме

зниженню витрат проектних коштів та часу, а отже, й прискоренню виводу на ринок нових вітчизняних ЛЗ, зниженню вартості реалізації подібних проектів, а отже, сприятиме реалізації стратегії імпортозаміщення на вітчизняному фармацевтичному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. ІСО 9000-1 : 2005. Стандарти по общему руководству качеством и обеспечению качества. Часть 1. Руководящие указания по выбору и применению [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iso.org>.
2. Настанови з якості. Лікарські засоби. Належна виробнича практика. Настанова 42-01-2001. – К. : МОЗ України: МОПІОН, 2001. – 82 с.
3. Репин В.В. Возможности процессной системы управления [Электронный ресурс] / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – Режим доступа : <http://www.quality.eup.ru/MATERIALY3/evpp.html>.
4. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) Fourth Edition. PMI, 2008. – Режим доступу : <http://www.pmi.org/publicatn/pmboktoc.htm>.
5. Демьянович И.В. Количественные подходы к оценке эффективности системы менеджмента качества / И.В. Демьянович // Экономика и управление. – 2010. – № 11. – С. 120–123.
6. Дармиць Р.З. Взаємозв'язок результативності та економічної ефективності в системі менеджменту підприємства / Р.З. Дармиць, Н.О. Вацк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – С. 153–161.



7. Посилкіна О.В. Науково-практичні підходи до оцінювання результативності та ефективності функціонування інтегрованої системи менеджменту на фармацевтичних підприємствах / О.В. Посилкіна, К.С. Світлична // Фармацевтичний журнал. – 2010. – № 5. – С. 9–15.
8. Формування комплексної системи управління проектами у фармацевтичному виробництві в умовах впровадження належної виробничої практики : метод. рек. / О.В. Посилкіна, Г.В. Костюк, Я.М. Деренська. – Х. : Вид-во НФаУ, 2008. – 28 с.

УДК 330.322.5

Дивнич О.Д.
кандидат економічних наук, доцент
Полтавської державної аграрної академії

ФОРМАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТНИХ РІШЕНЬ

У статті автором узагальнено принципи оцінки ефективності інвестиційних проектів. Особлива увага приділяється питанню визначення ставки дисконтування. Визначено недоліки застосування показників чистого дисконтованого доходу, внутрішньої норми рентабельності та терміну окупності при обґрунтуванні бізнес-плану інвестиційного проекту. Автором обґрунтована методика розрахунку чистої теперішньої вартості інвестиційного проекту.

Ключові слова: інвестиційний проект, формальні методи, ставка дисконтування, грошовий потік, чистий дисконтований дохід, внутрішня норма рентабельності, термін окупності.

Дивнич О.Д. ФОРМАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТНЫХ РЕШЕНИЙ

В статье автором обобщены принципы оценки эффективности инвестиционных проектов. Особенное внимание уделяется вопросу определения ставки дисконтирования. Определены недостатки применения показателей чистого дисконтированного дохода, внутренней нормы рентабельности и периода окупаемости при обосновании бизнес-плана инвестиционного проекта. Автором обоснована методика расчета чистого дисконтированного приведенного дохода инвестиционного проекта.

Ключевые слова: инвестиционный проект, формальные методы, ставка дисконтирования, денежный поток, чистый дисконтированный доход, внутренняя норма рентабельности, срок окупаемости.

Dyvnych O.D. FORMAL METHODS FOR ASSESSING EFFECTIVENESS OF PROJECT SOLUTIONS

Principles of assessing effectiveness of investment projects are summarized by the author in this article. Particular attention is given to the discount rate. Disadvantages of using indicators of net discount income, internal rate of return and payback period in the justification of a business plan of the investment project are identified. The author proved the method of calculating the net present value of the investment project.

Keywords: investment project, formal methods, the discount rate, cash flow, net discount income, internal rate of return, payback period.

Постановка проблеми. Залучення інвестицій у національну економіку України не можливе без розробки науковообґрунтованого інструментарію оцінки ефективності їх вкладення. Саме на підставі результатів оцінки ефективності формується висновок про доцільність реалізації проекту або про вибір одного з кількох проектів.

Для прийняття рішення про доцільність реалізації проекту використовуються формальні та неформальні критерії. Формальні критерії прийняття рішення спрямовані на оцінку ефективності проекту на основі розрахунку фінансових показників. Серед неформальних критеріїв прийняття рішення можна виділити можливість реалізації проекту та суб'єктивні критерії експертів, інвесторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оцінки ефективності інвестиційних проектів є досить актуальними і перебувають у центрі дослідження таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як Г. Бірман, І. Бланк, В. Верба, А. Загородній, І. Мазур, А. Маршал, О. Митяй, А. Пересада, Г. Тарасюк, Р. Холт, В. Царьова, Л. Швець.

Узагальнюючи праці провідних вчених, можна зробити висновок, що, незважаючи на проведення обґрунтованих досліджень у сфері інвестиційного менеджменту, проблеми обґрунтування доцільності прийняття проектних рішень залишаються недостатньо вивченими. Це зумовлено тим, що фінансові показники оцінки ефективності здійснення інвести-

цій в основному запозичені з зарубіжної практики і не враховують сучасних тенденцій розвитку національної економіки. Також існують розбіжності у теоретичних положеннях та практичних результатах застосування фінансових показників для обґрунтування бізнес-плану.

Постановка завдання. Ціль статті – систематизувати теоретичні та методичні положення оцінки обґрунтування доцільності реалізації інвестиційних проектів з використанням показників чистого дисконтованого доходу, внутрішньої норми рентабельності та періоду окупності, а також удосконалити методіку розрахунку даних показників з урахуванням сучасних тенденцій розвитку інвестиційного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В проектному аналізі під ефективністю проекту розуміють категорію, що відображає відповідність результатів проекту цілям та інтересам його учасників. До неї належить економічна ефективність, фінансові можливості повернення коштів, маркетингова, технологічна ефективність, результативність роботи кадрових ресурсів тощо. Таким чином, оцінка ефективності інвестиційного проекту – один із основних етапів його аналізу та розробки, на основі якого приймаються рішення про реалізацію або відхилення інвестиційного проекту.

У основу оцінок ефективності інвестиційних проектів, й загалом проектних рішень, покладено наступні базові підходи й принципи [7, с. 176]:

1. Розгляд проекту впродовж всього його життєвого циклу.

2. Моделювання грошових потоків, які обов'язково мають включати усі пов'язані із проектом надходження і витрати грошових коштів.

3. Співставність умов порівняння різних проектів (варіантів проекту).

4. Принцип позитивності і максимуму ефекту. Для того, щоб проект був визнаний ефективним необхідно, щоб ефект від його реалізації був позитивним; при порівнянні із альтернативними проектами перевага має надаватися проекту із найбільшим значенням ефекту.

5. Врахування фактору часу. При оцінці ефективності проекту бажано враховувати різноманітні аспекти фактору часу, у тому числі динамічність параметрів проекту та його оточення.

6. Врахування тільки наступних витрат та надходжень. Мається на увазі, що в розрахунках показників ефективності мають братися до уваги тільки ті витрати та надходження, які будуть мати місце у ході реалізації проекту. Ресурси, які було створено раніше і які використовуються в проекті оцінюються не витратами на їх створення, а альтернативною вартістю, яка відображає максимальне значення втрачених можливостей.

7. Врахування найбільш суттєвих наслідків проекту.

8. Врахування, що учасники проекту можуть мати відмінні інтереси, а тому оцінка вартості капіталу може виражатися індивідуальними значеннями ставки дисконтування.

9. Багатоетапність оцінки. На різних стадіях розробки й здійснення проекту, його ефективність визначається заново, з різною глибиною дослідження.

10. Врахування інфляції, невизначеності та ризиків.

В проектному аналізі найчастіше використовують наступні показники оцінки ефективності реалізації інвестиційних проектів:

1) чистий дисконтований дохід – NPV (Net Present Value);

2) термін окупності інвестицій – PP або PB (Pay-Back Period);

3) внутрішня норма дохідності – IRR (Internal Rate of Return);

4) середня норма рентабельності – ARR (Average rate of return);

5) індекс рентабельності – PI (Profitability Index).

Одним з найважливіших принципів проектного аналізу є врахування фактора часу. З цієї метою здійснюють процес дисконтування, тобто процес визначення теперішньої вартості потоку готівки шляхом коригування майбутніх грошових надходжень за допомогою коефіцієнта дисконтування.

Ставка дисконтування – це норма дохідності на вкладений капітал, яку очікує одержати інвестор. Існує два варіанти визначення ставки дисконтування [5]:

1. Глобальний варіант розрахунку коефіцієнта дисконтування. При цьому береться модель оцінки ризиків CAPM і необхідна дохідність активу розраховується за формулою:

$$R_a = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f), \quad (1)$$

де R_a – очікувана дохідність активу, %;

R_f – безризикова ставка дохідності, %;

R_m – ринковий рівень дохідності, %;

β – коефіцієнт, що відображає кореляцію активу і ринку.

Однак слід зазначити, що не існує однозначного розуміння безризикової ставки дохідності, яка може визначатися як ставка дохідності по державних цінних паперах або як ставка по депозитних вкладах. Слід зазначити, що на ринку в обігу знаходиться досить велика кількість різних державних цінних паперів з різними строками погашення і, відповідно, різним рівнем дохідності. Ставка по депозитних вкладах також характеризується значною волатильністю.

Невирішеними залишаються питання: яким чином визначити коефіцієнт, що відображає кореляцію активу і ринку, який масштаб при цьому обирати, чи може бути дана модель лінійною? На нашу думку, при розрахунку β -коефіцієнта доцільно враховувати лише систематичні ризики.

В практиці інвестиційного менеджменту також застосовують середньозважену вартість власного та залученого капіталу:

$$WACC = R_a \left(\frac{E}{V} \right) + R_d \left(\frac{Z}{V} \right) (1 - TP), \quad (2)$$

де R_a – необхідна норма дохідності активу;

R_d – вартість залучення позикового капіталу (відсотки за кредит);

E – вартість власного капіталу (акціонерного капіталу);

Z – вартість позикового капіталу;

V – сумарна вартість капіталу ($V = E + Z$);

TP – ставка податку на прибуток.

2. Кумулятивний метод розрахунку ставки дисконтування:

$$d = E + I + R, \quad (3)$$

де d – номінальна ставка дисконтування;

E – мінімальна альтернативна дохідність (наприклад, депозитна ставка);

I – відсоток інфляції;

R – ризикова премія.

При розрахунку ставки дисконтування найбільшу складність становить розрахунок ризикової премії. Чим більший відсоток, тим більша несхильність до ризику. Прив'язувати ці коефіцієнти до акцій великих компаній, акції яких котируються на фондовій біржі не має можливості, оскільки вторинний ринок цінних паперів в Україні нерозвинений.

Розглядаючи ризики слід зазначити їх велику кількість – політичні ризики, ризики, пов'язані з людським фактором, з економічною активністю, ризики неякісного корпоративного управління, неліквідність акцій.

Найбільш поширеним вартісним показником оцінки ефективності (доцільності) інвестиційного рішення є чистий дисконтований приведений дохід. Чистий дисконтований дохід інвестиційного проекту – це різниця між сумою теперішніх вартостей грошових потоків від інвестицій за кожен період часу і теперішньою вартістю самих інвестицій у проект. Це сума коштів, яку очікує одержати інвестор за період функціонування після того, як чистий прибуток окупить вихідні інвестиції [3, с. 142; 6, с. 45]:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+d)^t} - INV_0 \quad \text{або} \quad NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+d)^t} - \sum_{t=0}^m \frac{INV_t}{(1+d)^t} \quad (4)$$

де CF_t – сума грошового потоку у t -му періоді, грн.;

INV_0 – початкові (вихідні) інвестиції, якщо капітальні витрати здійснюються протягом одного року, грн.;

INV_t – сума інвестиційних витрат у t -му періоді, грн.;

d – ставка дисконтування, коефіцієнт;

t – номер року реалізації проекту.

Чистий дисконтований дохід передбачає сумування операційного прибутку за весь термін реалізації проекту з урахуванням ставки дисконтування за мінусом вкладених коштів. Якщо $NPV > 0$, то проект має бути прибутковим, і, навпаки, якщо $NPV < 0$, то проект недоцільно реалізовувати.

Застосування даного показника можливе для проектів start-up, що передбачають одномоментне фінансування (протягом року). Однак, коли проекти передбачають стадійну реалізацію або коли наявне фінансування другої черги об'єкта, то NPV буде некоректним.

Другий недолік. При розрахунку NPV для дисконтування грошового потоку та інвестиційних витрат використовується однаковий коефіцієнт дисконтування, який враховує премію за ризик. Тобто премія за ризик впливає як на позитивні так і на від'ємні грошові потоки інвестиційного проекту. У результаті цього може виявитися, що при вищій ставці дисконтування NPV може набувати додатного значення, а якщо від коефіцієнта дисконтування відняти ризикову премію, то NPV може набути від'ємного значення, що зумовить відхилення проекту інвестором.

Третій недолік. NPV передбачає обов'язкову прив'язку до дисконтованого періоду окупності без якого вона втрачає будь-який сенс. Наприклад, по позитивним коштом банк цікавить виключно той факт, щоб кумулятивний прибуток погасив відсотки і тіло кредиту до того часу, доки позичальник не поверне всю заборгованість. Якщо згідно вимог кредитора тривалість кредиту на може перевищувати 5 років, а розрахунковий період окупності становить 5,7 років, то керівник проекту не одержить кредитних ресурсів.

Четвертий недолік. Не враховує ризики які можуть виникнути, якщо термін реалізації проекту досить тривалий. Отримавши в процесі аналізу ефективності позитивний результат слід усвідомлювати, що в прогнозах можуть бути похибки або ситуації на ринку може кардинально змінитися за тривалий час, а це призведе до негативних результатів реалізації проекту.

Враховуючи зазначені недоліки, визначення чистого дисконтованого доходу інвестиційного проекту пропонується розраховувати даний показник з використанням різних ставок дисконтування для грошового потоку та інвестиційних витрат, а також коригувати розмір прогнозованого грошового потоку на ступінь імовірності його отримання:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t \cdot P_t(CF_t)}{(1+d)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{INV_t}{(1+T_{inf})^t}, \quad (5)$$

де CF_t – сума грошового потоку за період t , грн.;
 $P_t(CF_t)$ – ймовірність одержання грошового потоку у t -му році, коефіцієнт;

d – ставка дисконтування, коефіцієнт;

INV_t – інвестиційні витрати у t -му році, грн.;

T_{inf} – прогнозований темп інфляції, коефіцієнт;

t – рік реалізації проекту.

Оскільки планові (майбутні) інвестиційні витрати e , зазвичай, безумовними і лише зростають з часом, тому некоректно їх дисконтувати на очікувану ставку дохідності. Для приведення інвестиційних витрат до теперішнього періоду доцільно їх дисконтувати на рівень інфляції.

На нашу думку, ставка дисконтування визначається для кожного інвестиційного проекту індивідуально в залежності від джерел інвестування. Якщо інвесторами виступають венчурні фонди, бізнес-ангели, то ставка дисконтування має включати безризикову став-

ку дохідності та ризикову премію за галузеві ризики. Якщо фінансування здійснюється за рахунок власних, позикових та залучених коштів, то ставку дисконтування слід розраховувати як суму середньозваженої вартості капіталу та ризикової премії за галузеві систематичні ризики. У разі використання кредитних ресурсів ставка дисконтування має включати вартість залучення кредиту та винагороду учасникам проекту.

Наступний показник оцінки інвестиційних проектів – внутрішня норма рентабельності. Це ставка дисконтування, за якої чиста дисконтована вартість дорівнює нулю. Іншими словами, це показник, що відображає безбиткову норму рентабельності проекту. Сутність внутрішньої норми рентабельності полягає в тому, що інвестиційні проекти можуть бути ефективними в тому випадку, якщо рівень рентабельності не нижче поточного значення вартості капіталу. Методика розрахунку IRR досить трудомістка, оскільки визначається ставка дисконтування, за якої NPV набуває додатного значення та ставка дисконтування, за якого NPV набуває від'ємного значення і в цьому проміжку розраховується значення внутрішньої норми рентабельності.

Оскільки інвесторам досить складно пояснити математичний розрахунок IRR , розробники інвестиційного проекту наводять фінансовий профіль проекту – графічна залежність чистої теперішньої вартості від ставки дисконтування. Профіль NPV показує, до якої величини необхідної ставки (ставки дисконтування) проект може бути привабливим для інвестора. Існує така ставка дисконтування, за якої $NPV = 0$, подальше зростання ставки призводить до збитковості проекту.

Недоліком даного показника є складність його розрахунку та незрозумілість для інвестора. IRR не дозволяє врахувати додаткові капітальні вкладення або реінвестиції. Це призводить до необхідності перерахунку показника або ж IRR взагалі неможливо визначити.

Якщо розглядати різні варіанти реалізації одного і того ж проекту, то значення NPV та IRR можуть дуже різнитися. Ця проблема характерна для проектів капітального будівництва об'єктів комерційної нерухомості. Наприклад, за реалізації об'єкта при введенні його в експлуатацію, даний проект має високу оперативну окупність та високий NPV , але IRR може бути від'ємним. Інший варіант – оренда об'єкта: окупність – мінімум 10 років, невисока дохідність, високі ризики, однак IRR буде на середньому рівні.

Вартість грошей має тенденцію до часових змін, змінюються також і ризики, що зумовлює необхідність зміни коефіцієнтів дисконтування, в даному випадку взагалі втрачається сенс в розрахунку даного показника.

Не менш важливим показником оцінки доцільності реалізації інвестиційного проекту є термін окупності – граничний період з якого починає накопичуватися NPV . Період окупності розраховується з моменту першої інвестиційної витрати. Для інвестора термін окупності показує протягом якого часу вкладені кошти можуть бути повернені, а для кредиторів важливо, щоб тривалість виплат тіла та відсотків по кредиту не перевищувала період окупності проекту.

Недоліки методу простого періоду окупності полягають у наступному:

- не враховує надходження, які отримає підприємство після завершення економічно виправданого терміну окупності;
- не враховує фактор часу;
- можливий суб'єктивний підхід керівників підприємств або інвесторів до визначення економічно виправданого періоду окупності проекту.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, ефективність інвестиційних проектів має визначатися не лише виходячи з показників позитивного грошового потоку, високих норм рентабельності, невеликих термінів окупності, а виходячи з нарощування активів, можливості ефективного виходу, можливості подальшої диверсифікації тощо.

Необхідно здійснювати комплексний підхід до формальної оцінки ефективності проектів з обґрунтованими ставками дисконтування. Будь-який проект є унікальним, а тому потребує особливого підходу до визначення фінансових показників та обґрунтування окремих факторів, що на нього впливають. Що стосується NPV та IRR, то залишаються невирішеними питання щодо доцільності розрахунку даних показників при обґрунтуванні прийняття рішення інвестиційними та кредитними експертами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біяньська І. Оцінювання економічної ефективності інвестиційних проектів / І. Біяньська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 683. – С. 149–154.
2. Бланк І.А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
3. Богоявленська Ю.В. Проектний аналіз: [навч. посіб.] / Ю.В. Богоявленська. – К. : Кондор, 2004. – С. 142–143.
4. Верба В.А. Проектний аналіз: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / В.А. Верба, О.М. Гребешкова – К. : КНЕУ, 2002. – С. 95–101.
5. Стадник А. Танцы с бубнами вокруг оценки эффективности проектов: [Электронный ресурс] / А. Стадник. – Режим доступа: <http://www.bfm-ua.com>.
6. Тарасюк Г.М. Управление проектами: [навч. посібник] / Г.М. Тарасюк. – К. : Каравела, 2004. – С. 45–46.
7. Швець Л.П. Проектний аналіз: [навч. посіб.] / Л.П. Швець, О.В. Пилипяк, Н.І. Доберчак. – Львів : Новий Світ-2000, 2011. – 643 с.

УДК 334

Ділай Н.Г.

аспірант кафедри фінансів

Національного університету «Львівська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ХОЛДИНГУВАННЯ УКРАЇНИ

Об'єднання підприємств є ефективним інструментом підвищення ефективності діяльності різних за масштабами і обсягами доходів підприємств. Найбільш дієвою формою об'єднання в сучасних умовах вважають холдингові структури. Поєднання концентрації капіталу, технологічних новинок та вузької спеціалізації виробництва позитивно впливає на фінансово-інвестиційний рейтинг всіх учасників холдингової структури. Діяльність у складі холдингових структур дозволяє уникнути низки проблем, які завжди притаманні одноосібному підприємництву. У статті досліджено стан ринку холдингування України, проаналізовано фінансові показники діяльності холдингових структур України та Росії у галузі машинобудування.

Ключові слова: холдингова структура, об'єднання підприємств, фінансова діяльність, ринок, акціонерне товариство, прибутковість.

Ділай Н.Г. ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ХОЛДИНГОВАНИЯ УКРАИНЫ

Объединение предприятий является эффективным инструментом повышения эффективности деятельности различных по масштабам и объемам доходов предприятий. Наиболее действенной формой объединения в современных условиях считают холдинговые структуры. Сочетание концентрации капитала, технологических новинок и узкой специализации производства положительно влияет на финансово-инвестиционный рейтинг всех участников холдинговой структуры. Деятельность в составе холдинговых структур позволяет избежать ряда проблем, которые всегда присущи единоличному предпринимательству. В статье исследовано состояние рынка холдингования Украины, проанализированы финансовые показатели деятельности холдинговых структур Украины и России в области машиностроения.

Ключевые слова: холдинговая структура, объединение предприятий, финансовая деятельность, рынок, акционерное общество, доходность.

Dilai N.G. UKRAINIAN MARKET RESEARCH OF HOLDING'S STRUCTURES ACTIVITY

Associations of the enterprises are an effective tool for improving the activity efficiency of various in scale and volume of profit enterprises. Holding structures are the most effective form of association in the present conditions. The combination of capital concentration, technological innovations and narrow specialization of production make a positive impact on the financial and investment ratings of all holding structure members. Activity in a part of holding structures allows to avoid a number of problems that are always inherent to the sole business. The article investigates the state of the Ukrainian holding activity market, analyzes the financial performance indicators of holding structures of Ukraine and Russia in the area of engineering.

Keywords: holding companies, enterprises associations, financial activity, market, stock company, profitability.

Постановка проблеми. Активний розвиток інтегрованого підприємництва є першопричиною тенденцій масового формування холдингових структур. У вигляді холдингових структур функціонує переважна більшість найбільших як за масштабами, так і за обсягами прибутків зарубіжних компаній. Об'єднання холдингового типу, порівняно з акціонерними товариствами, характеризуються значно ширшим діапазоном можливостей, проте, водночас, зіштовхуються з низкою проблем, котрі не харак-

терні для окремих господарюючих суб'єктів. У холдингових структурах концентрується значний обсяг капіталу, налагоджується його рух і взаємодія, зливаються активи різних за напрямками діяльності підприємств. Ринок холдингування України є відносно новим утворенням, характеризується нерівномірністю географічного розміщення холдингових структур по території України і вузько-розвинутою галузевою структурою, проте, великими обсягами циркулюючого капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням діяльності холдингових об'єднань займалась низка вітчизняних вчених, зокрема Ю.А. Васильченко і Т.Д. Костенко зосереджували увагу на економічному аналізі ринку і підприємництва України. С.В. Румянцев досліджував зарубіжний досвід функціонування холдингових компаній. В.Г. Суржик зосередив свою увагу на моделюванні наслідків функціонування акціонерних товариств. Також варто зазначити теоретичний внесок у розвиток холдингування І.М. Бойчик, П.С. Харів, М.І. Хопчан, Ю.В. Пічі, В.П. Ільчука, П.Ф. Прокопівного.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є аналізування ринку холдингування України, оцінка фінансових показників діяльності холдингових структур України і Росії в галузі машинобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування ринкових відносин неможливо без впровадження організаційних форм, створених багатолітнім історичним досвідом людства. На сучасному етапі ця проблема в Україні є одною з найактуальніших. Розвинуті країни вже більше століття застосовують акціонерну власність як основу формування різних типів об'єднань підприємств і організацій.

Згідно Господарського Кодексу (ст. 70) підприємства мають право об'єднувати свою виробничу, фінансову, операційну чи інші види діяльності згідно вимог і правил, визначених зазначеним Кодексом. Таким чином, формуються об'єднання підприємств, яким притаманні специфічні юридичні, економічні та організаційні особливості.

Об'єднання підприємств завжди концентрує навколо себе декілька підприємств і є юридичною особою. Суть об'єднання полягає у двох головних особливостях. Перша особливість – це об'єднання часток статутних капіталів окремих підприємств, яке і сформує матеріальну основу для створення нової юридичної особи – саме «об'єднання підприємств». Друга особливість полягає в тому, що об'єднання підприємств створюється для здійснення впливу на ту чи іншу сферу діяльності підприємства, тому учасники об'єднання завжди будуть знаходитися у залежності від новоствореної компанії та її учасників зокрема [6]. Метою формування об'єднання є координація фінансової, виробничої, господарської, інвестиційної сфер діяльності підприємств. Однак координація є досить загальним поняттям, під яким розуміють вплив структури об'єднання підприємств за допомогою певних інструментів на функціонування підприємств-учасників з метою забезпечення узгодженості їх інтересів. В сучасних умовах мотивом до об'єднання виступає нестача матеріальних ресурсів на стадії модернізації виробництва, перепрофілювання, підготовки кадрів, інвестування заходів, в тому числі рекламних, щодо виходу на зовнішній ринок без збільшення кількості працівників адміністрації підприємства. Іноді підприємству є економічно вигіднішим увійти до об'єднання з науковим центром, ніж залучати на договірній основі до виконання науково-дослідних і пошукових робіт сторонню організацію [10, с. 85].

Холдингова структура являється певним різновидом акціонерного товариства, який формується для володіння контрольним пакетом акцій (контрольними паями) інших підприємств з метою встановлення ділового контролю над ними та управління їх діяльністю [8, с. 87].

Більшість новостворених компаній і груп у розвинутих країнах світу мають холдингову форму організації. При цьому на чолі багаточисельних під-

приємств, заводів, фірм, банків, що мають юридичну самостійність, стоїть головна фірма-холдинг, яка концентрує в своїх руках їх контрольні пакети, що надає всій структурі характер цілісності і керованості [1, с. 148].

Незважаючи на недостатньо стабільні економічні умови і політичні перипетії, в останні десятиліття рейтинг найбільш прибуткових холдингових структур України значно розширив своє коло. Галузева приналежність компаній є різноманітною.

У списку компаній, які входять до числа «200 найбільших» холдингових структур України, працює понад 1 млн. осіб (або приблизно 5% всієї робочої сили). Половина цих компаній розмістили свої центри управління у Києві. Їх сукупна виручка за аналізований період складає 760 млрд грн [2].

Нижче представлено список найбільших і найприбутковіших компаній холдингового типу України, як державних, так і приватних, опублікованих журналом Forbes (табл. 1).

Беручи за основу доступні з офіційних сайтів перерахованих підприємств фінансові показники, журнал Forbes здійснював консолідацію виручки холдингів. За холдинговими структурами, які не здійснюють консолідацію фінансових результатів, Forbes наводить оціночні дані. У певних випадках вони отримані з урахуванням частки ринку або даних про фактичне виробництво. Виручкою холдингів, консолідованих показники яких порівняльними методами оцінити неможливо, Forbes рахував виручку материнської компанії або найбільшої компанії групи.

До списку не потрапили компанії, стосовно яких виникли сумніви стосовно відповідності виручки масштабам бізнесу. Для прикладу, неможливо знайти контактну інформацію підприємства або визначити конкретну сферу діяльності.

У список потрапили 35 компаній, серед яких 10, більш ніж 90% власності яких належить державі (ОСТХЕМ Україна, Кернел, ТНК-ВР Коммерс, Ferrexpo, Мегаполіс (Україна), Газтек, Энергостандарт, Газпром збут Україна, Укренргоконсалтинг, VS Energy).

Цікавою є галузева особливість розміщення холдингових структур. Проаналізувавши дані таблиці, бачимо, що основна частина керуючих центрів (21 холдингова компанія) розміщена у Києві, другий за величиною регіон – Схід України (Донецьк і Дніпропетровськ), окремі холдингові компанії розміщені по всій території України (Луцьк, Львів, Кременчук та ін.).

Своєю чергою, варто звернути увагу і на об'єднання машинобудівних підприємств, або таких, до складу яких входить підрозділ з ремонту автомобільної техніки, виробництва деталей, комплектуючих тощо. Таких підприємств в Україні налічується не так багато як будівельних, ритейлових, металургійних тощо.

Динаміку фінансових показників діяльності холдингових структур України та Росії у галузі машинобудування наведемо у таблиці 2.

Проаналізувавши дані таблиці 2 бачимо, що зростання чистого прибутку спостерігається на таких підприємствах: «Горные машины» (+22%), «Портінвест» (+1600%), «ДТЕК» (+68%), «Русские машины» (+22%). Проте низка підприємств за аналізований період зазнала збитків, а саме: «СКМ» (-47%), «HarvEast Holding» (-4%), «Метінвест» (-76,5%) [5].

Загалом сучасна глобальна система машинобудування на 75% зосереджена в обмеженій групі країн,

Таблиця 1

Список найбільших компаній України холдингового типу за 2012 р.

№	Назва компанії	Галузь	Виручка у 2011 р., млн. грн.	Ріст до 2010 р., %	Прибуток, млн. грн.	Штаб-квартира
1	Нафтогаз	Нафта і газ	122950	15	9146	Київ
2	Метінвест	Металургія	113362	52	14813	Донецьк
3	ДП Енергоринок	Електроенергетика	72700	н/д	н/д	Київ
4	Укрзалізниця	Транспорт	51587	21	2127	Київ
5	ІСД	Металургія	49046	36	-6939	Донецьк
6	ДТЕК	Електроенергетика	39594	63	2857	Київ
7	АрселорМіттал Кривий Ріг	Металургія	28883	23	2143	Кривий Ріг
8	Укрнафта	Нафта	24505	22	2182	Київ
9	Донецьксталь	Вугілля	22466	42	2202	Донецьк
10	Укрнафта	Нафта	20223	13	-1485	Кременчук
11	НАЕК Енергоатом	Електроенергетика	19338	21	н/д	Київ
12	Запоріжсталь	Металургія	17906	36	-124	Запоріжжя
13	Fozzy group	Рітейл	17430	25	н/д	Київ
14	WOG	АЗС	16200	52	н/д	Луцьк
15	ОСТХЕМ Україна	Хімія	16189	н/д	н/д	Київ
16	Кернел	АПК	15173	86	1806	Київ
17	АТБ-Маркет	Рітейл	15081	39	-37	Дніпропетровськ
18	ТНК-ВР Коммерс	Нафта	14468	-19	-131	Київ
19	Фергехро	Металургія	14286	39	4594	Комсомольськ
20	Мегаполіс (Україна)	Тютюн	13543	н/д	100	Київ
21	Інтерпайп	Металургія	13340	33	328	Дніпропетровськ
22	Київстар	Телекомунікації	12332	8	4268	Київ
23	Галнафтогаз	АЗС	12310	42	265	Львів
24	Епіцентр-К	Рітейл	12221	35	419	Київ
25	Газтек	Газ	11652	69	385	Київ
26	Енергостандарт	Електроенергетика	10777	33	326	Харків
27	ПГЗК	Металургія	10767	87	4860	Кривий Ріг
28	Азовмаш	Машинобудування	10416	40	н/д	Маріуполь
29	ROSHEN	Харчпром	10400	21	797	Київ
30	Газпром збут Україна	Газ	10116	42	20	Київ
31	Metro Cash&Carry	Рітейл	9882	16	157	Київ
32	Миронхлібпрод	АПК	9820	30	2069	Київ
33	МТС-Україна	Телекомунікації	9124	7	1053	Київ
34	Укренергоконсалтін	Електроенергетика	8282	17	338	Київ
35	VS Energy	Електроенергетика	7642	23	170	н/д

Примітка: структуровано автором

Таблиця 2

Показники фінансової діяльності холдингових структур України та Росії в галузі машинобудування за 2011-2012 рр.

№	Назва холдингової компанії і країна функціонування	Активи, млн. дол.		Виручка від реалізації млн. дол.		ЕБІТДА, *млн. дол.		Чистий прибуток (збиток), млн. дол.	
		2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
1	«Горные машины», Україна	696	883	305	415	67	79	32	39
		+27%	+36%	+18%	+22%				
2	«Портінвест» Україна	144	145	51	68	10	27	-1	15
		+1%	+33%	+170%	+1600%				
3	«Метінвест», Україна	16007	17485	14189	12565	3655	1988	1854	435
		+9,2%	-11,4%	-45,6%	-76,5%				
4	«ДТЕК», Україна	7052	9559	4969	10334	1314	1758	442	761
		+36%	+108%	+34%	+68%				
5	«Трансмашхолдинг», Росія	556	617	1879	1942	128	131	108	120
6	«Лемтранс», Україна	883	975	78	91	9	12	42	55
7	«HarvEast Holding», Україна	260	260	72	137	-13	-2	-25	-26
		0%	90%	+62%	-4%				
8	«СКМ», Україна	25196	31075	19426	23470	5076	3887	2356	1251
		+23%	+21%	-23%	-47%				
9	«Русские машины», Росія	315	384,4	106	156,7	83	95	43	54
		+18%	+35%	+14%	+22%				

Примітка: складено на основі звітів про фінансові результати зазначених компаній

а саме: Китай, Японія, США, Німеччина, Великобританія, Італія, які продукують випуск практично всієї номенклатури галузі [7, с. 14]. Частка продукції машинобудування в названих країнах в загальному обсязі промисловості становить близько 40-50%, в Україні вона складає всього близько 13%. Машинобудування є однією з найважливіших і перспективних галузей економіки України. Сучасний машинобудівний комплекс об'єднує в собі 11073 підприємства, з яких 136 – великих, 1750 – середніх, 9187 – малих з виробництва машин, обладнання, приладів, апаратури, транспортних засобів. Тут сконцентровано більше 15% від вартості основних засобів та майже 6% оборотних активів української промисловості та понад 22 % кількості найманих робітників [3; 4].

Частка машинобудівних виробництв в економічно розвинених країнах світу складає 30-50% від загального обсягу випуску промислової продукції.

Частка машинобудівної галузі в промисловості України складає 15%, у долі ВВП становить близько 11%, тут зосереджено понад 15% вартості основних засобів, майже 6% оборотних активів промисловості нашої держави та понад 22% кількості найманих працівників [9].

Машинобудування України характеризується низкою проблем, а саме: застарілі виробничі ресурси; недостатня кількість обігових коштів; низька інвестиційна привабливість підприємств та пасивний інноваційний розвиток; відсутність новітніх інформаційних технологій та ІТ-технологій; низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств та відсутність кваліфікованих кадрів; низький рівень експорт і експорт переважно в країни СНД.

Перелік названих проблем доцільно вирішувати об'єднанням підприємств у холдингові структури. Об'єднання по своїй суті і передбачає нейтралізацію названих негативних тенденцій, що супроводжують діяльність вітчизняного машинобудівного комплексу.

Висновки з проведеного дослідження. За останній період спостерігається тенденція активного розвитку ринку холдингування України в розрізі окремих економічних напрямків. Мільярдні прибутки, створення нових робочих місць свідчать про ефективність функціонування холдингових структур та їх життєздатність у мінливих ринкових умовах. Дослідження демонструє як низький відсоток формування холдингових об'єднань у галузі машинобудування порівняно з іншими галузями промисловості, так і невисокі темпи розвитку галузі порівняно з зарубіжними країнами загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчн М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства. – К. : «Каравела»; Львів: «Новий світ-2000», 2001. – 298 с.
2. Вікіпедія (Вільна енциклопедія). – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org.ua>.
3. Василенко Ю.А. (2008). Аналіз ринку в Україні [Market analysis in Ukraine]. – Херсон : ХНТУ.
4. Костенко Т.Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства. Режим доступу : [Economic analysis and diagnostics of modern enterprise]. – К. : Наука.
5. Офіційний сайт групи «СКМ». – [Ел. Ресурс] Режим доступу : <http://www.scm.com.ua/>.
6. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : Підручник. Вид 2-ге. – К. : КНЕУ, 2000. – 457 с.
7. Румянцев С.В. Зарубіжний досвід діяльності холдингових компаній // Цінні папери України. – 2004. – № 16. – С. 14–15.
8. Суржик В.Г. Моделювання можливих наслідків та результатів діяльності акціонерних товариств / В.Г. Суржик // Вісник Академії праці та соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2002. – Вип. 2. – С. 85–88.
9. Сокотун Г.О. Конкурентоспроможність машинобудівних підприємств України у порівнянні з іноземними / Г.О. Сокотун // Ефективна економіка (ел.видання). 16.10.2013.
10. Старцев О.В. Підприємницьке право. Навчальний посібник. – К. : Істина, 2006. – 208 с.

УДК631.11:631.171.173:325.455

Дяченко О.П.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри інформаційних систем і технологій імені М.О. Браславця
Одеського державного аграрного університету

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглядаються питання державної підтримки аграрного сектора економіки і, зокрема, матеріально-технічної бази аграрних підприємств. Зроблено аналіз основних державних законодавчих актів, направлених на відтворення технічної складової ресурсного потенціалу. Представлені показники державної підтримки, її основні напрямки та ефективність.

Ключові слова: матеріально-технічна база, державна підтримка, інвестиції, машинобудування, інновації, аграрні підприємства.

Дяченко А.П. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассматриваются вопросы государственной поддержки аграрного сектора экономики, в частности, материально-технической базы аграрных предприятий. Сделан анализ основных государственных законодательных актов, направленных на воспроизводство технической составляющей ресурсного потенциала. Представлены показатели государственной поддержки, ее основные направления и эффективность.

Ключевые слова: материально-техническая база, государственная поддержка, инвестиции, машиностроение, инновации, аграрные предприятия.

Diachenko O.P. STATE SUPPORT OF MATERIAL AND TECHNICAL BASIS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

The paper deals with the state support of the agricultural sector and in particular the logistics of agricultural enterprises. The analysis of key state legislation aimed at rendering technical component of resource potential. The presented indicators of state support, its main focus and efficiency.

Keywords: material and technical base, state support, investment, engineering, innovation, agricultural enterprise.

Постановка проблеми. До сучасних особливостей формування та розвитку МТБ аграрних підприємств слід віднести те, що ці процеси протікають в умовах глибинних суспільно-політичних та соціально-економічних змін, що відбуваються в Україні та, зокрема, в аграрній галузі. На даний час відбувається трансформація виробничих відносин на селі. Тому ринкові механізми формування МТБ повинні доповнюватися державними важелями впливу. Процес відбудови та відродження матеріально-технічної бази аграрних підприємств значною мірою визначається державною аграрною політикою, розробником та провідником якої виступає Мінагропродполітики. Держава в його особі намагається створити необхідні умови з метою удосконалення процесів та обґрунтування механізмів державної підтримки купівлі техніки і технічних засобів сільськогосподарськими підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань державної підтримки розвитку МТБ в аграрному секторі присвятили праці такі вчені, як В.Г. Андрійчук, І.Ф. Баланюк, О.М. Бородіна, О.М. Гаркуша, В.М. Геєць, О.М. Онищенко, Б.Й. Пасхавер, В.В. Писаренко, П.Т. Саблук, М.П. Сахацький, О.В. Ульяновченко, І.Н. Топіха, В.М. Трегобчук, А.Е. Юзефович, В.В. Юрчишин та інші. Проте недостатньо вивченими залишилися проблеми, що стосуються державної підтримки формування матеріально-технічної бази аграрних підприємств в умовах становлення ринкової економіки; науково обґрунтованих заходів щодо підвищення економічної ефективності використання матеріально-технічної бази аграрних підприємств при динамічних соціально-економічних змінах в країні.

Постановка завдання. Сучасний стан аграрного сектора економіки потребує обґрунтування теоретичних положень та розробки прикладних рекомендацій щодо участі держави в процесах формування та розвитку МТБ аграрних підприємств, що забезпечує

підвищення економічної ефективності їх виробничо-господарської діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні на протязі всіх років незалежності створювалася законодавча база формування національної машинобудівної галузі з метою технічного переоснащення і розвитку системи повного технологічного забезпечення агропромислового виробництва надійною вітчизняною технікою. Головною проблемою та відчутною перешкодою для вирішення цієї важливої проблеми завжди була відсутність коштів та можливостей держави фінансувати прийняті законодавчі акти та програми.

З метою наповнення машинно-тракторного парку аграрних підприємств технікою вітчизняного виробництва та зменшення їхньої залежності від імпорту Кабінет Міністрів України у 1992 р. затвердив Національну програму виробництва технологічних комплексів машин і обладнання для сільськогосподарства, харчової та переробної промисловості [1]. Вона містить 3594 найменувань машин, зокрема енергетичних і транспортних засобів – 450, а машин і обладнання для рослинництва – 1440. До виконання цих завдань залучено 700 підприємств і конструкторських організацій. За перші три роки розроблено та освоєно виробництво 340 найменувань нової техніки. На різних стадіях створення й підготовки виробництва – ще понад 1140 машин.

Наступним законодавчим актом у вирішенні проблем оновлення та розвитку матеріально-технічної бази аграрного сектора стало прийняття Верховною Радою України в лютому 2002 р. Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» [2]. З його прийняттям повинні були бути створені сприятливі економічні умови для збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської техніки й устаткування для харчової і переробної промисловості, окремі шляхи формування ринку та вдосконалення

системи забезпечення агропромислового виробництва. Також він запроваджував програму часткової компенсації вартості складної сільськогосподарської техніки вітчизняного виробництва, а в 2006 р. – механізм часткової компенсації кредитних ставок за залученими аграріями для закупівлі техніки і обладнання середньостроковими – до 3-х років) і довгостроковими – до 5 років) кредитами комерційних банків.

З метою зростання державного фінансового забезпечення аграріїв був створений стабілізаційний фонд в сумі 2,2 млрд грн., з якого відповідно до Порядку використання коштів стабфонду, затвердженого постановою КМУ від 13.05.2009 р. № 463, передбачені наступні витрати: фінансовий лізинг техніки і обладнання – 393,5 млн грн, 200 млн грн – надання кредитів фермерським господарствам, у т.ч. для придбання техніки, і 90 млн грн – державна підтримка матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів [3].

За оцінками експертів 21% номенклатури техніки, що користується підвищеним попитом у сільськогосподарських товаровиробників, не виробляється вітчизняними машинобудівними заводами. Переважно це технічні засоби, що дозволяють впроваджувати інноваційні аграрні технології, через це селяни змушені шукати іноземну техніку на зарубіжних ринках [4].

В Україні діяла програма по використанню коштів Стабілізаційного фонду для державної підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на відшкодування 90% вартості техніки згідно постанови Кабінету Міністрів України № 723 від 01.07.2009р. Звичайно, її виконання не здійснювалося в запланованому обсязі, але було підтримкою для розвитку цієї вигідної форми співпраці на селі [5].

Окрім фінансування програм лізингу та повернення частини відсотків за користування кредитами сільськогосподарських товаровиробників держава здійснює пряму підтримку аграрної галузі.

З проведеного аналізу державної підтримки сільськогосподарського виробництва в різних формах (таблиця 1), можна зробити висновок, що в найбільшій мірі вона здійснювалася до кризи кінця 2008 р., коли сума допомоги складала 5,3 млрд. грн., а потім лише з початку 2012 року.

Надалі економічна ситуація 2009 р. не сприяла достатньому розміру допомоги галузі аграрного виробництва, і державна підтримка цього року дорівнювала 2,8 млрд. грн., що в 2 рази менше, ніж в попередньому році. В звітному році з покращенням економічної ситуації розмір державної підтрим-

ки становить 131% від до докризового 2008 р. Так, якщо в 2008 р. більше половини державної підтримки складала бюджетні дотації, то в 2012 р. їх питома вага була менше 11%, а більше 89% наданої допомоги було отримано аграрними товаровиробниками за рахунок податку на додану вартість.

У 2011 р. на виконання державної програми «Здійснення фінансової підтримки підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення кредитів» аграріям перераховано 167,3 млн грн. На часткове відшкодування суб'єктам господарювання вартості будівництва та реконструкції тваринницьких ферм і комплексів та підприємств з виробництва комбікормів – 233,2 млн грн. Всього на фінансування цієї програми в загальному фонді Держбюджету закладено 500 млн грн. Зі спеціального фонду державного бюджету аграріям на липень 2011 р. виплачено майже 1,2 млрд грн. Зокрема, 113,8 млн грн – в межах програми по закладенню молодих садів, виноградників та ягідників; 5,8 млн грн – в межах державної підтримки хмелярства; 28 млн грн – на надання кредитів фермерським господарствам [6].

У планах держави також звільнити від мита та оподаткування ввезення імпортованого обладнання для реконструкції підприємств сільськогосподарського машинобудування. Тобто від мита має звільнитися саме обладнання для реконструкції заводів по виготовленню сільськогосподарської техніки, а сама продукція іноземних виробників під даній перелік потрапляти не буде.

Для врегулювання внутрішнього ринку сільськогосподарської техніки Уряд доручає Міністерству аграрної політики і продовольства разом з Державним агентством з управління державними корпоративними правами і державним майном підписати ф'ючерсні контракти з сільгоспвиробниками і машинобудівниками на придбання сільськогосподарської техніки в 2012 р., а також Мінекономрозвитку разом з Державним агентством з управління державними корпоративними правами і державним майном розробити пропозиції щодо стимулюванню експорту сільськогосподарської техніки українського виробництва.

Вітчизняне сільськогосподарське машинобудування здатне виробляти близько 4 тисяч видів найменувань техніки та обладнання, яке спроможне механізувати 82% операцій з вирощування сільськогосподарських культур та виробництва продукції тваринництва. Але, незважаючи на це, на сьогоднішній день частка імпортованої техніки на ринку становить 80%. Ситуація не змінилася навіть після скоро-

Таблиця 1

Державна підтримка сільського господарства (сільськогосподарські підприємства), млн грн

Сільськогосподарські підприємства – всього	Роки					2012 р. до 2008 р., %
	2008	2009	2010	2011	2012	
Отримано коштів державної підтримки – всього	5307	2775	4608	4328	6974	131,4
у тому числі: за рахунок бюджетних дотацій	3022	667	1316	729	742	24,6
з них: для підтримки виробництва продукції рослинництва	884	177	466	231	184	20,8
для розвитку тваринництва	1173	197	270	101	437	37,3
за іншими видами (напрямами) державної підтримки	965	293	581	398	121	12,5
Отримано коштів за рахунок податку на додану вартість	2284	2109	3292	3599	6232	в 2,7 раз
з них: для підтримки виробництва продукції рослинництва	733	1125	1790	2781	4321	в 5,9 раз
для розвитку тваринництва	1551	984	1502	818	1911	123,2

чення обсягів ввезення імпортової техніки в 2009 році в чотири рази. Щорічний ринок техніки складає в грошовому вираженні близько 14-15 млрд грн, з них на зарубіжну техніку припадає близько 10 млрд грн.

Достатньо дієвим механізмом підтримки вітчизняного сільськогосподарського машинобудування є державна компенсація при купівлі складної техніки та в цілому підтримка заводів-виробників шляхом державних замовлень. Необхідним є також відновлення схеми відшкодування сільськогосподарським товаровиробникам 30% вартості складної техніки, а також зростання суми наданої державним бюджетом НАК «Укргролізинг» для надання техніки на умовах лізингу.

Одним із аспектів, що дозволить нормалізувати роботу галузі сільськогосподарського машинобудування, є створення реєстру виробників техніки для вітчизняного сільського господарства, а також програми розвитку цих підприємств. Також важливим є створення мережі сервісних центрів для після продажного обслуговування сільськогосподарської техніки вітчизняного виробництва. Одним із варіантів такої мережі – це створення її на базі професійних учбових закладів, яких є достатньо по всій Україні, що дозволить забезпечити сільськогосподарські підприємства якісними після продажними послугами, а студентам – практичними навиками роботи із сучасною технікою та обладнанням.

Одним із заходів щодо підтримання вітчизняного сільськогосподарського машинобудування є звільнення від ПДВ та ввізного мита імпорту технологій та обладнання для реконструкції і модернізації вітчизняних підприємств.

З 2010 р. введена державна підтримка реконструкції і будівництва тваринницьких ферм. За 2 роки аграріям з Державного бюджету спрямовано 772,3 млн грн. На ці кошти здійснене часткове відшкодування вартості побудованих та реконструйованих тваринницьких приміщень. Уряд намагається відновити торгівлю на ярмарках, а також здійснюється робота зі створення мережі оптових ринків сільськогосподарської продукції, картопле- та овочесховищ.

На даному етапі розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування Закон України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» стримує розвиток вітчизняного машинобудування, адже кошти, окреслені цим Законом на підтримку заводів-виробників сільськогосподарської техніки, майже не виділяються, зате він забороняє використовувати державну підтримку тим виробникам, які освоюють виробництво разом із зарубіжними компаніями та інвесторами. Підтримуємо позиції вітчизняних керівників заводів, науковців, керівництва компанії «Укргролізинг», які обґрунтовують створення спільних підприємств із зарубіжними інвесторами на базі українських потужностей. Необхідні зміни до відповідного Закону повинні підтримати вітчизняних виробників сільськогосподарської техніки, а аграрні підприємства – забезпечити надійною, потужною та конкурентоспроможною технікою власної виробництва. Ці зміни полягають у диференціації граничних розмірів питомої ваги витрат вітчизняного виробника за роками освоєння для здійснення державної підтримки. Співпраця з іноземними виробниками сільськогосподарських машин можлива у вигляді створення спільних підприємств (бажано на базі вітчизняних потужностей) є питанням часу.

До початку реформування економіки України та переходу на ринкові рейки, сільськогосподарські то-

варовиробники щороку купували 50-53 тис. тракторів, 9-10 тис. зернозбиральних, 2-2,1 тис. бурякозбиральних, 3,5-4 тис. кормозбиральних, 1,5-1,6 тис. кукурудозбиральних комбайнів, десятки тисяч одиниць іншої сільськогосподарської техніки. Потенційна потреба сільськогосподарських товаровиробників в матеріально-технічних ресурсах становить 40 млрд грн щороку [7].

На даний час основні вітчизняні виробники сільськогосподарської техніки майже не випускають новітніх знарядь праці і ситуацію може змінити лише втручання держави, яка має сприяти аграрній галузі за допомогою різних економічних механізмів та інших важелів впливу.

Державне регулювання розвитку МТБ аграрних підприємств є життєво важливою необхідністю, що викликане такими причинами як: диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; забезпечення продовольчої безпеки країни; слабкий рівень конкурентоспроможності аграрних підприємств, що вимагає державної підтримки сільськогосподарського виробництва шляхом надання дотацій та субсидій; значний вплив природно-кліматичних факторів, що викликає певні ризики у вирощуванні сільськогосподарської продукції.

На фінансування сільського господарства у 2014 році передбачено 10,3 млрд. гривень. Запровадження новітніх технологій в сільськогосподарському виробництві потребує їх технічного переоснащення. Зданою метою для підтримки програм забезпечення оновлення техніки через лізинг передбачено видатки у сумі 192,0 млн грн, в тому числі за рахунок коштів загального фонду державного бюджету – 140,0 млн грн, що в 2,5 рази більше фактичних видатків 2013 року.

Окрім того, з метою завершення одного із основних етапів розвитку аграрного ринку в країні в бюджеті 2014 року відновлено бюджетну програму щодо державної підтримки будівництва оптових ринків сільськогосподарської продукції, видатки на яку враховані в сумі 200,0 млн гривень.

Підтримка державою аграрного товаровиробника займає чільне місце серед можливих напрямків удосконалення розвитку МТБ. Основними пропозиціями з питань державної підтримки є:

- організація умов пільгового кредитування сільськогосподарських товаровиробників, що вкладають кошти в модернізацію та оновлення виробництва, шляхом забезпечення тісної співпраці між аграрним та банківським секторами;

- створення умов для проникнення промислового капіталу в аграрну сферу шляхом створення вертикально-інтегрованих компаній, а в подальшому – кластеризація АПК;

- сприяння залучення інвестицій в агропромисловий комплекс, що можливо досягти за рахунок поліпшення інвестиційного клімату в країні, для чого необхідно: спрощення процесу реєстрації інвестицій; надання консультаційних послуг та активна робота економічних відділів посольств нашої країни за кордоном з питань вкладення коштів в аграрну галузь; прозора політика держави щодо надання субсидій та інших пільг окремим суб'єктам господарювання; справедливий розподіл коштів, що направляються у вигляді державної підтримки аграрним підприємствам; відмова від так званої практики «відкатів» за надання пільгових кредитів та за відшкодування витрат на купівлю техніки; залучення коштів на запровадження екологічно чистих, ресурсозберігаючих технологій, тим паче, що кошти на такі цілі виді-

ляються більш охоче міжнародним та європейським співтовариствами;

– регулювання державою цін на аграрну та промислову продукцію шляхом здійснення інтервенцій на ринку сільськогосподарських товарів та встановлення гранично максимальних цін на товари матеріально-технічного забезпечення аграрного виробництва;

– підтримка та подальший розвиток лізингу як важливої складової корінного оновлення матеріально-технічної бази сільськогосподарських підприємств, шляхом суттєвого зростання суми коштів, що надаються державній компанії НАК «Укראгролізинг» для здійснення своєї діяльності, адже на сьогоднішній день вона здатна задовольнити потреби селян на лізинг лише на третину, при значно зростаючому попиті зі боку аграріїв;

– подальший розвиток та підтримка сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що сприятиме збільшенню можливостей для дотримання агротехнологій для дрібних аграрних підприємств шляхом доступу до складної та дорогої техніки;

– створення умов для кооперації селян з питань придбання складної техніки, надання технічних засобів в операційну оренду;

– внесення зміни до Закону України «Про стимулювання розвитку сільськогосподарського машинобудування для агропромислового комплексу» в частині визначення поняття вітчизняної техніки й обладнання для АПК, де питома вага вітчизняних комплектуючих, які використовуються при виробництві, у перший рік становила 20% з нарощуванням до 50% упродовж подальших 5 років;

– створення фонду відновлення і ремонту техніки за рахунок двовідсоткового відшкодування від експорту сільськогосподарської продукції України, яка стимулюватиме вітчизняне сільськогосподарське машинобудування і відновить існуючий парк техніки;

– держава повинна створити умови для постійно діючих виставок-ярмарок, на яких аграрії мали б змогу ознайомитися з новинками вітчизняного та зарубіжного машинобудування. Основною метою їх діяльності є купівля – продаж матеріально-технічних засобів агропромислового комплексу, сільськогосподарської продукції і товарів її переробки. Саме на таких заходах аграрні виробники продукції матимуть змогу здійснити реалізацію сільськогосподарської продукції і мати змогу ознайомитися та придбати матеріально-технічні засоби безпосередньо в їх виробників або в дилерів. Така постійно діюча виставка-ярмарок створена і успішно діє в с. Чубинське Бориспільського району Київської області. На сьогоднішній день оптові ринки для реалізації сіль-

ськогосподарської продукції створено в 5 областях України та є намір розширити їх географію.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновки, що державна політика спрямована на відтворення та оновлення матеріально-технічної бази аграрних підприємств на протязі останніх 20 років не була однозначною. Це відбулося, в першу чергу, за рахунок того, що прийняті законодавчі акти не виконуються повністю або частково через постійний брак коштів в країні. При цьому виробники сільськогосподарської продукції виживають як можуть в умовах диспаритету цін: низьких цін на сільськогосподарську продукцію та високих на матеріально-технічні засоби виробництва. Основною тенденцією оновлення машинно-тракторного парку аграрні товаровиробники обрали для себе купівлю більш надійної та продуктивної, хоч і дорожчої імпоротної техніки, і якщо держава не втрутиться в цей процес і не стане повноцінним гравцем, то вітчизняне машинобудування, яке і так знаходиться в занепаді повністю зникне як галузь. У такому разі величезний аграрний потенціал нашої країни буде підпорядковано зарубіжному виробництву сільгоспмашин і не зможе проявити себе в повній мірі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Постанова КМУ Про Національну програму виробництва технологічних комплексів машин і обладнання для сільськогосподарства, харчової та переробної промисловості від 16.09.1992 року № 536 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/536-92-p>.
2. Закон України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» від 22 березня 2002 р. // Урядовий кур'єр. Орієнтир. – 2002. – № 63. – 3 квіт. – С. 5–6.
3. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку використання у 2009 році коштів Стабілізаційного фонду для здешевлення кредитів, фінансування інвестиційних проектів та підтримки окремих проектів в агропромисловому комплексі» від 13.05.2009 року № 463 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/463-2009-p>.
4. Даценко М. Політика технічного забезпечення / М. Даценко // Газета Аграрний тиждень. – № 42. – 14-20 грудня 2009 року.
5. Постанова КМУ «Про затвердження Порядку використання у 2009 році коштів Стабілізаційного фонду для державної підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів» від 01.07.2009 року № 723 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/723-2009-p>.
6. У 2011 році Мінагрополітики перерахувало аграріям 1,6 млрд. грн. дотацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.kiev.ua/news/?pg=12156>.
7. Даценко М.С. Доповідь директора Департаменту інженерно-технічного забезпечення Міністерства аграрної політики України 05.02.2010 р.

УДК 330.357.001.33:69(477.4.8)

Залунина О.М.*кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента**Кременчугского национального университета имени Михаила Остроградского***МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТРУКТУРИРОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА ОБЛАСТЕЙ УКРАИНЫ ПО МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОКАЗАТЕЛЯМ**

В статье представлена структуризация строительного сектора областей Украины. Определены области, находящиеся в депрессивной зоне, которые нуждаются в приоритетных управленческих воздействиях строительного сектора. Предложенная в работе модель классификации областей рекомендована для использования анализа состояния строительного комплекса территории как составного элемента формирования системы управления.

Ключевые слова: строительный сектор, строительные предприятия, структурирование областей Украины, экономический кризис.

Залунина О.М. МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТРУКТУРУВАННЯ БУДІВЕЛЬНОГО СЕКТОРА ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ ЗА МАКРОЕКОНОМІЧНИМИ ПОКАЗНИКАМИ

У статті представлена структуризація будівельного сектора областей України. Визначено області, що знаходяться в депресивній зоні, які потребують пріоритетних управлінських впливів будівельного сектора. Запропонована в роботі модель класифікації областей рекомендована для використання аналізу стану будівельного комплексу території як складового елемента формування системи управління.

Ключові слова: будівельний сектор, будівельні підприємства, структуривання областей України, економічна криза.

Zalunina O.M. METHODOLOGICAL TOOLS FOR STRUCTURING THE CONSTRUCTION SECTOR REGIONS OF UKRAINE ON MACROECONOMIC INDICATORS

The paper proposes an algorithm for estimating the construction sector in Ukraine, based on structuring regions of Ukraine for comparing the degree of the crisis and the development of appropriate econometric models on the territory. Diagnosis of the state of construction using the discriminant analysis provides a comparison of scalar vectors. Ability to classify areas according to the degree of the crisis in the construction industry, expert evaluation is ambiguous, to determine the region of Ukraine, members of the «depressed area» and in need of urgent management actions. In addition, this method allows to reduce the influence of the subjective component of expertise.

Keywords: construction sector, building companies, structuring regions of Ukraine, economic crisis.

Постановка проблемы. Политический кризис в Украине обнажил не только гражданское противостояние взглядов, но и ущербный экономический уровень страны. В диапазоне многочисленных проблем развитие строительства Украины занимает важное место, а вопросы стабильного функционирования строительных предприятий являются первостепенными. Учитывая роль строительства в жизни общества, ее прямые и обратные связи с экономикой, строительная отрасль должна рассматриваться как часть более сложных экономических и социально-политических систем, подвергнутых разному влиянию факторов внешней среды. При этом установление стабильного функционирования строительной отрасли, которая определяет темпы развития территории, является основным звеном в ее развитии.

Экономические и политические кризисы оказывают воздействие на все сферы экономики, а строительная отрасль выступает своеобразным индикатором глубины кризиса, при этом чем сильнее кризисные явления в экономике, тем медленнее в последующем строительная отрасль выходит на свой докризисный уровень развития. Связано это инерцией инвестиционной сферы [1], длительным циклом производства строительной продукции и необходимостью заблаговременного наращивания задела незавершенных объектов для последующего ритмичного ввода их в эксплуатацию [2].

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ состояния строительной сферы посвящено значительное количество научных исследований, которые целенаправленно или косвенно изучают факторы и показатели влияния. Динамика развития строительного рынка [2] демонстрирует снижение темпов роста в Украине за последние годы. На ре-

гиональном уровне четко прослеживается тенденция верховенства строительных организаций, в связи с их значительными мощностями. На глобальном уровне строительная отрасль Украины проигрывает из-за отсутствия необходимых финансовых и организационных преобразований [3].

Рассматривая экономические системы [4], которые базируются на законе равновесия, законе усреднения и законе структуризации, строительная отрасль должна отражать изменения пропорций в народно-хозяйственном комплексе.

Исследованию вопросов развития строительного сектора посвящены работы таких ученых, как А.Н. Асаул, А.В. Безух, В.С. Бушуев, А.И. Сухорук, В.А. Заренков [5], Ю.Н. Казанский [6], Л.М. Каплан [7], В.С. Кулибанов [8], и др. Положительные сдвиги возможны при детальном анализе всего народно-хозяйственного комплекса. Принимая во внимание труды современных зарубежных исследователей по вопросам экономического развития государства, таких как Симеон Дянков (Simeon Djankov), Рафаэль Лапорта (La Porta), Лопес де Силанес (Lopez-de-Silanes), Андрей Шлейфер (Shleifer A.), можно констатировать, что накопление человеческого и физического капитала инициирует процесс экономического роста.

В докладе «Ведение бизнеса» (Doing Business Report) [9] по результатам ежегодного исследования группы Всемирного банка одним из базовых индикаторов развития территории, который фигурирует в оценке развития территории, является получение разрешений на строительство. Оценивается количество процедур, стоимость, сроки. За последние годы наблюдается резкий спад общего показателя, отражающего «легкость» ведения бизнеса [10], а значит и рост доходов.

При условии развития строительной отрасли неизбежно происходит экономический рост в государстве и возникновение необходимых условий для решения многих социальных проблем. Анализируя литературные источники по развитию строительного бизнеса, необходимо учесть результаты ученых, которые спектрально исследуют бизнес: Кэмпбелл Рассел (Campbell Russel), Джон Р. Грехем (John R. Graham) (корпоративную политику в условиях неопределенности)[10] и аргументируют свою научную мысль.

На современном этапе развития строительной отрасли Украины говорить о ее конкурентоспособности не представляется возможным.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Для принятия управленческих решений в строительной сфере необходимо ориентироваться на аргументированные заключения о состоянии строительного сектора в каждом регионе и области [11; 12]. Для этого целесообразно внедрять меры по нейтрализации кризисных ситуаций, что подразумевает разработку концепции расширенного анализа признаков пространства строительных предприятий в режиме факторов и показателей влияния. Отсутствие организационных основ концептуальной базы оценки состояния строительной отрасли усложняет оценку структуры факторного пространства строительных предприятий. Поэтому, в качестве базового инструмента оценки состояния строительства, необходим методологический инструментарий как интеграционная основа анализа.

Целью данной статьи является определение областей Украины, входящих в «депрессивную зону» и нуждающихся в первоочередных управленческих воздействиях. Разбиение областей Украины для сопоставления степени кризиса и разработки соответствующих экономико-математических моделей развития территории.

Изложение основного материала. Разбиение областей Украины по значениям макроэкономических показателей строительной деятельности возможно на основе дискриминантного анализа. Каждая область Украины характеризуется определенным количеством показателей [2]. Чтобы наилучшим образом провести разделение, нужно построить соответствующую комбинацию переменных x_1, x_2, \dots .

Для двумерного пространства эта задача сводится к определению новой системы координат. При этом новые оси должны быть расположены таким образом, чтобы проекции объектов, принадлежащих разным множествам, на ось были максимально разделены. При этом вероятность ошибки классификации должна быть минимальной. Сформулированные условия должны быть учтены при определении коэффициентов a_1 и a_2 следующей функции: $f(x) = a_1x_1 + a_2x_2$.

Функция $f(x)$ является канонической дискриминантной функцией, а величины x_1 и x_2 – дискриминантными переменными. Обозначим \bar{x}_{ij} – среднее значение j -го показателя у области i -го множества. Тогда для множества M_1 среднее значение функции $f_1(x)$ будет равно: $f_1(x) = a_1x_{11} + a_2x_{12}$; для множества M_2 среднее значение функции $f_2(x)$ равно: $f_2(x) = a_1x_{21} + a_2x_{22}$.

Коэффициенты дискриминантной функции a_1 определяются таким образом, чтобы $f_1(x)$ и $f_2(x)$ как можно больше различались между собой, т.е. чтобы для двух множеств было максимальным выражение .

$$\bar{f}_1(x) - \bar{f}_2(x) = \sum_{i=1}^{n_1} a_1x_{1i} - \sum_{i=1}^{n_2} a_1x_{2i} \quad (1)$$

Тогда можно записать:

$$f_{kt}(x) - \bar{f}_k(x) = a_1(x_{1kt} - \bar{x}_{1k}) + a_2(x_{2kt} - \bar{x}_{2k}) + \dots + a_p(x_{pkt} - \bar{x}_{pk}), \quad (2)$$

где k – номер группы; p – число переменных, характеризующих каждую область.

Внутригрупповая вариация может быть измерена суммой квадратов отклонений:

$$\sum_{t=1}^{n_k} (Y_{kt} - \bar{Y}_k)^2 \quad (3)$$

По обеим группам это будет выглядеть следующим образом:

$$\sum_{k=1}^2 \sum_{t=1}^{n_k} (Y_{kt} - \bar{Y}_k)^2 = \sum_{k=1}^2 \sum_{t=1}^{n_k} [a_1(x_{1kt} - \bar{x}_{1k}) + a_2(x_{2kt} - \bar{x}_{2k}) + \dots + a_p(x_{pkt} - \bar{x}_{pk})]^2 \quad (4)$$

В матричной форме это выражение может быть записано так:

$$\sum_{t=1}^{n_k} \sum_{k=1}^2 (Y_{kt} - \bar{Y}_k)^2 = A'(X_1'X_1 + X_2'X_2)A, \quad (5)$$

где A – вектор коэффициентов дискриминантной функции;

X_1' – транспонированная матрица отклонений наблюдаемых значений исходных переменных от их средних величин в первой группе

$$X_1' = \begin{pmatrix} x_{1,1} & x_{1,2} & \dots & x_{1,n_1} \\ x_{2,1} & x_{2,2} & \dots & x_{2,n_1} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{p,1} & x_{p,2} & \dots & x_{p,n_1} \end{pmatrix}; \quad (6)$$

$$X_2' = \begin{pmatrix} x_{1,1} & x_{1,2} & \dots & x_{1,n_2} \\ x_{2,1} & x_{2,2} & \dots & x_{2,n_2} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{p,1} & x_{p,2} & \dots & x_{p,n_2} \end{pmatrix}, \quad (7)$$

X_2' – аналогичная матрица для второй группы.

Объединенная ковариационная матрица S_* определяется так:

$$S_* = \frac{1}{n_1 + n_2 - 2} (X_1'X_1 + X_2'X_2), \quad (8)$$

следовательно, выражение (5) дает оценку внутригрупповой вариации и его можно записать в виде:

$$\sum_{k=1}^2 \sum_{t=1}^{n_k} (Y_{kt} - \bar{Y}_k)^2 = A'[(n_1 + n_2 - 2)S_*]A \quad (9)$$

Межгрупповая вариация может быть измерена как

$$(\bar{Y}_1 - \bar{Y}_2)^2 = A'(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)'A \quad (10)$$

При нахождении коэффициентов дискриминантной функции следует исходить из того, что для рассматриваемых объектов внутригрупповая вариация должна быть минимальной, а межгрупповая вариация – максимальной. В этом случае мы достигнем наилучшего разделения двух групп, т.е. необходимо, чтобы величина F была максимальной:

$$F = \frac{A'(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)(\bar{X}_1 - \bar{X}_2)'A}{A'[(n_1 + n_2 - 2)S_*]A} \rightarrow \max \quad (11)$$

В точке, где функция F достигает максимума, частные производные по a_j будут равны нулю. Если вычислить частные производные

$$\frac{\partial F}{\partial a_1}; \frac{\partial F}{\partial a_2}; \dots; \frac{\partial F}{\partial a_p} \quad (12)$$

и приравнять их к нулю, то после преобразований получим выражение:

$$A = S_*^{-1}(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) \quad (13)$$

Из этой формулы и определяется вектор коэффициентов дискриминантной функции A .

Полученные значения коэффициентов подставляют в формулу (1) и для каждого объекта в обеих группах (множествах) вычисляют дискриминантные функции, затем находят среднее значение для каж-

дой группы. Таким образом, каждая *i*-я область, которая первоначально описывалась *m* переменными, будет как бы помещена в одномерное пространство, т.е. ей будет соответствовать одно значение дискриминантной функции, следовательно, размерность признакового пространства снижается.

Выполнена классификация строительного сектора областей Украины и представлен расчет. В данной работе, согласно предложенному методу, структурированы области строительного сектора Украины.

Первая выборка: Количество (областей) = *n1*: Киевская область, Харьковская область, Донецкая область, Хмельницкая область, Запорожская область, г. Киев, Днепропетровская область.

$$X1 := \begin{pmatrix} 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 \\ 2.1622 & -0.4179 & 1.3628 & 0.8399 & 1.1891 & 0.7788 & 0.6012 \\ 0.9616 & -0.4238 & 1.8775 & 1.3494 & 2.0592 & 0.2972 & 1.2038 \\ 0.3146 & 0.0537 & 0.2387 & 0.3118 & 0.6870 & 0.5684 & 0.6231 \\ 0.248 & 0.0200 & 0.2078 & 0.2671 & 0.6431 & 0.7114 & 0.6892 \\ -0.9683 & 0.2878 & -1.0861 & 0.7713 & -0.7708 & -0.6829 & 0.1611 \\ -0.7007 & -0.3258 & -1.0633 & 0.0586 & 0.3551 & -1.3088 & -0.0247 \end{pmatrix}$$

Количество показателей (показатели сформированы и рассчитаны в [3]) = *m*. Доля инвестиций в строительные проекты, доля затрат на оплату труда в строительстве, удельная величина разницы дебиторской и кредиторской задолженности, удельный вес потребления электроэнергии, удельная обеспеченность жильем населения, доля инновационных технологий в строительстве, удельная прибыль на одного работающего в строительной сфере.

n1 := cols(X1) *n1* = 7 *m* := rows(X1) *m* = 7.

Вторая выборка. Количество столбцов (областей) = *n2*: Ровненская, Николаевская, Житомирская, Сумская, Черкасская, Волынская, Ивано-Франковская, Полтавская, Черновицкая, Тернопольская.

$$X2 := \begin{pmatrix} 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & 0.3291 & -1.5639 & -0.4750 & -1.6017 \\ -1.1637 & -1.6752 & -0.0300 & -0.4419 & -1.0733 & -0.9799 & -1.2508 & 0.9544 & 0.0706 & 0.5537 \\ -0.2979 & -0.6960 & -0.3190 & -1.0711 & -1.0159 & -1.0899 & -0.3926 & -0.6045 & -0.5462 & -0.2432 \\ -1.0732 & -0.5214 & 0.6902 & 0.6741 & -0.2959 & 0.1654 & 0.6455 & -2.8726 & 0.0373 & -3.1496 \\ -1.0843 & -0.5382 & 0.6647 & 0.6522 & -0.3337 & 0.1283 & 0.7438 & -2.8330 & -0.0063 & -3.1103 \\ -0.6615 & -0.6910 & 0.3281 & 0.1063 & -0.9752 & -0.7950 & -1.1580 & 1.3936 & 1.3113 & 1.4045 \\ -0.8219 & -0.9501 & -1.1463 & -0.4166 & -0.1557 & 0.3265 & 0.9388 & -0.7731 & -0.9209 & -1.1007 \end{pmatrix}$$

n2 := cols(X2) *n2* = 10

Матрицы показателей областей, подлежащих классификации: Луганская, Херсонская, Закарпатская, Черниговская, Кировоградская, Одесская, Винницкая, Львовская.

$$\begin{matrix} Xn1 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ -0.5701 \\ -0.6538 \\ 0.1847 \\ 0.1467 \\ -1.0173 \\ -0.2064 \end{pmatrix} & Xn2 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ -0.9903 \\ -0.7050 \\ 0.7335 \\ 0.6968 \\ -1.4530 \\ 0.7010 \end{pmatrix} & Xn3 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ 0.5323 \\ 1.7639 \\ 0.5710 \\ 0.7331 \\ 2.4496 \\ 2.2348 \end{pmatrix} & Xn4 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ -0.9057 \\ -1.4763 \\ 0.1317 \\ 0.0950 \\ 0.1607 \\ 2.0274 \end{pmatrix} \\ \\ Xn5 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ -0.8266 \\ -0.2420 \\ 0.0476 \\ -0.0067 \\ 0.9536 \\ 0.5937 \end{pmatrix} & Xn6 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ 0.0985 \\ 0.5770 \\ 0.6260 \\ 0.7069 \\ 0.0001 \\ -0.0185 \end{pmatrix} & Xn7 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ -0.1669 \\ 0.1582 \\ 0.3630 \\ 0.3175 \\ 0.3925 \\ 1.1701 \end{pmatrix} & Xn8 := \begin{pmatrix} 0.3291 \\ 1.3490 \\ -0.4707 \\ 0.2451 \\ 0.2045 \\ 0.5387 \\ 1.5276 \end{pmatrix} \end{matrix}$$

Определяется среднее значение каждого показателя для определения положения центра группы:

$$x(A, n, i) := \frac{\sum_{j=0}^{n-1} A_{i,j}}{n}$$

Первая группа (класс 1):
Вторая группа (класс 2):

$$\begin{matrix} X1' := \begin{pmatrix} x(X1, n1, 0) \\ x(X1, n1, 1) \\ x(X1, n1, 2) \\ x(X1, n1, 3) \\ x(X1, n1, 4) \\ x(X1, n1, 5) \\ x(X1, n1, 6) \end{pmatrix} & X1' = \begin{pmatrix} 0.329 \\ 0.931 \\ 1.046 \\ 0.4 \\ 0.398 \\ -0.327 \\ -0.43 \end{pmatrix} \\ \\ X2' := \begin{pmatrix} x(X2, n2, 0) \\ x(X2, n2, 1) \\ x(X2, n2, 2) \\ x(X2, n2, 3) \\ x(X2, n2, 4) \\ x(X2, n2, 5) \\ x(X2, n2, 6) \end{pmatrix} & X2' = \begin{pmatrix} -0.494 \\ -0.504 \\ -0.628 \\ -0.57 \\ -0.572 \\ 0.026 \\ -0.502 \end{pmatrix} \end{matrix}$$

Матрица внутреннего рассеивания (*m* x *m*):
Первая группа (класс 1):

$$S1 := \begin{matrix} \text{for } i \in 0..(m-1) \\ \text{for } j \in 0..(m-1) \\ s_{i,j} \leftarrow \left[\sum_{k=0}^{n1-1} [(X1_{i,k} - X1'_i) \cdot (X1_{j,k} - X1'_j)] \right] \\ s \end{matrix}$$

$$S1 = \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 3.729 & 2.534 & 0.275 & 0.175 & -2.268 & -0.589 \\ 0 & 2.534 & 4.563 & 0.555 & 0.43 & -1.254 & 1.009 \\ 0 & 0.275 & 0.555 & 0.322 & 0.374 & -0.211 & 0.214 \\ 0 & 0.175 & 0.43 & 0.374 & 0.462 & -0.214 & 0.093 \\ 0 & -2.268 & -1.254 & -0.211 & -0.214 & 3.134 & 1.417 \\ 0 & -0.589 & 1.009 & 0.214 & 0.093 & 1.417 & 2.277 \end{pmatrix}$$

Вторая группа (класс 2):

$$S2 := \begin{matrix} \text{for } i \in 0..(m-1) \\ \text{for } j \in 0..(m-1) \\ s_{i,j} \leftarrow \left[\sum_{k=0}^{n2-1} [(X2_{i,k} - X2'_i) \cdot (X2_{j,k} - X2'_j)] \right] \\ s \end{matrix}$$

$$S2 = \begin{pmatrix} 19.938 & -7.33 & -1.145 & 6.665 & 6.692 & -10.909 & 3.514 \\ -7.33 & 6.72 & 0.734 & -6.202 & -6.148 & 7.477 & -2.501 \\ -1.145 & 0.734 & 0.98 & -1.488 & -1.421 & 1.036 & -0.761 \\ 6.665 & -6.202 & -1.488 & 17.81 & 17.618 & -7.45 & 3.803 \\ 6.692 & -6.148 & -1.421 & 17.618 & 17.445 & -7.436 & 3.911 \\ -10.909 & 7.477 & 1.036 & -7.45 & -7.436 & 9.585 & -4.114 \\ 3.514 & -2.501 & -0.761 & 3.803 & 3.911 & -4.114 & 4.215 \end{pmatrix}$$

Объединенная ковариационная матрица:

$$S := \frac{1}{n1 + n2 - 2} \cdot (S1 + S2)$$

$$S = \begin{pmatrix} 1.329 & -0.489 & -0.076 & 0.444 & 0.446 & -0.727 & 0.234 \\ -0.489 & 0.697 & 0.218 & -0.395 & -0.398 & 0.347 & -0.206 \\ -0.076 & 0.218 & 0.370 & -0.062 & -0.066 & -0.014 & 0.017 \\ 0.444 & -0.395 & -0.062 & 1.209 & 1.199 & -0.511 & 0.268 \\ 0.446 & -0.398 & -0.066 & 1.199 & 1.194 & -0.510 & 0.267 \\ -0.727 & 0.347 & -0.014 & -0.511 & -0.510 & 0.848 & -0.180 \\ 0.234 & -0.206 & 0.017 & 0.268 & 0.267 & -0.180 & 0.433 \end{pmatrix}$$

Обратная матрица суммарной внутригрупповой дисперсии:

$$S^{-1} = \begin{pmatrix} 1.59 & 0.494 & 0.115 & 0.353 & -0.217 & 1.199 & -0.216 \\ 0.494 & 2.944 & -1.608 & -1.42 & 1.773 & -0.429 & 0.803 \\ 0.115 & -1.608 & 3.787 & -2.476 & 2.597 & 0.736 & -0.736 \\ 0.353 & -1.42 & -2.476 & 283.985 & -286.143 & -0.224 & -0.132 \\ -0.217 & 1.773 & 2.597 & -286.143 & 289.602 & 0.887 & -0.301 \\ 1.199 & -0.429 & 0.736 & -0.224 & 0.887 & 2.765 & -0.142 \\ -0.216 & 0.803 & -0.736 & -0.132 & -0.301 & -0.142 & 3.046 \end{pmatrix}$$

Вектор C с коэффициентов дискриминантной функции:

$$C := S^{-1} \cdot (X1' - X2') \quad C_0 = 1.9 \quad C_1 = 2.489 \quad C_2 = 3.932$$

$$C = \begin{pmatrix} 1.9 \\ 2.489 \\ 3.932 \\ -7.951 \\ 9.769 \\ 1.261 \\ -0.408 \end{pmatrix} \quad C_3 = -7.951 \quad C_4 = 9.769 \quad C_5 = 1.261 \quad C_6 = -0.408$$

Значение дискриминантной функции для каждой группы:

$$z(A, i) := 1 \cdot \sum_{j=0}^{m-1} (C_j \cdot A_{j,i})$$

(Группа 1) n1=7 (Группа 2) n2=10

$$Z2 := \begin{pmatrix} z(X2, 0) \\ z(X2, 1) \\ z(X2, 2) \\ z(X2, 3) \\ z(X2, 4) \\ z(X2, 5) \\ z(X2, 6) \\ z(X2, 7) \\ z(X2, 8) \\ z(X2, 9) \end{pmatrix} \quad Z2 = \begin{matrix} & 0 \\ 0 & -6 \\ 1 & -7.876 \\ 2 & 1.183 \\ 3 & -3.371 \\ 4 & -8.113 \\ 5 & -7.296 \\ 6 & -3.741 \\ 7 & -5.736 \\ 8 & -8.045 \\ 9 & -5.743 \end{matrix}$$

$$Z1 := \begin{pmatrix} z(X1, 0) \\ z(X1, 1) \\ z(X1, 2) \\ z(X1, 3) \\ z(X1, 4) \\ z(X1, 5) \\ z(X1, 6) \end{pmatrix} \quad Z1 = \begin{matrix} 8.774 \\ -1.817 \\ 10.597 \\ 9.1 \\ 11.385 \\ 5.836 \\ 8.847 \end{matrix}$$

Среднее значение дискриминантной функции:

$$Z''(n, A) := \frac{\sum_{j=0}^{n-1} (A_j)}{n}$$

(Группа 1) $Z''(n1, Z1) = 7.532 \quad z1 := Z''(n1, Z1) \quad z1 = 7.532$
 (Группа 2) $Z''(n2, Z2) = -5.474 \quad z2 := Z''(n2, Z2) \quad z2 = -5.474$
 Константа дискриминации:

$$C' := \frac{z1 + z2}{2} \quad C' = 1.029$$

Дискриминантная функция новых объектов рассчитывается:

$$Z(X) := 1 \cdot \sum_{j=0}^{m-1} (C_j \cdot X_j)$$

В результате:

Z1 := Z(Xn1) Z1 = -4.598 Z2 := Z(Xn2) Z2 = -5.755 Z3 := Z(Xn3) Z3 = 13.683
 Z4 := Z(Xn4) Z4 = -8.178 Z5 := Z(Xn5) Z5 = -1.868 Z6 := Z(Xn6) Z6 = 5.075
 Z7 := Z(Xn7) Z7 = 1.065 Z8 := Z(Xn8) Z8 = 2.236

Вывод. По результатам представленного расчета области Украины классифицированы на зоны, которые нуждаются в приоритетных управленческих воздействиях строительного сектора. Закарпатская область, Черниговская область, Черкасская область, Одесская область, Кировоградская область, Винницкая область, Херсонская область находятся в зоне кризиса по показателю деловой активности строительства. Предложенная в работе модель классификации областей рекомендована для использования анализа состояния строительного комплекса территории как составного элемента формирования системы управления.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Державний бюджет і бюджетна стратегія 2012–2014: стабілізація та сталий розвиток в умовах реформування економіки України / [Ф.О. Ярошенко, Т.І. Єфименко, В.М. Геєць, Е.М. Лібанова та ін.]; за заг. ред. М.Я. Азарова. – К.: ДНУ «Акад. фін. управління», 2011. – 702 с.
2. Сухоруков А.И. Строительный рынок в мире и Украине [Электронный ресурс]: Аналитика компаний. Газета «Бизнес» / О.П. Морква. – Режим доступу : URL: www.business.ua / analytics/1167/. – Название с экрана.
3. Залунина О.М. Структурирование ключевых экономических показателей информационного поля строительного сектора Украины / О.М. Залунина // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського – Вип. 1/2014 Серія «Економічні науки». – С. 52–59.
4. Институциональная архитектура и динамика экономических преобразований: монография / [С.И. Архиреев, А.А. Гриценко, И.И. Малый, И.Я. Чугунов и др.]; под. ред. д-ра экон. наук А.А. Гриценко. – Харьков: Форт, 2008. – 927 с.
5. Современные конструктивные решения, технологии и методы управления в строительстве (отечественный и зарубежный опыт) / В.А. Заренков, А.Ю. Панибратов. – М.-СПб.: Стройиздат. – 2000. – 270 с.
6. Строительство в США и России. Экономика, организация и управление / Ю.Н. Казанский, А.М. Немчин, С.Н. Никешин. – СПб, 1995. – 111 с.
7. Каплан Л.М. Проблемы перестройки экономики строительства при переходе к регулируемому рынку // Экономика строительства. – 1991. – № 2–5.
8. Кулибанов В.С. Территориальные аспекты управления строительством // Экономика строительства. – 1989. – № 1. – С. 12.
9. Doing Business (2014) Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises Author: Doing Business Published: October 29. – 2013. – 560 с.
10. Itzhak Ben-David(2013). Managerial Miscalibration/ John R. Graham, and Campbell R. Harvey // Oxford Journals. The Quarterly Journal of Economics. – Volume 128, – Issue 4. – November. – P. 51–102.
11. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс] Режим доступу : URL : http://www.ukrstat.gov.ua.
12. Залунина О.М. Определение приоритетов развития строительного предприятия для принятия управленческих решений / О.М. Залунина // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського – Вип. 3/2013 (80). Серія «Економічні науки». – С. 55–62.

УДК 339.3:338(477)

Ільченко Н.Б.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри торговельного підприємництва

Київського національного торговельно-економічного університету

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

У статті проведено оцінку пріоритетних напрямів розвитку оптової торгівлі в Україні. Проаналізовані основні бізнес-процеси підприємств оптової торгівлі. Запропоновано шляхи подальшого реформування оптової торгівлі в Україні як форми регулювання оптової торгівлі в межах концептуальних основ її розвитку.

Ключові слова: оптова торгівля, бізнес-процеси, функції оптової торгівлі, потреби споживачів, оптові ринки сільськогосподарської продукції.

Ильченко Н.Б. ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

В статье проведена оценка приоритетных направлений развития оптовой торговли в Украине. Проанализированы основные бизнес-процессы предприятий оптовой торговли. Предложены пути дальнейшего реформирования оптовой торговли в Украине как формы регулирования оптовой торговли в рамках концептуальных основ ее развития.

Ключевые слова: оптовая торговля, бизнес-процессы, функции оптовой торговли, оптовые рынки сельскохозяйственной продукции.

Ilichenko N.B. OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES ON THE WHOLESALE ENTERPRISES

In the article there is conducted the estimation of priority directions of wholesale development in Ukraine. General business processes of wholesale enterprises are analyzed. The ways of further reformation of wholesale are offered in Ukraine as forms of adjusting of wholesale within the framework of conceptual bases of her development.

Keywords: wholesale, business processes, functions of wholesale, wholesale markets of agricultural products.

Постановка проблеми. Перехід України до ринкової економіки вимагав роздержавлення оптової торгівлі, здійснення демонополізації і лібералізації торгово-посередницької діяльності, диверсифікації її форм. Внаслідок цих процесів на оптовому ринку України за останнє десятиріччя з'явилася значна кількість малих оптових посередників. Більшість з них здійснюють посередницьку діяльність без надбання статусу юридичної особи. Мета функціонування оптової ланки полягає в опосередкуванні зростаючого у масштабі товарно-грошового обміну між сферами виробництва та споживання, між окремими галузями економіки, між регіонами України та з іншими країнами, забезпечуючи необхідні темпи і пропорції відтворювального процесу та збалансування сукупного споживчого попиту і товарної пропозиції.

Становлення та розвиток ринку оптової торгівлі в Україні потребують інтенсивного формування його інфраструктури, створення на новій основі інформаційного, кредитно-фінансового і нормативно-правового забезпечення ринкової інфраструктури. Розвиток матеріально-технічної бази підприємств оптової торгівлі, складських, транспортно-збутових центрів, терміналів, мережі складів загального користування шляхом залучення інвестицій буде сприяти підвищенню ефективності функціонування економіки країни.

Таким чином, особливості та ефективність функціонування оптової торгівлі в ринкових умовах, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі і завдання цієї важливої підсистеми сфери товарного обігу в концептуальному плані ще залишаються невирішеними, що обумовлює актуальність досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти проблеми, що досліджується знайшли відображення в роботах відомих вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: В.В. Апопія, Л.В. Балабанової, І.О. Бланка, Л.О. Брагіна, О.В. Н.А. Виноградова, Голошубової, В. Даниленбурга, А.А. Мазаракі, Ф. Коглера, Р. Монкріфа, В.П. Онищенка, М.В. Опельбаума, В.К. Памбухчян-

ца, Ф.Г. Панкратова, В.М. Торопков, В.О. Точиліна, К.П. Пашаєва, Ч. Фатреллата, М. Хаммер, Дж. Харингтон та інші.

Аналіз наукових праць і практики господарської діяльності в умовах перехідного періоду виявив негативні тенденції, що склалися на підприємствах оптової торгівлі.

Мета дослідження – дослідити теоретичні та практичні проблеми розвитку оптової торгівлі, визначити місце оптової торгівлі в соціально-економічному розвитку країни, провести дослідження бізнес-процесів на підприємствах оптової торгівлі, визначити шляхи покращення діяльності підприємств оптової торгівлі як елементу сфери товарного обігу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. У загальному розумінні під бізнес-процесом розуміють структуровану послідовність дій щодо виконання відповідного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу діяльності підприємства. Бізнес-процес – це сукупність різних видів діяльності, в межах якої «на вході» використовується один або декілька ресурсів, а в результаті цієї діяльності «на виході» створюється продукт, що має цінність для споживача. Бізнес-процеси, що формуються підприємствами, неоднорідні. Узагальнюючи сучасні теоретичні та прикладні дослідження з проблем процесного управління, можна виокремити такі основні характеристики процесу [1]:

- *технологія бізнес-процесу* – зміст та послідовність робіт;
- *межі процесу* – операції, що характеризують його початок та завершення;
- *власник процесу* – працівник підприємства, який несе відповідальність за організацію та результати процесу;
- *ресурси процесу*, які являють собою сукупність матеріальних, фінансових, інформаційних, кадрових ресурсів, що виділяються в розпорядження власника процесу для забезпечення його здійснення;
- *параметри процесу* – його основні характеристики, що дозволяють оцінювати ефективність і результативність процесу;

- *споживач результатів процесу* – зовнішній або внутрішній суб'єкт, який отримує результат процесу;
 - *входи процесу* – сукупність вхідних об'єктів у вигляді сировини, товарів, інформації, послуг, які перетворюються на виходи в ході виконання процесу;

- *виходи процесу* – продукція, товар, послуга, інформація, яка є результатом процесу й має відповідати встановленим споживачем вимогам.

Доцільність застосування системного підходу при управлінні бізнес-процесами обумовлена наступними причинами:

– організація бізнес-процесів є складною, багатомірною проблемою;

– системний аналіз поєднує досягнення різних областей наукових знань і дозволяє ефективно застосувати їх до конкретних проблем і задач управління бізнес-процесами;

– основну увагу системного підходу спрямовано на встановлення цілей і розробку раціональних комплексних шляхів їхнього досягнення, що дозволяє досягти найкращих результатів реалізації бізнес-процесів;

– системний підхід компенсує відсутність достатньої інформації при плануванні і прийнятті рішень з управління бізнес-процесами;

– системний підхід дозволяє знизити невизначеність, обумовлену факторами ризику, інфляції і проблемами фінансування;

Важливою передумовою моделювання бізнес-процесів підприємства є систематизація їх видів. Так, за даними Державного Комітету статистики України, на 1 січня 2013 року в Україні діяло 57,5 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля. В сучасних умовах найбільшого поширення набули партнерські оптові підприємства, засновані на колективній власності. На рисунку 1 представлено динаміку оптового товарообороту за 2005–2013 рр. [2]

Товарооборот підприємств оптової торгівлі за 2012 року становив 1093290,8 млн грн, що на 18537,6 млн грн. більше, ніж у 2013 р. Тільки у м. Київ оптовий товарооборот у 2013 р. склав 416007,1 млн грн, у тому числі продовольчих товарів – 62,4%, непродовольчих товарів – 37,6%. Проте питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва склала 37%. У таблиці 1 наведемо структуру оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр. [2].

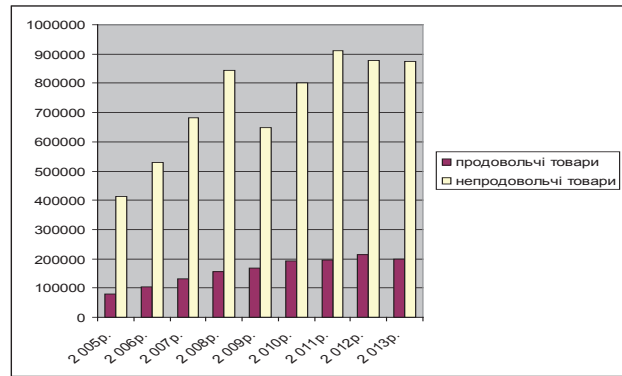


Рис. 1. Динаміка оптового товарообороту за 2005-2013 рр., млн грн

Так, згідно з наведеними даними за 2013 р. у структурі оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі найбільшу частку складав продаж непродовольчих товарів – 81,4%, що на 1,1% більше, ніж у 2012 р. і менше на 1%, ніж у 2011 р. Найбільша частка оптового товарообороту у складі загального обороту підприємства, основним видом діяльності яких є оптова торгівля, спостерігалась на підприємствах м. Києва, Київської, Харківської, Львівської і Житомирської областей (97-91%), а найменша – на підприємствах Волинської, Закарпатської, Хмельницької і Вінницької областей (64-78%).

Більше 70% обсягу оптового товарообороту країни припадало на підприємства чотирьох регіонів: м. Київ (39,8%), Донецької (15,1%) і Дніпропетровської (11%) та Харківської (5,2%) областей. Частка оптової торгівлі товарами виробництва України порівняно з відповідним періодом попереднього року зменшилась і становила 63,3% від загального обсягу продажу, у тому числі частка вітчизняних непродовольчих товарів – 61,5%, продовольчих товарів – 74,1% [3, с. 11-12].

У таблиці 2 наведено дані щодо структури продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України. У структурі продажу товарів вітчизняного виробництва найбільший обсяг складало продовольчі товари. Так, у 2013 р. продаж продовольчих товарів вітчизняного виробництва склав 71,7%, що на 2% менше, ніж у 2012 р. та на 3,4 менше, ніж у 2010 р. Продаж непродовольчих то-

Таблиця 1
 Динаміка структури оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр., %

Групи товарів	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
продовольчі товари	16,1	16,4	16,2	15,5	20,6	19,5	17,6	19,7	18,6
непродовольчі товари	83,9	83,6	83,8	84,5	79,4	80,5	82,4	80,3	81,4

Таблиця 2
 Структура продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України за 2005–2013 рр.

Групи товарів	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообороту, %	71,8	67,7	65,6	65,6	66,8	66,5	63,9	58,9	54,3
у тому числі:									
продовольчі товари	78,6	75,6	75,1	74,8	74,4	75,1	75,5	73,7	71,7
непродовольчі товари	70,5	66,2	63,8	63,9	64,8	64,4	61,4	55,3	50,3

варів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України складало у 2013 р. 50,3%, що на 5% менше, ніж у 2012 р.

Комерціалізація і зміна форм власності не дала очікуваного ефекту, призвела лише до простого подібнення крупних оптових структур на са-мостійні і малоефективні суб'єкти ринку. Заслужує уваги зарубіжний досвід щодо тенденцій розвитку оптових підприємств за формами власності та організаційно-правовими формами господарювання. Основним видом оптових підприємств за цими ознаками є корпоративні підприємства, тобто найбільш великі. На них у загальному обсязі оптового товарообороту припадає 95,8%. Частка партнерських підприємств дорівнювала 2,6%, а індивідуальних – лише 1,6% [4, с. 20]. Наступне місце посідають індивідуальні підприємства, створені на власності фізичної особи або сім'ї, і найменша питома вага, припадає на корпоративні оптові підприємства, що функціонують у формі акціонерних товариств відкритого та закритого типів.

В Україні чіткої класифікації бізнес-процесів підприємств оптової торгівлі не існує, проте за багатьма публікаціями у загальному вигляді можна виділяти базові бізнес-процеси, композиція яких у подальшому можлива лише в термінах діяльності підприємства в цілому, а також підпроцеси, які можуть бути у подальшому декомпозовані (рис. 2).

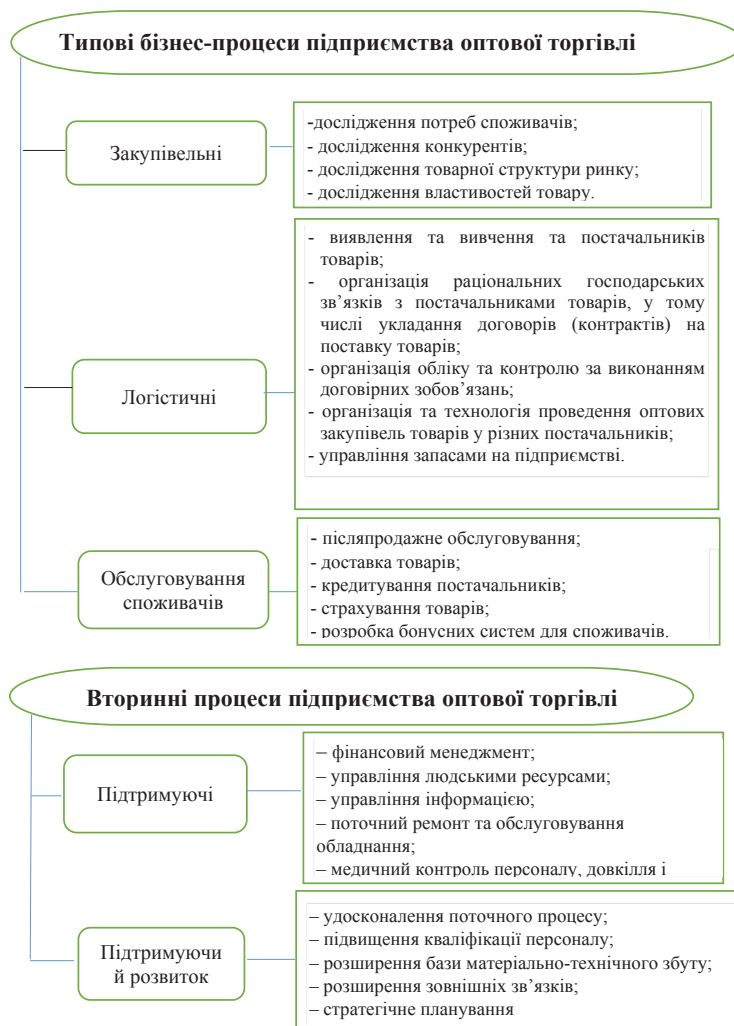


Рис. 2. Загальні бізнес-процеси підприємства оптової торгівлі

Для оптимізації бізнес-процесів підприємств оптової торгівлі пропонуємо розраховувати такі показники (табл. 3)

Виходячи із вищенаведеного, можна відмітити, що на підприємствах оптової торгівлі необхідно враховувати, що через виділені основні процеси реалізується головна стратегія підприємства, а на їх базі формується організаційна структура і визначається набір підтримувальних процесів і процесів управління. Також слід зазначити, що відносно процесів підтримки та управління основні процеси виконують головну роль, яка не може бути ефективно реалізована, якщо нею не буде визначений адекватний комплекс процесів підтримки і процесів управління, який налаштований на вирішення конкретних завдань відповідно до головної мети підприємства.

Концентрацію обігу споживчих товарів у сфері оптової торгівлі доцільно розпочати зі стимулювання розвитку крупних оптово-посередницьких структур як загальнодержавного, так і регіонального масштабу. Основне їх завдання має полягати в обслуговуванні державних потреб та потреб населення регіонів у споживчих товарах. Державну політику у сфері оптової торгівлі необхідно спрямувати на обмеження доступу на ринок оптово-посередницьких послуг суб'єктів підприємницької діяльності, які не мають достатніх фінансових і матеріальних ресурсів для обслуговування товароруку споживчих товарів у межах регіону чи країни в цілому, тобто відібрати фінансовоспроможних суб'єктів підприємницької діяльності. Підприємства, які мають намір надавати оптово-посередницькі послуги відповідно до спеціалізації, повинні мати належним чином обладнане складське господарство, транспортні засоби, обігові кошти, кадровий потенціал та інше. Тому для інституційної структуризації оптово-посередницької діяльності в національній економіці доцільно звернутися до практики ліцензування та сертифікації її послуг, що буде сприяти усуненню чисельних дрібних посередницьких структур, які не мають права власності на товар. Це дасть змогу зменшити спекулятивну діяльність, витіснити або зменшити розвиток недобросовісної конкуренції у торговельній галузі.

Окрім цього, у рамках реалізації Проекту з надання технічної допомоги Європейського Союзу «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації політики добросусідства в сільському секторі» розроблено типові проекти оптових ринків сільськогосподарської продукції. Згідно з даними типового проекту вартість будівництва оптового ринку з благоустроєм території становить від 1,6 до 2,0 млн дол. США на 1 га залежно від території, яку займає ринок. Розвиток інфраструктури аграрного ринку є однією з передумов якісних змін у сільському господарстві країни. Адже саме сучасні багатофункціональні об'єкти, якими є оптові ринки сільськогосподарської продукції, стають основними логістичними центрами, що забезпечують необхідні умови зберігання та збуту виробленої продукції.

Оптові ринки сільгосппродукції стають все популярнішими серед покупців і виробників. Так, ринки «Столичний» у Києві, «Шувар» у Львові та «Господар» у Донецьку за три роки їх роботи відвідало понад

Таблиця 3

Основні методи оцінювання бізнес процесів підприємства оптової торгівлі

Основні бізнес-процеси	Основні показники для оцінювання бізнес-процесів	Результати та методи розрахунків
Закупівля товарів: 1) визначення потреб у товарах; 2) дослідження ринку закупок; 3) вибір постачальників; 4) контроль поставок; 5) контроль якості товарів; 6) дотримання терміну закупівлі товарів.	1) обсяги матеріальних витрат, тис. грн; 2) періодичність поставок, дн.; 3) коефіцієнт забезпеченості матеріальними ресурсами, %; 4) коефіцієнт надійності постачальників; 5) обсяги поставок, тис. грн.; 6) кількість постачальників, осіб; 7) витрати на постачання, тис. грн.; 8) кількість невиконаних договорів поставки, шт.	Прогнозування та визначення потреб у товарах та матеріальних ресурсах підприємства Методи: 1) прогнозні моделі кон'юнктури ринку і визначення цін на товари; 2) оптимізаційна модель портфеля замовлень асортименту товарів; 3) описова статистика показників закупівлі товарів; 4) економіетричні методи.
Зберігання та управління запасами: 1) визначення оптимальних розмірів запасів; 2) управління запасами з урахуванням специфіки певного підприємства; 3) контроль за станом запасів з урахуванням специфіки товарного асортименту; 4) забезпечення і підтримка рівня запасів товарів на підприємстві; 5) зберігання товарів; 6) оптимізація руху матеріальних ресурсів на складі; 7) оптимізація способів і видів зберігання товарів; 8) розрахунок оптимального розміру запасу товарів; 9) планування складських приміщень і оптимізація їх використання	1) обсяги запасів, тис. грн.; 2) коефіцієнт обіговості товарних запасів, % 3) витрати на складування, тис. грн.; 4) термін складського зберігання, дн.; 5) складський вантажооборот, дн.	Формування норми необхідного запасу, система поповнення запасів на складах відповідно до визначеної норми на підприємстві, раціональне приймання і зберігання запасів на складі, їх підготовка до споживання на підприємстві. Методи: 1) модель прийняття рішення про оренду або будівництво власного складу; 2) модель вибору варіантів оптимального розміщення складів; 3) оптимізація руху товарів на складі; 4) оптимізація способів і видів зберігання; 5) оптимізація розміру запасу товарів та розміщення товарів на складі; 6) моделі управління товарних запасів; 7) модель страхового запасу; 8) вибір системи контролю за станом запасів з урахуванням специфіки.
Організація збуту товарів та обслуговування споживачів 1) планування процесу продажу; 2) вибір виду упаковки та комплектації; 3) організація доставки і контроль за транспортуванням; 4) вибір схеми розподілення матеріального потоку; 5) надання логістичного сервісу; 6) мінімізація витрат на збут; 7) маркетингові рішення щодо обслуговування споживачів	1) витрати на збут, тис. грн; 2) рівень надійності доставки, %; 3) кількість рекламаций (повернень), %; 4) рівень якості доставки, %; 5) загальна кількість замовлень, що надійшли, шт.; 6) коефіцієнт точності прогнозування попиту; 7) надання знижки, %; 8) еластичність збуту, %; 9) рівномірність поставок, %; 10) частка ринку, %; 11) виручка від реалізації, тис. грн.; 12) рентабельність продажу, %; 13) час затримки поставки, дні/год.; 14) коефіцієнт нарощування збуту товарів; 15) кількість споживачів, осіб; 16) обсяги замовлень, тис. грн.; 17) частка витрат на збут конкретного замовлення, %; 18) обсяги невиконаних поставок, %; 19) кількість поставок неналежного обсягу, шт.	Забезпечення доставки товарів в необхідний термін і в необхідній кількості Методи: 1) оптимізація завантаження складу підприємства товарними запасами; 2) моделі відвантаження товарів споживачам; 3) методи динамічного програмування; 4) оптимізація розмірів партії поставок

5,5 мільйона українців. А на відкритому цього року новому ринку «Азовський» у Маріуполі встигли скупитися майже 40 тисяч городян. Такі показники ще раз підтверджують ефективність подібних об'єктів і говорять про необхідність розвивати їх мережу по всій Україні.

У місті Жашкові Черкаської області працює ринок «Чародій», який є першим і поки єдиним в Україні місцем оптової торгівлі худобою, виробленою переважно в особистих селянських та дрібнотоварних господарствах. Найбільшим і найсучаснішим оптовим ринком сільськогосподарської продукції є регіональний агро-маркетинговий центр «Шувар», розміщений у Львові, який сприяє розвитку оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією не тільки на Львівщині, але й далеко поза її межами.

На цьому ринку реалізують свою продукцію сільськогосподарські товаровиробники з 18 областей України. Останніми роками в сезон тут продається 1000-1200 тонн свіжої плодоовочевої та іншої сільськогосподарської продукції за добу, тут формуються прозорі умови ціноутворення, за потреби постійно проводять заходи щодо стабілізації цін на сільськогосподарську продукцію. Національною сільськогосподарською палатою України спільно з «БеарзЛогістик Центр» реалізується проект Укрангоринок, який передбачає створення мережі з шести оптових ринків сільськогосподарської продукції в різних областях України. Крім цього, за підтримки Мінагрополітики в Одеській області реалізується проект із створення «Південноукраїнського регіонального оптового продовольчого ринку».

У 2012 р. отримав статус оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шелен» у м. Рівне, у 2013 р. завершено роботи із затвердження та отримання проектно-дозвільної документації та почалися роботи із землевідведення. Відкриття заплановано на травень 2014 р. з поетапним введенням в експлуатацію об'єкта у IV кварталі 2013 р. Також планується введення у 2014 р. першого в Україні виробничо-оптового ринку «Янтар» в селищі Молодіжне в Херсонській області. Він матиме електронну біржу, логістичні центри і єдиний в країні річковий термінал. Крім продажу продукції, тут займатимуться збиранням врожаю, його зберіганням, продажем і експортом. Загальна торговельна площа ринку, разом з інтертерміналом, складе близько 260 га.

Аналізуючи ситуацію з виробництвом і збутом української сільгосппродукції, експерти стверджують, що без розвитку оптової торгівлі в Україні найближчим часом є ймовірність виходу на наш ринок потужних міжнародних оптових компаній, які монополізують сільгоспторгівлю, що негативно позначиться на прибутках вітчизняних господарств. Відкриття митних кордонів, особливо з тими країнами, де аграрне виробництво активно дотується, є низькі кредитні ставки, фермерам допомагають інструментами опосередкованої підтримки (наприклад, через системи консультування, поширення знань й інформації), несе небяжкі загрози для українського, особливо невеликого виробника.

Українським фахівцям необхідно детально вивчати іноземний досвід діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції і запозичати звідти все найкраще. Тому завданням нинішньої влади є підтримка у ініціативах агробізнесу, зміна стереотипів мислення – адже на оптових ринках сільськогосподарської продукції як структурі повинне вбачатися не тільки і не стільки джерело безпосереднього миттєвого наповнення бюджету, але й важливий механізм скорочення та оптимізації логістичних ланцюгів, механізм прозорого ціноутворення, забезпечення продовольчої безпеки громадянина, регіону, України в цілому. Органи влади всіх рівнів мають усвідомити, що оптові ринки сільськогосподарської продукції – це ще й важливий соціальний механізм, оскільки він сприяє підвищенню доходів селян-товаровиробників і зменшенню витраток громадян-споживачів, для більшості з яких витатки на харчування є найбільшою статтею у сімейному бюджеті.

Головними напрямками державної підтримки розвитку оптових продовольчих ринків має бути: сприяння виділенню земельних ділянок під оптові продовольчі ринки; надання організаційно-технічного сприяння їх діяльності, у т. ч. організація навчання, проведення семінарів з питань оптової торгівлі; організація реклами у місцевій пресі, на радіо та телебаченні; стимулювання продажу продукції місцевих товаровиробників.

Повинна бути здійснена типологія оптових посередників на підставі закордонного досвіду і практики функціонування їх в Україні. Результати цього дослідження дозволять визначити відповідність видів оптових підприємств, фактично діючих на ринку України, теоретично декларованим (переважно згідно закордонного досвіду), оцінити їх реальний вплив на ефективність діяльності вітчизняних ви-

робничих і торговельних підприємств, визначити типи підприємств, найбільш пріоритетних з точки зору реалізації стратегії щодо зростання внутрішнього ринку, та застосувати адекватні засоби державного регулювання.

Законодавством повинні бути передбачені заходи, які б стимулювали розвиток, у першу чергу, великих оптових підприємств, сприяли реалізації їх конкурентних переваг. Тоді й дрібнооптові підприємства будуть прагнути перейти в цю категорію, забезпечуючи позитивну динаміку розвитку всієї сфери оптової торгівлі. Дрібнооптова торгівля при цьому повинна здійснюватися тільки у відношенні тих товарів чи ринків, де вона не буде утворювати багато ланцюгові канали товароруку [5].

Висновки. Для подальшого реформування оптової торгівлі в Україні необхідно:

- створювати оптові асоціації шляхом добровільного об'єднання нині діючих оптових підприємств, до складу яких слід включити фінансові, інформаційні, наукові та інші інститути;

- удосконалювати та оновлювати інфраструктуру ринку, що передбачає налагодження тісної взаємодії товаровиробників, роздрібною торгівлі з оптовою торгівлею, органічну інтеграцію виробництва і збуту товарів. Результативним заходом на цьому шляху може стати формування логістичних систем, де можна буде впроваджувати сучасні методи управління товарними потоками;

- удосконалювати механізм управління комерційною діяльністю оптових підприємств; він повинен ґрунтуватися на застосуванні сучасних наукових методів маркетингу та менеджменту та забезпечувати розробку та прийняття ефективних рішень щодо стійкості поточного функціонування та вироблення стратегії підприємства на перспективу;

- впроваджувати на оптових підприємствах сучасні інформаційні системи;

- сприяти розвитку оптового продажу через мережу Інтернет;

- підвищувати рівень обслуговування та зниження цін на товари і послуги.

Таким чином, в умовах функціонування цивілізованого ринку саме оптова торгівля повинна стати важелем для стимулювання зростання ефективності виробництва та повнішого задоволення потреб покупців.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хаммер М. Рейнжинірінг корпорації: Маніфест революції в бізнесі/ Майкл Хаммер, Джеймс Чампи; пер. с англ. Ю.Е. Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 287 с.
2. Публікація документів Державної Служби Статистики України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/sr/sot/sot_u/sot2006_u.htm.
3. Вірт М.Я. Передумови та закономірності розвитку оптової торгівлі в Україні / М.Я. Вірт. – К.: Науковий вісник, 2005. – № 15.4. – 362–366 с.
4. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави / П.Т. Саблук // Економіка АПК: Міжнар. наук.-вироб. журнал. – К., 2005. – № 11. – С. 4–12.
5. Лазебна І.В. Основні напрями вдосконалення державного регулювання оптової та роздрібною торгівлі / [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer31/799.pdf>.

УДК 339.138

Капінус Л.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій***Семененко К.Ю.***асистент кафедри маркетингу
Національного університету харчових технологій*

ВИДИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ

У статті визначено сутність основних видів мерчандайзингу, які упорядковано та об'єднано в систематику на основі виокремлення класифікаційних ознак мерчандайзингу з метою розширення теоретико-практичних основ мерчандайзингової діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Ключові слова: мерчандайзинг, види мерчандайзингу, торговельна точка, покупці, атмосфера магазину, асортиментна позиція.

Капінус Л.В., Семененко К.Ю. ВИДЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА: СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ

В статье определена суть основных видов мерчандайзинга, которые объединены в единую систему на основе выделения классификационных признаков мерчандайзинга с целью развития теоретико-практических основ мерчандайзинговой деятельности предприятий розничной торговли.

Ключевые слова: мерчандайзинг, виды мерчандайзинга, торговая точка, покупатели, атмосфера магазина, ассортиментная позиция.

Kapinus L.V., Semenenko K.Y. TYPES OF MERCHANDISING: ESSENCE AND CLASSIFICATIONS

The essence of basic types of merchandising that is well-organised and incorporated in systematisation on the basis of classification features extraction of merchandising with the aim of expansion of theoretical and practical bases of merchandising activity of the retail business enterprises are described.

Keywords: merchandising, types of merchandising, trade point, customers, shop's atmosphere, assortment's position.

Постановка проблеми. Розвиток та зростання великої кількості роздрібних мереж на українському ринку змушує багато підприємств приділяти підвищену увагу продажам товарів кінцевим споживачам в торговельних точках. З метою привертання уваги вимогливих покупців виникають нові напрямки в маркетингу, що використовуються рітейлорами: нейромаркетинг, візуальні комунікації, аромамаркетинг, звукове оформлення, тобто інструменти мерчандайзингу.

Мерчандайзинг як мистецтво представлення товарів в торговельній точці використовує візуальні компоненти, комунікаційні підходи, категорійне управління асортиментом тощо. Це дає можливість створити класифікацію ознак мерчандайзингу та систематизувати його види, таким чином підкреслюючи важливість мерчандайзингової діяльності та формуючи теоретичне підґрунтя для становлення мерчандайзингу як науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення сутності різних видів мерчандайзингу приділяли увагу багато учених: М. Алексієнко [1], А. Веллхофф [2], О. Воронкова [3], Н. Гузєлевич [4], К. Завражина [3], Н. Ільченко [5], К. Канаєн [6], Р. Канаєн [6], І. Котляров [7], Є. Новаторов [8], Є. Прушківська [9], Г. Сенд [11], І. Савенко [10], Р. Толстяков [3], В. Щербачук [8] та інші.

На основі теоретичних досліджень наукових праць встановлено, що проблема класифікації видів мерчандайзингу вивчена недостатньо. Відсутні чіткі класифікаційні ознаки мерчандайзингу та не повністю вивчені деякі його види.

Постановка завдання. Метою дослідження є наукове вивчення сутності основних видів мерчандайзингу та їх об'єднання в загальну систематизовану класифікацію. Відповідно до мети роботи визначено і вирішено завдання: на основі дослідження змісту

основних видів мерчандайзингу розроблено класифікаційну схему видів мерчандайзингу через виокремлення класифікаційних ознак, що дає можливість удосконалити теорію мерчандайзингу та підвищити ефективність менеджменту роздрібною торговельною точкою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мерчандайзинг на сьогодні є важливим інструментом формування атмосфери торговельної точки та впливу на свідомість покупців. В літературі, яка присвячена, цій тематиці, виділяють декілька видів мерчандайзингу з метою виокремлення їх характерних ознак та особливостей, а також акцентування уваги на тих інструментах, які забезпечують стратегічне втілення ознак того чи іншого виду мерчандайзингу. Найбільше уваги серед учених та практиків приділяється візуальному та комунікаційному мерчандайзингу [3; 4; 6; 8]. Н.Ю. Гузєлевич акцентує увагу на «чорному» мерчандайзингу як свідоме маніпулювання чужою продукцією (як правило, продукцією конкурентів) в точці роздрібною торгівлі [4, с. 65-69]. Спеціалісти в області мерчандайзингу також виділяють ексклюзивний та візитний. Велике різноманіття понять підштовхнуло до створення та систематизації видів мерчандайзингу в залежності від класифікаційних ознак.

З точки зору роботи мерчандайзера виділяють наступні види мерчандайзингу: ексклюзивний та сумісний. Ексклюзивний мерчандайзинг – вид мерчандайзингу, що передбачає роботу мерчандайзера виключно з торговельною маркою одного виробника. Цей вид ефективний в разі великої кількості SKU (Stock Keeping Unit) – асортиментних позицій та оборотності асортименту. Мова йде про роботу з брендовими товарами.

Сумісний (комплексний) – вид мерчандайзингу, що передбачає роботу мерчандайзера з продукцією

декількох виробників та декілька ми торговельними марками. Такий підхід значно скорочує витрати.

Залежно від підходу представлення товару: традиційний та категорійний [2; 4; 5; 6]. Традиційний мерчандайзинг – використання основних принципів представлення товару, які розроблялися та застосовувалися в роздрібній торгівлі на Заході. Слід відмітити, що всі методи і технології адаптуються під українські реалії, під менталітет українського споживача.

Практика показує, що традиційні підходи щодо представлення товарів в роздрібній мережі почали себе вичерпувати і відходити все далі від своєї основної мети: представлення товару таким чином, щоб зацікавити покупця і стимулювати його до здійснення покупки. У зв'язку з цим спеціалісти в області мерчандайзингу почали шукати нові підходи та успішні мерчандайзингові технології. Так, нещодавно з'явився новий вид мерчандайзингу – категорійний.

Поява категорійного мерчандайзингу пов'язана з впровадженням централізованого управління асортиментом торговельної точки. Категорійний менеджмент на практиці виявився досить ефективним. Управління товарною категорією передбачає використання технологій категорійного мерчандайзингу: зонування торговельної площі, викладення та оформлення товарів в залежності від ротації товарних позицій в асортиментній матриці.

Такий підхід допомагає покупцю знайти потрібний товар. Розуміння покупцем місця знаходження товару стає можливим завдяки логіці викладення та оформлення, стійкості асортименту, налагодженості роботи постачальників та вчасності замовлення та викладення товару. Таким чином, категорійний мерчандайзинг – це система управління представленням асортименту в магазині, що передбачає роботу мерчандайзера над однією категорією товару в одній торговельній точці протягом усього робочого дня.

Залежно від часу перебування мерчандайзера в торговельній точці: стаціонарний та візитний (мобільний) [11, с. 145]. Стаціонарний мерчандайзинг – вид мерчандайзингу, який передбачає роботу мерчандайзера в одній торговельній точці, як правило, в форматі Гіпермаркет та Cash & Carry, протягом усього робочого дня.

Візитний (мобільний) – вид мерчандайзингу, що передбачає обслуговування мерчандайзером декількох торговельних точок за день при складанні оптимального маршруту, враховуючи віддаленість торговельних точок одна від одної, обсяг роботи в кожній торговельній точці та їх формат.

Залежно від сприйняття споживачем товару, магазину та його співробітників: візуальний та комунікаційний [8, с. 66]. Візуальний мерчандайзинг – привернення уваги споживачів за рахунок зовнішнього оформлення та особливої атмосфери. Візуальний мерчандайзинг включає в себе: вибір місця торговельної точки; оформлення зовнішніх вивісок; оформлення вітрин магазину; внутрішня компоновка магазину; дизайн інтер'єрів приміщень; розташування виставлених товарів; упакування, маркування товарів; оформлення цінників.

До комунікаційного мерчандайзингу відносять вміння представників торговельної марки, яка продається, спілкуватися, налагоджувати контакти як з покупцями, так і з співробітниками торговельних точок. Важливим моментом в комунікаційному мерчандайзингу є прагнення до високого рівня обслуговування покупців з метою спонукання їх до повтор-

ної покупки. В комунікаційному мерчандайзингу великих компаній часто використовується ПР.

Залежно від впровадження мерчандайзингових технологій протягом певного проміжку часу: постійний та сезонний. Постійний мерчандайзинг – вид мерчандайзингу, спрямований на реалізацію запланованих мерчандайзингових заходів протягом тривалого часу, незалежно від пори року.

Сезонний мерчандайзинг – це комплекс заходів з планування та просування торговельного асортименту на основі взаємопов'язаних продажів товарів підвищеного попиту в кожному пору року. У мерчандайзингу прийнято виділяти наступні чотири сезони: «весняний» час (квітень, травень, червень); «літній» час (липень, серпень, вересень); «осінній» час (жовтень, листопад, грудень); «зимовий» час (січень, лютий, березень).

Залежно від форми викладення товару: довільний та перехресний.

Довільний мерчандайзинг – викладення продукції різними способами, що не передбачає спільного розміщення товарів, які доповнюють один одного. Такий підхід себе вичерпує, і на зміну йому в категорійному менеджменті з'явився перехресний мерчандайзинг.

Перехресний мерчандайзинг – викладення продукції, що передбачає спільне розміщення тих товарів, які взаємодоповнюють один одного і, найчастіше, купуються разом. Наприклад, це шампунь і кондиціонер для волосся.

Залежно від подібності викладення товарів в магазинах: індивідуальний та мережевий. Індивідуальний мерчандайзинг – вид мерчандайзингу, що передбачає особливе викладення товарів в кожному з магазинів, що обслуговується мерчандайзером.

Мережевий мерчандайзинг – один з видів мерчандайзингу, що передбачає дотримання асортиментної політики в кожній точці продажу роздрібною мережі та здійснювати викладення товару відповідно до затвердженої діаграми.

Залежності від сфери діяльності: фармацевтичний, ресторанний, кондитерський тощо. Потрібно розуміти, що є певні правила викладення товару у вітринах аптеки, кафе-кондитерської, ресторану, адже всі товари є різними за складом, терміном зберігання, властивостями тощо.

Залежності від способу дії на споживача: реальний та віртуальний. Реальний мерчандайзинг – вид мерчандайзингу, що передбачає використання мерчандайзингових технологій в традиційній роздрібній мережі.

Віртуальний (електронний) мерчандайзинг – це сукупність технологій презентації та продажу товарів в Інтернеті. Досліджено, що до комплексу електронного мерчандайзингу входять елементи вебмофери, які можна поділити на декілька категорій:

- візуальний ряд (текст, графіка, фотографії, дизайн, колірна гама, відео, тривимірні зображення, масштабування зображень);

- звук (музика, клацання при натисканні кнопок на сайті та інші звукові ефекти);

- запах (зразки духів і іншої парфумерії);

- зручність у використанні (інтерактивні засоби взаємодії з користувачем, зручність і легкість навігації, «покупка в три натискання», кнопки управління відео та звуком, швидке завантаження файлів, аватари тощо);

- персоналізація та індивідуалізація веб-сторінок, продуктів і послуг [10, с. 128].

Залежно від правомірності: «чистий» та «чор-

ний» [4, с. 65]. «Чистий» мерчандайзинг передбачає застосування мерчандайзингових технологій, які не суперечать законам та етичним нормам ведення бізнесу.

«Чорний» мерчандайзинг – незаконні прийоми, які використовуються в торговельних точках, що шкодять просуванню конкурентних товарів. Виділяють напівзаконні методи: тимчасове розширення викладки своєї продукції за допомогою уявної перевірки начальства; збільшення площі викладки продукції за рахунок притиснення сусідньої продукції; заповнення чужих стійок, холодильників; підстанова своєї продукції в чужу викладку (дублювання власної викладки); змішування викладки конкурентів; відвернення «фейсингів» продукції; змішування цінників тощо. До незаконних методів відносять: підстанова одиниці продукції «несумісної» категорії в викладку конкурента, крадіжка і заміна цінників тощо. Саме тому торговельні точки повинні прикладати максимум зусиль, щоб мінімізувати дії так званих «чорних» мерчандайзерів шляхом запровадження санкцій проти таких людей посилення активності служби безпеки в роздрібній мережі.

Залежно від дизайнерського рішення: дерев'яний (розміщення товару у винному бутику не на полицях, а прямо на дерев'яних ящиках. Саме такого ефекту домогалися власники винного магазину Albert Reichmuth, що відкрився нещодавно в Цюриху (Швейцарія). На подив відвідувачів тут все зроблено з дерев'яних ящиків, у яких традиційно доставляється вино), підвісний (розміщення світильників в магазині) тощо.

Залежно від місця застосування: місцевий (локальний), регіональний, національний і міжнародний. При викладенні товару на полицях оформленні вітрини обов'язково потрібно враховувати культуру та національні традиції тих людей, які є потенційними клієнтами роздрібною точки.

Висновки з проведеного дослідження. На основі вищесказаного можна зробити висновок, що є багато видів мерчандайзингу, які можна об'єднати в єдину систему в залежності від класифікаційних

ознак, розширюючи при цьому теоретичне підґрунтя мерчандайзингу. Правильне трактування понять допомагає чітко розрізнити маркетингові інструменти, які необхідно використовувати при різних видах мерчандайзингу, вирізнити переваги і недоліки, а спеціалістам в області роздрібною торгівлі більш ефективно управляти технологіями мерчандайзингу в торговельній точці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Візуальний мерчандайзинг як інструмент маркетингу: Сучасна наука: актуальні проблеми теорії та практики [Електронний ресурс] / М.А. Алексієнко // Бібліотечний вісник – 2012. – № 4. – Режим доступу до журн. : <http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php?--er12-04/486-a>.
2. Веллхофф А. Мерчандайзинг: ефективні інструменти та управління товарними категоріями / А. Веллхофф, Ж.-Е. Масон. – М. : Вид. дім Гребенникова, 2004. – 267 с.
3. Маркетинг: учебное пособие / О.В. Воронкова, К.В. Завражина, Р.Р. Толстяков и др.; под общ. ред. О.В. Воронковой. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 120 с. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/books/m686/>.
4. Гузєлевич Н.Ю. Фокусы мерчандайзинга / Н.Ю. Гузєлевич. – СПб. : Питер, 2010. – 160 с.
5. Ільченко Н.В. Мерчандайзинг – маркетинг / Н.В. Ільченко // Маркетинг і реклама. – 2007. – № 2. – С. 45–50.
6. Канаян К. Мерчандайзинг / К. Канаян, Р. Канаян. – М. : РВП-холдинг, 2003. – 216 с.
7. Котляров І.Д. Комплекс маркетингу: спроба критичного аналізу / І.Д. Котляров // Сучасні дослідження соціальних проблем. – 2012. – № 4. – С. 34–35.
8. Новаторов Є.В. Візуальний мерчандайзинг як ефективний маркетинговий інструмент для збільшення продажу в роздрібній торгівлі / Є.В. Новаторов, В.П. Щербачук // Маркетинг послуг. – 2012. – № 1. – С. 68–75.
9. Прушковська Є.Є. Формування та використання інструментарію мерчандайзинга в роздрібній торгівлі споживчої кооперації / Є.Є. Прушковська. – Белгород : Белгородський університет споживчої кооперації, 2009. – 23 с.
10. Савенко І.В. Використання інструментів мерчандайзингу в діяльності інтернет-магазинів / І.В. Савенко, Л.В. Капінус, Н.П. Скригун // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5 (143). – С. 125–132.
11. Сенд Г.А. Принципи мерчандайзинга / Г.А. Сенд. – Мінськ : Гревцов Паблішер, 2008. – 304 с.

УДК 330.45:658.14

Карпець О.С.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Західнодонбаського інституту
Міжрегіональної академії управління персоналом*

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ МОДЕЛЬНИЙ БАЗИС ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті запропоновано алгоритм оцінки фінансового стану підприємства, базою якого є сучасні економіко-математичні методи та пакети прикладних програм. У результаті застосування даного алгоритму фінансовий аналітик не лише отримує абсолютну оцінку фінансового стану конкретного підприємства, а й порівняльну оцінку з іншими підприємствами галузі або регіону. Використання запропонованого модельного базису для оцінки фінансового стану підприємств дозволить значно спростити процедуру аналізу, і результати його застосування дадуть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо управління діяльністю підприємства.

Ключові слова: фінансовий стан, аналіз, коефіцієнт, економіко-математичні методи, кореляція, експертні оцінки, модель, прогнозування.

Карпец О.С. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ МОДЕЛЬНЫЙ БАЗИС ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье предложен алгоритм оценки финансового состояния предприятия, основой которого являются современные экономико-математические методы и пакеты прикладных программ. В результате применения данного алгоритма финансовый аналитик не только получит абсолютную оценку финансового состояния конкретного предприятия, но и сравнительную оценку с другими предприятиями отрасли или региона. Использование предложенного модельного базиса для оценки финансового состояния предприятий позволит существенно упростить процедуру анализа, и результаты его применения позволят принимать обоснованные управленческие решения по управлению деятельностью предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, анализ, коэффициенты, экономико-математические методы, корреляция, экспертные оценки, модель, прогнозирование.

Karpets O.S. CONCEPTUAL MODEL BASIS ASSESSMENT OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE COMPANY

The article considers algorithm for assessing the financial condition of the company, which is basis of modern economic-mathematical methods and software packages. As a result of this algorithm is not only absolute assessment of the financial condition of a particular company, but also a comparative assessment with other companies in the sector or region. Using the proposed model basis for assessing the financial situation will greatly simplify the analysis, and the results of its application will enable management to make informed decisions about the management of the company.

Keywords: financial position, analysis, odds, economics and mathematical methods, correlation, peer review, model, prediction.

Постановка проблеми. В умовах невизначеності та крайньої мінливості соціально-економічних та політичних процесів, що відбуваються сьогодні в Україні, значної уваги потребують питання оцінки та стабілізації фінансового стану підприємств.

Розв'язання завдань стабілізації фінансового стану підприємства потребує певних джерел фінансових ресурсів, їх раціонального розподілу, ефективного використання, неперервного фінансового аналізу, що дає оцінку фінансової стійкості суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика оцінки і стабілізації фінансового стану підприємств знайшла достатньо широке відображення в наукових дослідженнях. Наявна науково-практична проблема розглядається переважно в контексті антикризового управління в цілому [1-2, 5]. Даною проблемою займалися чимало закордонних та вітчизняних вчених-економістів, роботи яких присвячені проблемам антикризового управління та прогнозування кризового стану підприємства, серед яких необхідно відзначити таких авторів, як Е. Альтман, В. Бівер, Е. Коротков, І. Ларінов, А. Грязнова, У. Блінова, Н. Зайцева, В. Ковальов, М. Сажина, І. Симиґалов, А. Градов, Г. Базаров, Е. Уткін, Я. Фомін та ін. [8-12].

З переходом України до ринкових відносин з'явилися роботи вітчизняних авторів, що внесли істотний вклад у розвиток теорії антикризового управління підприємством. Серед них слід зазначити праці таких вчених, як Л. Лігоненко, Л. Тарасенко, Т. Клебанова, О. Мозенков, Ю. Лисенко, Р. Біловол, В. Василенко, А. Дмитренко, С. Довбня, П. Єгоров, Н. Іванова, Н. Соколова, Н. Літвін, Н. Олексієнко,

О. Проскура, О. Пушкар, Л. Ситник, О. Степаненко, С. Рамазанов, Л. Тимашова, А. Садеков, В. Цурик та ін. Провідними дослідниками в галузі саме антикризового фінансового управління є О. Ареф'єва, О. Терещенко, І. Бланк, Л. Лігоненко, дослідженням цього напрямку займаються також Г. Бондарева, Е. Бровкова, Е. Мартиненко, З. Холод, А. Шпангрет та ін. [8-12].

Однак у широкому колі науковців, що досліджували дану проблему, недостатньо уваги приділялося модельному і програмному забезпеченню оцінки фінансового стану підприємств. Цей напрямок знайшов відображення у роботах таких вчених, як Т. Клебанова, О. Мозенков, Ю. Лисенко, О. Пушкар, С. Рамазанов та ін. [9].

Сучасний етап розвитку економіко-математичних методів та прикладних програм дозволяє постійно удосконалювати методіку оцінки фінансового стану підприємства, доповнювати її новими методами, спрощувати певні процедури аналізу, використовуючи можливості нових інформаційних систем і технологій.

Постановка завдання. Метою даною статті є розробка концептуального модельного базису для оцінки фінансового стану підприємств, що дозволить значно спростити процедуру аналізу, і результати застосування якого дадуть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо управління діяльністю підприємства.

Виклад основного матеріалу. Почнемо з того, що аналіз фінансової діяльності підприємства – це діагноз його фінансового стану, що уможливорює визначення недоліків та прорахунків, виявлення та

мобілізацію внутрішньогосподарських резервів, збільшення доходів та прибутків, зменшення витрат виробництва, підвищення рентабельності, поліпшення фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому. Результати аналізу використовуються в процесі фінансового планування та прогнозування. У процесі аналізу необхідно опрацювати таку систему показників, за допомогою якої можна було б із достатньою точністю оцінити поточні та стратегічні можливості підприємства. Аналітичну роботу можна поділити на два блоки: аналіз фінансових результатів та рентабельності та аналіз фінансового стану підприємства.

Аналіз фінансових результатів підприємства здійснюється за такими основними напрямками: аналіз та оцінка рівня і динаміки показників прибутковості, факторний аналіз прибутку від реалізації продукції, робіт, послуг; аналіз фінансових результатів від іншої реалізації, позареалізаційної та фінансової інвестиційної діяльності; аналіз та оцінка використання чистого прибутку; аналіз взаємозв'язку витрат, обсягів виробництва продукції та прибутку; аналіз взаємозв'язку прибутку, руху оборотного капіталу та грошових потоків; аналіз та оцінка впливу інфляції на фінансові результати; факторний аналіз показників рентабельності.

Кінцевим моментом аналітичної діяльності є розробка аналітичних програм, що виступають вихідним моментом, передумовою планування виробництва, оскільки вони мають можливість визначити оптимальну структуру (номенклатуру, асортимент та ефективність виробництва).

Важлива особливість аналізу як системи внутрішнього виробничого управління полягає в тому, що вона заснована на прийнятті рішень на базі багатоваріантних економічних розрахунків і орієнтована на

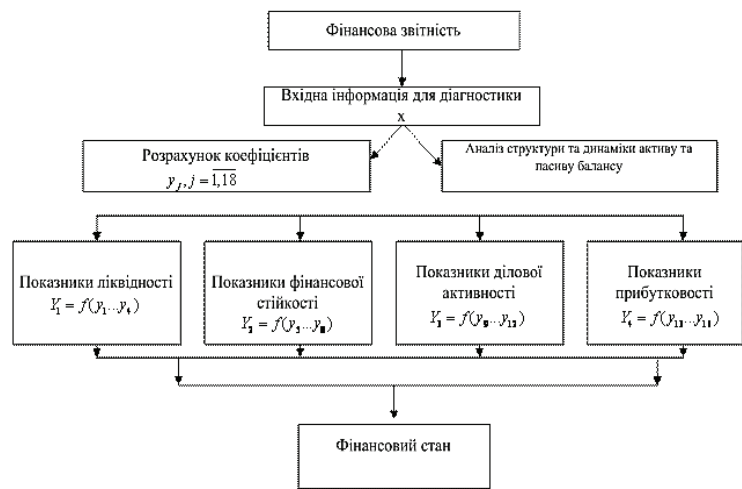


Рис. 1. Схема економіко-статистичного аналізу фінансового стану підприємства

створення організаційних, економічних та юридичних умов для ефективного функціонування та розвитку підприємства в цілому.

У статті пропонується з метою всебічної комплексної оцінки фінансового стану підприємств здійснювати аналіз не одного окремого підприємства, а у порівнянні з іншими – підприємствами однієї галузі, або конкурентами, лідерами ринку, тощо. У цьому разі дослідник матиме не тільки абсолютну оцінку фінансового стану, але і порівнювану оцінку, яка дозволить реально оцінити стан підприємства на ринку (у галузі) і задати, можливо, вектор розвитку. Узагальнено етапи аналізу, засоби для їх реалізації та результати наведені у таблиці 1.

На першому етапі оцінки фінансового стану здійснюється економіко-статистичний аналіз діяльності підприємства, метою якого є здійснення початкової

Таблиця 1

Етапи комплексної оцінки фінансового стану підприємства

№ етапу	Назва етапу	Мета етапу	Вихідні дані	Засоби моделювання	Результати етапу
1	Економіко-статистичний аналіз	Здійснити початкову оцінку фінансового стану підприємства	Дані статистичної звітності (форма 1, форма 2)	Програма «Фінансист»	Вертикальний і горизонтальний аналіз звітності; баланс ліквідності; розрахункові значення 47 коефіцієнтів оцінки фінансового стану
2	Багатовимірний статистичний аналіз	Здійснити порівняльну оцінку фінансового стану підприємств	47 коефіцієнтів оцінки фінансового стану	Табличний редактор Excel; метод таксономії	Інтегральні оцінки фінансового стану множини досліджуваних підприємств
3	Формування простору ознак	Вибір показників, що найбільше впливають на фінансовий стан підприємства	47 коефіцієнтів оцінки фінансового стану множини досліджуваних підприємств	Методи експертного оцінювання; програма Expert Choice	Зважування та ранжування коефіцієнтів, вибір найбільш вагомих коефіцієнтів
				Методи кореляційного аналізу; програма STATISTICA	Вибір найбільш впливових по кореляційним зв'язкам коефіцієнтів
4	Побудова економічних моделей оцінки фінансового стану	Побудова функції залежності інтегральної оцінки фінансового стану від часткових фінансових коефіцієнтів	Найбільш значущі часткові коефіцієнти оцінки фінансового стану; інтегральні оцінки фінансового стану	Методи кореляційного аналізу; програма STATISTICA	Функція залежності інтегральної оцінки від часткових коефіцієнтів; оцінки її адекватності
5	Прогнозування фінансового стану	Дати прогноз оцінку фінансового стану підприємства при зміні факторів впливу	Функція залежності інтегральної оцінки фінансового стану від часткових фінансових коефіцієнтів	Програма STATISTICA	Прогнозна оцінка інтегрального показника оцінки фінансового стану підприємства

оцінки стану підприємства на основі даних статистичної звітності з використанням програми «Фінанс-тест» (рис. 1).

У результаті розрахунків отримуємо множину показників, що характеризують ліквідність, ділову активність, прибутковість та фінансову стійкість підприємства. Окрім цього, розраховуються абсолютні та відносні відхилення за основними статтями активу і пасиву балансу, а також зміни у структурі валюти балансу за аналізований період.

На другому етапі здійснюється порівняльна оцінка фінансового стану досліджуваного підприємства з іншими підприємствами галузі (регіону, ринку). Для цього використовується метод таксономії [7], який дозволяє упорядковувати досліджувані об'єкти, що характеризуються множиною ознак. Метод таксономії – один з найперших методів дослідження багатовимірних об'єктів, запропонований З. Хельвегом. Таксономічний показник рівня розвитку представляє собою синтетичну величину, «рівнодіючу» усім ознакам, які характеризують досліджувані об'єкти.

Розрахунок інтегральної оцінки фінансового стану досліджуваних підприємств здійснюємо за наступними групами показників:

- показники ліквідності (12 показників);
- показники ділової активності (14 показників);
- показники фінансової стійкості (12 показників);
- показники прибутковості (9 показників).

Інтегральна оцінка фінансового стану n -го підприємства за декілька періодів розраховується за наступною схемою (рис. 2):

Сутність методу таксономії зводиться до наступних кроків [7]:

Крок 1. Стандартизація показників.

Крок 2. Диференціація показників і побудова точки «еталону».

Крок 3. Розрахунок матриці відстаней.

Крок 4. Розрахунок інтегрального показника фінансового стану.

На третьому етапі комплексного дослідження здійснюється звуження простору ознак для оцінки фінансового стану, тобто вибір із множини відносних коефіцієнтів тих, що найбільше впливають на фінансовий стан підприємства. Для реалізації поставлено-го завдання пропонується використати метод аналізу



Рис. 2. Схема виконання порівняльної оцінки фінансового стану підприємств

ієрархій на результатах експертного оцінювання та кореляційно-регресійний аналіз. Порівняння результатів вказаних двох методів дозволить визначити найбільш вагомі показники.

Використання методу аналізу ієрархій на результатах експертного оцінювання передбачає виконання наступних кроків [3]:

Крок 1. Розробка анкет та їх заповнення експертами.

Крок 2. Обробка експертних оцінок у програмі Expert Choice.

Крок 3. Оцінка узгодженості думок експертів.

Крок 4. Ранжування коефіцієнтів відповідно до їх вагових коефіцієнтів.

Крок 5. Вибір найбільш вагомих коефіцієнтів.

Використання кореляційно-регресійного аналізу передбачає виконання розрахунок коефіцієнтів парних кореляцій між 47 вихідними коефіцієнтами та інтегральною оцінкою фінансового стану підприємства [3-4; 6]. Показники, що не корелюють з інтегральною оцінкою, виключаються із розгляду, і таким чином множина показників для аналізу звужується. Розрахунки коефіцієнтів кореляції можна здійснювати вручну або з використанням табличного редактора Excel, але зручнішим для цього є відповідний модуль спеціальної програми STATISTICA.

У результаті третього етапу, таким чином, здійснюється ранжування показників оцінки фінансового стану, їх зважування, оцінюється узгодженість думок експертів, обираються найбільш вагомі показники та обираються ті, показники, що мають найбільший вплив на фінансовий стан підприємства.

Четвертий етап передбачає побудову економетричних залежностей між обраними вихідними коефіцієнтами та інтегральною оцінкою фінансового стану підприємства. Реалізація етапу також здійснюється в програмі STATISTICA. Для цього необхідно виконати наступні кроки [3-4]: проаналізувати наявність мультиколінеарності між множиною коефіцієнтів оцінки фінансового стану; виключити взаємозалежні показники; побудувати економетричну модель залежності інтегральної оцінки фінансового стану від часткових фінансових коефіцієнтів; оцінити адекватність та статистичну значущість побудованої моделі.

Оскільки досліджувані показники з множини $\{x_j^n\}$ у своїй більшості дуже тісно пов'язані між собою, то виникає необхідність перевірки побудованої економетричної моделі на наявність мультиколінеарності, що можливо зробити, застосувавши ряд методів: аналіз кореляційної матриці між незалежними змінними моделі; метод максимальної спряженості; міра Неймана-Голдштейна та інші [6]. Наявність мультиколінеарності в моделі є негативним явищем, що може призвести до зниження точності оцінювання моделі, неможливості введення нових змінних, надмірної чутливості оцінок коефіцієнтів моделі до вибірових даних та ін. Тому потрібно уникати мультиколінеарності в моделі. Це можна зробити, видаливши з моделі незалежні фактори, які мають сильний вплив на інші незалежні змінні, застосувавши метод головних компонент або використавши метод гребеневої регресії з отриманням ридж-оцінок [3].

Після виключення мультиколінеарних факторів здійснюється оцінка адекватності та статистичної значущості моделі. Для оцінки підбраної економетричної моделі та

ступеню її адекватності реальному економічному процесу використовують [3-4; 6]; коефіцієнт множинної кореляції R , що показує сукупний вплив незалежних факторів на залежний $R \in [0;1]$, чим ближче значення до 1, тим суттєвіший вплив факторів; коефіцієнт детермінації R^2 вказує на відповідність рівняння регресії реальному економічному процесу, $R^2 \in [0;1]$ і чим ближче до 1, тим краще підібрана модель для опису конкретного економічного явища; статистичну значущість моделі в цілому оцінюють за допомогою критерію Фішера $F(m, n - m - 1)$ зі степенями свободи m (кількість незалежних факторів) та $(n - m - 1)$, де n – кількість спостережень, шляхом порівняння розрахункового й табличного його значення; статистичну значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі оцінюють за допомогою критерію Ст'юдента t_{α} , розрахункові значення якого повинні перевищувати табличні.

Аналіз адекватності моделі дає підстави приймати рішення про відповідність її реальному економічному процесу, що досліджується, та робити висновок про можливість використання рівняння регресії для прогнозування показників, що і здійснюється на п'ятому етапі моделювання. Метою даного етапу є прогнозна оцінка фінансового стану підприємства при зміні факторів впливу на основі побудованої функції залежності інтегральної оцінки фінансового стану від часткових фінансових коефіцієнтів. Реалізація етапу також здійснюється в програмі STATISTICA.

Реалізація запропонованої методики дослідження фінансового стану здійснена на прикладі дев'яти машинобудівних підприємств України за два періоди. За даними фінансової звітності даних підприємств були розраховані часткові та інтегральні показники оцінки фінансового стану. Результати розрахунків інтегрального показника фінансового стану наведені у таблиці 2.

Таблиця 2
Результати застосування методу таксономії для оцінки фінансового стану підприємств

Підприємство	1-й рік		2-й рік	
	I=	Рейтинг по ФС	I=	Рейтинг по ФС
ПрАТ «Калузький завод будівельних машин»	0,441	1	0,509	1
ВАТ «Куп'янський машинобудівний завод»	0,094	7	0,174	7
ПрАТ «Харківський електротехнічний завод Трансв'язок»	0,194	5	0,205	5
ВАТ «Дергачівський завод турбокомпресорів»	0,144	6	0,134	8
АТЗТ «Харківський машинобудівний завод «Червоний Жовтень»	0,365	2	0,401	2
ВАТ «Червоноармійський машинобудівний завод»	0,093	8	0,089	9
ВАТ «Золотоношський машинобудівний завод ім. ЛЕПСЕ»	0,222	4	0,205	6
ВАТ «Тарбоатом»	0,235	3	0,281	3
ВАТ «Харківський електротехнічний завод «Електромаш»	0,194	5	0,245	4

Розраховані інтегральні оцінки фінансового стану підприємств дозволяють порівняти досліджувані підприємства між собою.

Результати експертного оцінювання показників за групами дають змогу обрати найбільш вагомих для оцінки фінансового стану показників на основі розрахованих вагових коефіцієнтів. Приклад такого оцінювання першого рівня ієрархії – груп показників – наведений на рисунку 3.



Рис. 3. Результати зважування груп показників оцінки фінансового стану підприємств в Expert Choice

Зважування другого рівня ієрархії – фінансових показників – дозволило виділити найбільш вагомі з них, що наведені у таблиці 3.

Таблиця 3

Основні показники-індикатори фінансового стану підприємств

Група показників	Позначення	Назва показника
Показники ліквідності	x2	Коефіцієнт швидкої ліквідності
	x4	Коефіцієнт покриття
	x6	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами
	x11	Частка власних оборотних коштів у покритті запасів
	x12	Співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості
Показники ділової активності	x17	Оборотність активів
Показники прибутковості	x39	Рентабельність продажу, %
	x40	Рентабельність виробництва (основної діяльності), %
	x41	Рентабельність сумарного капіталу, %
	x43	Рентабельність оборотного капіталу, %
	x46	Показник валового доходу, %
	x47	Показник чистого прибутку, %

Паралельно оцінюємо тісноту зв'язку між інтегральною оцінкою фінансового стану та множиною часткових фінансових коефіцієнтів за допомогою коефіцієнтів кореляції (табл. 4).

На наступному етапі виключаємо взаємозалежні показники на основі аналізу матриці парних кореляцій (табл. 5).

Із розгляду виключаємо показники, що мають високу кореляцію (більше 0,6), і будуємо залежність від решти:

$$I = 0.249 + 0.0347 * x4 + 0.0635 * x11 + 0.072 * x17$$

Побудувавши економетричну модель залежності інтегральної оцінки фінансового стану від часткових фінансових коефіцієнтів, оцінюємо адекватність та статистичну значущість побудованої моделі.

Таблиця 4

Результати кореляційного аналізу впливу часткових фінансових показників на інтегральну оцінку фінансового стану

Фактор впливу	Коефіцієнт кореляції з I	Фактор впливу	Коефіцієнт кореляції з I	Фактор впливу	Коефіцієнт кореляції з I	Фактор впливу	Коефіцієнт кореляції з I
x1	0,65	x13	-0,02	x25	0,61	x37	-0,43
x2	0,83	x14	0,55	x26	0,44	x38	-0,12
x3	0,62	x15	-0,53	x27	-0,57	x39	0,68
x4	0,73	x16	-0,66	x28	0,10	x40	0,68
x5	0,10	x17	0,73	x29	0,57	x41	0,90
x6	0,73	x18	0,33	x30	-0,44	x42	0,02
x7	0,18	x19	0,51	x31	-0,43	x43	0,88
x8	0,55	x20	-0,01	x32	-0,04	x44	0,06
x9	0,05	x21	-0,17	x33	0,57	x45	-0,47
x10	0,30	x22	-0,25	x34	-0,04	x46	0,75
x11	0,68	x23	-0,04	x35	-0,01	x47	0,76
x12	0,84	x24	0,08	x36	0,29		

Таблиця 5

Матриця парних кореляцій між факторними ознаками

Correlations (Исходные данные для корреляц-анализа) Marked correlations are significant at $p < ,05000$ N=9 (Casewise deletion of missing data)												
Variable	x2	x4	x6	x11	x12	x17	x39	x40	x41	x43	x46	x47
x2	1,00	0,69	0,69	0,44	0,91	0,62	0,73	0,75	0,73	0,76	0,56	0,72
x4	0,69	1,00	1,00	0,47	0,91	0,45	0,26	0,28	0,69	0,43	0,30	0,29
x6	0,69	1,00	1,00	0,47	0,91	0,45	0,26	0,28	0,69	0,43	0,30	0,29
x11	0,44	0,47	0,47	1,00	0,41	0,15	0,71	0,71	0,82	0,64	0,85	0,71
x12	0,91	0,91	0,91	0,41	1,00	0,61	0,50	0,51	0,74	0,62	0,43	0,52
x17	0,62	0,45	0,45	0,15	0,61	1,00	0,35	0,32	0,56	0,76	0,30	0,44
x39	0,73	0,26	0,26	0,71	0,50	0,35	1,00	0,99	0,74	0,83	0,90	0,98
x40	0,75	0,28	0,28	0,71	0,51	0,32	0,99	1,00	0,71	0,80	0,89	0,96
x41	0,73	0,69	0,69	0,82	0,74	0,56	0,74	0,71	1,00	0,88	0,78	0,78
x43	0,76	0,43	0,43	0,64	0,62	0,76	0,83	0,80	0,88	1,00	0,79	0,88
x46	0,56	0,30	0,30	0,85	0,43	0,30	0,90	0,89	0,78	0,79	1,00	0,94
x47	0,72	0,29	0,29	0,71	0,52	0,44	0,98	0,96	0,78	0,88	0,94	1,00

Критерії адекватності побудованої залежності наведені у таблиці 6.

Таблиця 6

Критерії адекватності залежності інтегральної оцінки фінансового стану від часткових фінансових коефіцієнтів

Назва критерію	Отримане значення	Нормативне значення
Коефіцієнт множинної кореляції	0,96	Близький до 1
Коефіцієнт детермінації	0,92	Більше 0,75
Скоригований коефіцієнт детермінації	0,87	Більше 0,75
Критерій Фішера	19,97	Більше табличного 7,85
Рівень значущості критерія Фішера	0,00326	Менше 0,05

За наведеними критеріями робимо висновок про адекватність та статистичну значущість побудованої моделі. У цьому випадку її можна використовувати для прогнозування та моделювання результатів прийняття управлінських рішень, що відповідає етапу 5 запропонованого модельного комплексу.

Висновки та пропозиції. Таким чином, у статті запропоновано 5-ти ступеневий алгоритм оцінки фінансового стану підприємства, базою якого є сучасні економіко-математичні методи та пакети при-

кладних програм. У результаті застосування даного алгоритму фінансовий аналітик не лише отримає абсолютну оцінку фінансового стану конкретного підприємства, а й порівняльну оцінку з іншими підприємствами галузі або регіону. Даний підхід дозволяє поєднувати у собі і точні статистичні методи, такі як методи дослідження кореляційного зв'язку, що опираються на точні статистичні дані, і методи експертного оцінювання, що дозволяють враховувати думки досвідчених експертів – фахівців в певній галузі дослідження. Використання запропонованого модельного базису для оцінки фінансового стану підприємств дозволить значно спростити процедуру аналізу, і результати його застосування дадуть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо управління діяльністю підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. К.: Ника-Центр, Эльга, 2004 – 720 с.
2. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту // Пер. з англ. – К.: Молодь, 1997. – 1000 с.
3. Дрейлер Н., Смит Г. Прикладной регрессионный анализ. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 486 с.
4. Класс А., Гергели К., Колек Ю., Шуян И. Введение в эконометрическое моделирование. – М., 1975. – 742 с.
5. Лукіна Ю.В. Формування та реалізація стратегії управління фінансами підприємства // Фінанси України. – 2006. – № 3. – С. 113–118.
6. Наконечний С.І., Терещенко Т.О., Водзянова Н.К., Роскач О.С. Практикум з економітриї: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 176 с.
7. Плютю В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / Пер. с пол. В.В. Иванова; Науч. ред. В. М. Жуковской. – М.: Статистика, 1980. – 151 с.
8. Темчишина Ю.Л. Результати діяльності підприємства як об'єкт управління // Регіональні перспективи. – 2003. – № 2-3(27-28). – С. 42–45.
9. Терещенко С.І. Моделі оцінки платоспроможності підприємств. // Фінанси України. – 2001. – № 7. – С. 69–74.
10. Фінансова діяльність підприємства: Підручник / Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.І., Петрова К.Я. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Либідь, 2003. – 268 с.
11. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. / С.Я. Салига, Н.В. Даций, С.О. Корецька, Н.В. Нестеренко, К.С. Салига. – К.: ЦНЛ, 2006.
12. Чмутова В.П. Методические подходы к статистической оценке финансовых результатов деятельности предприятия: Научный журнал. – Х.: ХДЕУ // Вісник № 1(17). – Х., 2001. – С. 66–69.

УДК 339.137.22/.25.003.12:621

Квятковська Л.А.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки**Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського***Куліничев П.К.***старший викладач кафедри економіки**Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена розробці моделі оцінювання конкурентної позиції підприємства при визначенні параметрів його конкурентоспроможності, визначено основні вимоги до формування та використання моделі у машинобудівній галузі. Визначено зміст категорії «конкурентна позиція підприємства» як комплексної характеристики стану підприємства у конкурентному середовищі, яка формується внаслідок діалектичної форми існування конкурентних відносин. Проаналізовано специфіку виміру, оцінки й аналізу конкурентної позиції підприємства. В рамках дослідження визначені багатофункціональні залежності між чинниками формування конкурентної позиції факторами впливу на забезпечення конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентна позиція, SWOT-аналіз, методика комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства, ситуаційний аналіз, внутрішні та зовнішні переваги, інтегральний показник.

Kviatkovska L.A., Kulinichev P.K. ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена разработке модели оценки конкурентной позиции предприятия при определении параметров его конкурентоспособности, определены основные требования к формированию и использованию модели в машиностроении. Определено содержание категории «конкурентная позиция предприятия» как комплексной характеристики состояния предприятия в конкурентной среде, которая формируется в результате диалектической формы существования конкурентных отношений. Проанализирована специфика измерения, оценки и анализа конкурентной позиции предприятия. В рамках исследования определены многофункциональные зависимости между факторами формирования конкурентной позиции и факторами влияния на обеспечение конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентная позиция, SWOT-анализ, методика комплексной оценки конкурентоспособности предприятия, ситуационный анализ, внутренние и внешние преимущества, интегральный показатель.

Kviatkovska L.A., Kulinichev P.K. FORMATION OF EVALUATION MODEL OF ENGINEERING ENTERPRISE COMPETITIVE POSITION

The article deals with the development of a competitive position evaluation model of the enterprise in determining the parameters of its competitiveness; the main requirements for the formation and use of model in engineering industry has been defined. The content of category «competitive position of the enterprise» as a comprehensive description of the enterprise status in a competitive environment which is formed in the result of a dialectical form of existence of competitive relations has been studied. It has been analyzed the specificity of measurement, evaluation and analysis of the competitive position of the enterprise. In the study it has been identified the multifunction dependences between the factors of the formation of the competitive position and impacts factors for competitiveness provision.

Keywords: competitiveness, competitive position, SWOT-analysis method of comprehensive evaluation of enterprise competitiveness, situational analysis, internal and external benefits, integral index.

Постановка проблеми. Конкурентні відносини є невід'ємною частиною функціонування вітчизняної економіки. Посилення конкуренції між підприємствами і виробленою ними продукцією займає важливе місце серед інших економічних проблем. Необхідність адаптації підприємства до зовнішніх умов, посилення конкурентної боротьби, з одного боку, висока швидкість старіння ринкової інформації, з другого, визначають необхідність формування нових наукових підходів до виміру та оцінки конкурентоспроможності підприємства, до повного використання потенціалів підприємств, зокрема конкурентного. Дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає з'ясування певного кола вимірювачів, що пропонуються в сучасній економічній теорії та практиці. Аналіз літературних джерел з даного питання показав, що сьогодні існує безліч різноманітних позицій й точок зору відносно положень щодо вимірювання конкурентоспроможності підприємства. Для реалізації поточної та перспективної ефективної діяльності підприємства, перш за все, необхідно визначити та адекватно оцінити його конкурентні позиції. Тому розробка методики оцінювання конкурентних позицій підприємства на основі дослідження основних

сфер його діяльності з використанням економіко-математичних методів дослідження має особливу актуальність. У цьому контексті важливого значення набувають методичні засади чисельного оцінювання ринкових позицій підприємства, які акумулюють в собі експертні вагові оцінки та нормативні оцінки факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування конкурентного середовища та забезпечення конкурентоспроможності підприємств досліджено в роботах таких економістів, як І. Ансофф, А. Маршалл [3], М. Портер [1], Д. Ріккардо, Дж. Робінсон [2], А. Сміт, Ф. Хайск, Г. Азоев [4], А. Воронкова [9], Ю. Гарачук [5], А. Жамойда [6], В. Обремчук, І. Отенко [10], С. Савчук, Р. Фатхутдінов [7] та ін.

М. Портер пропонував оцінювати конкурентів за такими параметрами [1, с. 324]: фінансові цілі; відношення до ризику; цінності організації; системи контролю та стимулювання; організаційна структура; система бухгалтерського обліку; типи вищих керівників та стиль їхнього управління; уявлення про шляхи розвитку фірми; склад ради директорів; обмеження з боку держави та зобов'язання фірми, що зменшують свободу вибору рішень і поведінки.

Дж. Робінсон у роботі «Економічна теорія недосконалої конкуренції» досліджувала механізми ринкової конкуренції, монополізації ринку, нових «правил гри» в системі приватного підприємництва та фактично визнала наявність монополій і монополістичних фірм [2, с. 198].

А. Маршалл, розглядаючи закономірності формування попиту, пропозицій і ціни, висунув ряд нових підходів, що міцно увійшли до арсеналу політекономії і відокремили в ній теорію попиту, пропозиції, рівноваги і прибутку. А. Маршалл більш послідовно та повно обґрунтував механізм автоматичного встановлення рівноваги на ринку за допомогою досконалої (чистої) конкуренції та дії законів граничної корисності, граничної продуктивності, ввів поняття еластичності попиту, виділив три періоди рівноваги попиту і пропозиції [3, с. 218].

Г. Азоєв приділив увагу питанням формування конкурентних переваг конкурентної стратегії підприємств у конкретних економічних умовах. Під конкурентцією він розуміє суперництво в будь-якій сфері діяльності між окремими юридичними чи фізичними особами в досягненні однієї мети [4, с. 117].

Ю. Гарачук [5, с. 62] розглядає конкурентоспроможності організації як комплексну порівняльну характеристику, яка відображає рівень переваги сукупності оцінних показників діяльності, що обумовлюють успіх підприємства на певному сегменті ринку за певний проміжок часу відносно сукупності показників конкурентів. Дане трактування наголошує на тому, що конкурентоспроможність організації є відносним показником і визначається тільки відносно підприємств, які належать до однієї галузі (займаються одним і тим самим видом діяльності) і виробляють (реалізують) аналогічні товари (товари-субститути).

А. Жамойда [6, с. 114] визначив, що головним концептуальним положенням є те, що конкурентоспроможність підприємства визначається через конкурентоспроможність продукції, бо саме продукція реалізується на ринку і забезпечує підприємству прибуток, якщо витрати виробництва нижче ціни.

Якщо на ринку конкурують кілька підприємств, що випускають однорідну або конструктивно-подібну продукцію і після закінчення певного періоду часу ділять обсяг продажів (ринку цієї продукції) в певній пропорції, то всі вони конкурентоспроможні, але тільки рівень конкурентоспроможності різний, який визначається наявністю і ступенем використання конкурентних переваг.

А. Фатхутдінов [7, с. 134] пропонує визначати конкурентоспроможність: 1) як середньозважену величину показників конкурентоспроможності товарів

на конкретних ринках; 2) окремо аналізувати ефективність діяльності організації, виходячи з конкурентоспроможності й ефективності кожного товару на конкретному ринку; 3) окремо розраховувати показник стійкості функціонування організації; 4) прогнозувати перераховані показники мінімум на п'ять років. Такі методики оцінки конкурентоспроможності підприємств є досить актуальними, однак недоліком є складність

Однак слід зазначити, що виконані дослідження та розробки не завжди можуть бути ефективним інструментом при прийнятті управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств на зовнішніх і внутрішніх ринках.

Постановка завдання. Необхідність розробки проблемних питань оцінювання конкурентних позицій підприємства на основі методів економічного і математичного моделювання з урахуванням особливостей ринкового середовища, в якому працюють підприємства певної галузі, визначають мету і завдання цієї статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні далеко не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть маючи конкурентоспроможну продукцію, деякі підприємства не можуть реалізувати цю перевагу через відсутність практики використання всього комплексу засобів конкурентної боротьби: цінової політики, ефективних методів стимулювання, створення позитивного іміджу тощо. За таких умов підприємствам необхідно правильно оцінити ринкове середовище та власні можливості щодо забезпечення необхідного рівня конкурентоспроможності. Визначення власної конкурентної позиції являє собою вихідну дію конкурентного аналізу. Для визначення конкурентної позиції використовуються кількісні характеристики і, зокрема, статистичні показники.

Сучасна економічна наука виділяє кілька ступенів конкурентної позиції: домінуюча, сильна, сприятлива, надійна, слабка, нежиттєздатна. Звичайно, поділ це носить певною мірою умовний характер і межі між позиціями в достатній мірі розпливчасті. Домінуючою вважається конкурентна позиція, що забезпечує можливість впливу на ринок в цілому, де підприємство займає більшу частину ринку. Сильна позиція полягає в можливості диктувати свої умови ринку і впливати на конкурентне середовище. Сприятлива конкурентна позиція створює передумови отримання вигідних умов реалізації власної продукції, є можливістю розширення ринку. Надійною можна вважати позицію, забезпечену товарними і фінансовими ресурсами і стійку до коливань ринку.

Таблиця 1

Основні виробники продукції вантажного вагонобудування в Україні

Підприємство	Сильні сторони	Слабкі сторони	Напрямок розвитку
ПАТ «КВБЗ»	Повний виробничий цикл, наявність виробництва вантажних та пасажирських вагонів одночасно, потужна база для створення нових моделей вагонів	Відсутність власного вагонного литва	Розвиток напрямку пасажирського вагонобудування, створення нового покоління вантажних вагонів
ВАТ «Азовзагальмаш»	Лідер галузі вантажного вагонобудування України, повний виробничий цикл виробництва, власна сировинна та випробувальна база	Вагонобудування не є єдиним напрямком розвитку підприємства, пріоритет для розвитку інших напрямків	Нарощування потужностей виробництва вагонного литва, створення типових ліній виробництва вагонів
ВАТ «Стаханівський вагонобудівний завод»	Повний виробничий цикл	Відсутність власного вагонного литва	Нарощення промислових потужностей
ВАТ «Дніпровагонмаш»	Повний виробничий цикл	Відсутність власного вагонного литва	Нарощення промислових потужностей

Слабка позиція в конкуренції – звичайно невелика частка ринку, що має, до того ж, тенденцію до скорочення через відсутність конкурентоспроможного товару і надійного способу дистрибуції. І нарешті, нежиттєздатну позицію представляє підприємство, яке недостатньо забезпечене ресурсами і не має можливості розширювати торгово-збутову діяльність.

Пропонується визначити конкурентну позицію як економічну категорію наступним чином: конкурентна позиція комплексна характеристика стану підприємства у конкурентному середовищі, яка формується внаслідок діалектичної форми існування конкурентних відносин; це сукупність керованих, динамічних чинників, які постійно і безпосередньо впливають на життєдіяльність підприємства та, в свою чергу, визначають стійкість його позиції на ринку. Оцінка конкурентної позиції потребує проведення постійного моніторингу конкурентних переваг, їх характеру, ефективності та стійкості і здійснення порівняльного аналізу з підприємствами-конкурентами.

Враховуючи місію, цілі, стан макро-, мікро- та внутрішнього середовища підприємства, вважаємо доцільним на початковому етапі оцінки конкурентної позиції підприємства проведення SWOT-аналізу, що дозволить виявити сильні і слабкі сторони, загрози і можливості для підприємства. Розглянемо оцінювання конкурентної позиції за допомогою методів економіко-математичного моделювання на прикладі конкретного підприємства машинобудівної галузі – ПАТ «Кременчуцький вагонобудівний завод» (ПАТ «КВБЗ»). Для оцінювання конкурентних переваг підприємства обирається невелика кількість кон-

курентів, які найістотніше впливають на ринкове позиціонування (табл. 1).

На наступних етапах виконання такого аналізу порівнюють чинники внутрішнього середовища, які впливають на успіх ринкової діяльності підприємства. До типового переліку чинників зараховують [8, с. 216]: імідж підприємства, можливості менеджменту, фінансове положення, нерухомисть, місце знаходження, організування збуту, якість продуктів праці, продуктової лінії, ціноутворення, система дистрибуції, швидкість і надійність поставок, сервіс, ефективність діяльності тощо. Цей перелік рекомендується змінювати і доповнювати з урахуванням специфіки діяльності та ринків збуту підприємства. За кожним виокремленим чинником визначається відносна важливість і здійснюється їхнє ранжування (табл. 2).

ПАТ «КВБЗ» досягло найбільшого в Україні рівня конкурентоспроможності завдяки використанню стратегії фокусування на базі диференціації продукції.

Таким чином, дані таблиці 1 свідчать, що конкурентоспроможність ПАТ «КВБЗ» спрямована на утримання досягнутих результатів на ринку збуту вантажних вагонів за рахунок постійних удосконалень власних моделей та пошуку специфічних ніш ринку і створення під них необхідних моделей вагонів.

Результати оцінювання демонструють стан досліджуваного підприємства порівняно з конкурентом загалом та за кожним фактором успіху. За результатами аналізування отриманої інформації є можливість формування таблиці SWOT-аналізу підприємства в розрізі конкурентів. Застосування SWOT-аналізу

Таблиця 2

Матриця SWOT-аналізу конкурентоспроможності ПАТ «КВБЗ»

Фактори зовнішнього середовища	Можливості	Загрози
Внутрішні фактори	1. Великий попит на вантажні вагони на ринку СНД. 2. Наявність стандарту «1540» на території СНД (специфічна ширина колії). 3. Вихід на нові ринки або сегменти існуючого ринку з новими типами вагонів та модифікаціями. 1. Протекціоністські заходи країн-імпортерів. 2. Виробництво конкурентами вантажних вагонів-аналогів. 3. Недостатня платоспроможність попиту держзакупівель України. 4. Поступове зменшення попиту на вагони зі сторони Росії (основного імпортера).	1. Протекціоністські заходи країн-імпортерів. 2. Виробництво конкурентами вантажних вагонів-аналогів. 3. Недостатня платоспроможність попиту держзакупівель України. 4. Поступове зменшення попиту на вагони зі сторони Росії (основного імпортера)
Сильні сторони	Поле «Сильні сторони і можливості (СИМ)»	Поле «Сильні сторони і загрози (СІЗ)»
1. Висока надійність, інноваційні рішення, вантажопідйомність вагонів за гнучкими цінами 2. Висока кваліфікація робітників 3. Сертифікат відповідності системи управління якістю вимогам стандарту ISO 9001:2011. 4. Перспективні конструкторські розробки 5. Репутація підприємства	В умовах максимальної ємності ринку збільшити обсяг виробництва високоякісних вагонів за гнучкими цінами: <ul style="list-style-type: none"> активна роль маркетингу; кваліфіковане керівництво; позиціонування перспективних моделей вагонів. З метою подолання вхідних бар'єрів – відповідність вагонів – стандартам відповідних країн	Появи на ринку вагонів-аналогів протиставити: <ul style="list-style-type: none"> переваги у споживчих та вартісних характеристиках; розробка нових моделей з індивідуальними характеристиками; активізація рекламної діяльності; репутація підприємства і наявність сертифікату ISO 9001:2011; відсутність коштів у споживачів – продаж до лізингових компаній
Слабкі сторони	Поле «Слабкі сторони і можливості (СЛМ)»	Поле «Слабкі сторони і загрози (СЛЗ)»
1. Недостатня потужність виробництва 2. Технологічна обмеженість виробництва 3. Старіння колективу 4. Залежність від постачальників сировини та комплектуючих	Реалізація вагонів на максимумі потужностей дозволить: <ul style="list-style-type: none"> розвивати інфраструктуру збуту і дилерську мережу; ліквідувати дефіцит оборотних коштів і підвищити прибутковість; сприяти оновленню устаткування та удосконаленню технології виробництва, збільшити потужності; підвищити заробітну плату та залучити молодь 	Найбільшу небезпеку становлять: <ul style="list-style-type: none"> поступове зменшення попиту на вантажні вагони в Росії; виробництво конкурентами вантажних вагонів та їх активна робота на ринку (рекламування, гнучка цінова політика); створення на підприємствах – конкурентах виробництва власного литва

дає змогу оцінити власний продуктивний профіль як на поточний рік, так і на стратегічну перспективу. Для оцінювання конкурентоспроможності за кожною асортиментною групою визначаються її основні характеристики і вигоди. Аналогічна процедура проводиться для товарів конкурентів. Для принципово нового товару досліджується відповідність до інноваційних технологій. Виокремленні властивості та характеристики власного товару порівнюються з конкурентним. За кожною асортиментною групою складається відповідна таблиця чи матриця SWOT. За результатами виконаного дослідження можливостей методик SWOT-аналізу виявлено його значення та функції в системі конкурентного управління підприємства, зокрема створення актуальної бази даних про зміни в бізнес-середовищі, завчасне попередження менеджменту про можливі події та ситуації; формування джерела розроблення прогнозів; оцінювання перспектив розвитку бізнесу; надання загальної «картини» економічної ситуації; вибір оптимальних управлінських рішень; оптимізація розподілу ресурсів тощо [9, с. 175].

Результати SWOT-аналізу є підставою для формування комплексу дій, які слід враховувати при розробці концептуальних положень формування моделі оцінки розвитку конкурентної позиції машинобудівного підприємства, а саме [10, с. 98]:

1. Врахування викликів середовища функціонування. Передбачає врахування в моделі розвитку конкурентної позиції підприємства динамічної зміни економічних, науково-технічних, політико-правових, соціальних, міжнародних умов діяльності, що провокують необхідність здійснення організаційних змін для утримання існуючих конкурентних позицій чи завоювання нових.

2. Цілеспрямоване формування ринкових позицій підприємства у конкретних просторово-часових умовах. Йдеться про необхідність розроблення стратегії і тактики створення та розвитку конкурентних переваг на відповідному ринку впродовж певного періоду.

3. Діагностика перспектив розвитку конкурентів підприємства. Передбачає оцінювання конкурентів за переліком параметрів та визначення потенціалу їхнього розвитку з метою аналізування потенційних загроз та шансів функціонування у конкурентному середовищі.

4. Прогнозування кон'юнктури ринку. Пов'язано із оцінюванням основних ринкових параметрів (попиту, пропозиції, цінового фактора, інфляційних очікувань), що впливають надалі на конкурентоспроможність підприємств.

5. Визначення переліку ключових факторів, які у майбутньому визначатимуть рівень конкурентної позиції підприємства. Передбачається здійснення перспективної діагностики чинників середовища функціонування, зміни їхньої пріоритетності в сфері формування конкурентоспроможності, вагомості, сили впливу.

6. Оцінювання потенційних ризиків, які можуть погіршити ринкові позиції підприємства.

7. Врахування взаємозв'язків між усіма сферами та напрямками діяльності організації під час досягнення конкурентних позицій. Базується на застосуванні системного підходу, тобто врахуванні усіх елементів системи організації, а також взаємозв'язків та взаємовпливів.

8. Визначення переліку конкретних способів підвищення конкурентоспроможності підприємства з метою укріплення конкурентної позиції на визначеному ринку. Йдеться про обґрунтування методів формування чи розвитку конкурентних переваг за

рахунок маркетингових комунікацій, якісних, економічних чи економічних параметрів продукції, модернізації існуючих чи впровадження сучасних інноваційних технологій тощо.

Модель оцінювання конкурентної позиції підприємства базується на використанні методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства та реалізується у виявленні наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності використання потенціалу конкурентоспроможності і визначення рівня його конкурентоспроможності відносно підприємств, які функціонують в одній галузі та належать одній продуктивній групі.

У процесі управління конкурентоспроможністю підприємства слід виділити етапи:

– стратегічний моніторинг – має відображати суперечливість економічного середовища, альтернативних тенденцій, протиріччя системи економічних інтересів ділових партнерів та конкурентів;

– розробка управлінських рішень на базі аналізу зовнішнього середовища – збір якомога ширшої інформації про зовнішнє середовище, оцінку його фактичного стану та стратегічний аналіз або прогнозування на довгострокову перспективу;

– ситуаційний аналіз – на основі урахування слабких та сильних сторін підприємства необхідно сформулювати концепцію конкурентоспроможної ділової стратегії, зорієнтованої на зовнішнє оточення.

Таким чином, використовуючи методику комплексної оцінки, конкурентоспроможність підприємства в певний проміжок часу при формуванні поточної конкурентної позиції доцільно представити у вигляді функції (1):

$$КПп = f (Vд; Фд; Мд; ІНд), \quad (1)$$

де КПп – поточна конкурентна позиція;

Vд – конкурентоспроможність виробничої діяльності;

Фд – конкурентоспроможність фінансової діяльності;

Мд – конкурентоспроможність маркетингової діяльності;

ІНд – конкурентоспроможність інноваційно-інвестиційної діяльності.

В той же час принцип динамічності оцінок передбачає, що конкурентну позицію підприємства, і чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на неї, і міжфакторні взаємозв'язки слід розглядати як динамічні функції (2, 3):

$$КПп = f(Ft, t), \quad (2)$$

$$F = w(t), \quad (3)$$

де КПп – конкурентна позиція підприємства;

Ft – чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, які також є динамічними функціями;

t – час.

Розрахунок інтегрального показника конкурентної позиції підприємства може бути здійснено за формулою (4):

$$КПп = KвдЧВД + KфдЧФд + KмдЧМд + KіндЧІНд, \quad (4)$$

де Kвд, Kфд, Kмд, Kінд – коефіцієнти вагомості кожного блоку;

Показник КПп є інтегральною числовою характеристикою конкурентоспроможності. Чим більше його значення, тим вища конкурентоспроможність підприємства в поточному періоді, виходячи з можливостей потенціалу. Отримані результати можуть бути порівняльною основою для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства. Оцінювання рівня конкурентоспроможності має відбуватися шляхом інтерпретації отриманих результатів з ураху-

ванням впливу галузевої специфіки. Середньогалузеві показники є основою для оцінювання фактичного рівня конкурентоспроможності підприємств. Порівняння отриманих результатів із середньогалузевими значеннями дозволить скласти загальне уявлення про особливості галузевої специфіки організації діяльності підприємств, її вплив на структуру активів та зобов'язань, а також формування фінансових результатів. Завдяки використанню цих показників формуються певні нормативні та обмежувальні значення ключових коефіцієнтів. Найкращі результати, отримані серед підприємств окремої галузі, є орієнтиром для досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності підприємств та підґрунтям для прийняття обґрунтованого рішення щодо її планування, своєчасного виявлення та адаптації до зміни ринкового середовища. Такий підхід дозволяє оцінювати власний потенціал для забезпечення конкурентоспроможності порівняно з конкурентами для оперативної зміни або коригування стратегії розвитку на відповідному рівні. Запропонована методика оцінки є досить простою і зручною для розрахунків і розуміння її менеджерами всіх рівнів управління. Порівняння показників дає можливість визначити власну перевагу над конкурентами за внутрішніми (скорочення витрат, підвищення продуктивності праці, фондодідачі тощо) та зовнішніми (ринкові переваги товарів, що виробляються) аспектами. Ці показники поєднуються в однорідні групи, а їх узагальнений аналіз (за допомогою інтегральних показників) за різними напрямками дослідження дозволить одержати характеристику кожного конкурента на заявленому ринку. Перелік показників, що характеризують основні напрями діяльності підприємства, визначається виходячи з можливостей статистичної інформації, яка доступна для користувача та є одноманітною і порівнюваною. Управління кожною складовою є завданням відповідно оперативного, тактичного і стратегічного рівнів управління конкурентоспроможністю підприємства.

У якості результативних за зазначеними блоками відібрані наступні:

- x1 – темпи змін обсягів реалізації;
- x2 – економічна рентабельність;
- x3 – темпи змін валового прибутку;
- x4 – коефіцієнт автономії;
- x5 – коефіцієнт поточної ліквідності;
- x6 – коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- x7 – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості;
- x8 – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості;
- x9 – коефіцієнт оборотності оборотних коштів;
- x10 – фінансова рентабельність;
- x11 – фондодідача;
- x12 – коефіцієнт забезпеченості власними засобами;
- x13 – оборотність дебіторської заборгованості;
- x14 – темпи змін продуктивність праці;
- x15 – коефіцієнт оновлення асортименту;
- x16 – частка ринку.

Результати аналізу з використанням t-критерію Ст'юдента визначили 8 найвпливовіших факторів.

Розраховане рівняння множинної кореляції (5):

$$Y = 0,18160 + 0,12311x_1 + 0,15672x_2 + 0,00651x_5 + 0,02024x_9 - 0,20868x_{12} + 0,00053x_{13} + 0,09943x_{15} + 1,60413x_{16}. \quad (5)$$

На основі отриманих значень факторів можна визначити прогнозні значення рівня конкурентної позиції підприємства.

Використання моделі дозволяє зайняти сильну конкурентну позицію на ринку послуг і підвищити рівень конкурентоспроможності в перспективному періоді. З цією ж метою можна застосовуючи диверсифікованість виробництва, домагатися високої якості продукції, удосконалювати технічний потенціал підприємства та ін.

Результати оцінки, проведеної за формулою (5), інтерпретуємо за шестимірною дихотомічною шкалою (табл. 3). Конкурентна позиція за експертною оцінкою може набувати значень від 0 до 1. Тут потрібно відмітити важливу роль організаторів експертизи, в задачі яких входять: постановка проблеми, визначення цілей і задач експертизи, її границь і основних етапів; розробка процедур експертизи, в найбільшій мірі відповідної характеру проблеми, що вирішується; відбір експертів, перевірка їх компетентності і формування груп експертів; проведення опиту і узгодження оцінок; формалізація отриманої інформації, її обробка, аналіз і інтерпретація. Від правильної організації експертизи значною мірою залежить ефективність результатів, отриманих за допомогою експертних оцінок, в т.ч. і вірогідність цих оцінок. У даному випадку експертам було запропоновано здійснити ранжування конкурентних переваг вагонобудівних підприємств з огляду їх значущості для забезпечення внутрішніх та зовнішніх переваг конкурентній групі.

Таблиця 3

Шкала оцінки рівня конкурентної позиції підприємства

Значення	Характеристика конкурентної позиції
$KПп \leq 0$	Абсолютна відсутність позиції
$0 < KПп < 0,25$	Критична позиція
$0 \leq KПп < 0,5$	Нестійка позиція
$0,5 \leq KПп < 0,75$	Достатньо стійка позиція
$0,75 \leq KПп < 1,0$	Перспективно стійка позиція
$KПп = 1,0$	Абсолютно стійка позиція

Запропонований методичний підхід до оцінки конкурентної позиції дозволяє коригувати в ході вдосконалення моделі склад урахованих у моделі факторів і її структуру. Універсальний характер розглянутої моделі дозволяє варіювати номенклатуру оцінюваних параметрів, виходячи з інформаційних можливостей, рівня кваліфікації залучених експертів, ступеня спеціалізації виробництва. Такий методичний підхід дає можливість аналізувати вплив окремих факторів, які забезпечують конкурентну позицію підприємства на ринку, а також оцінювати можливі наслідки їх зміни в майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження дозволило дійти наступних висновків:

- конкурентна позиція не є статичним елементом економічного життя, вона найчастіше є рухомою та динамічною стосовно темпів, глибини і масштабності змін. Зазначені зміни є результатом дії конкретних суб'єктів господарювання. Отже, конкурентна позиція є наслідком певних суб'єктивних дій окремих економічних суб'єктів;

- узагальнення застосованих наукових принципів і підходів до вивчення конкурентоспроможності підприємства дозволило виділити блоки, які відповідають основним напрямкам діяльності. Систему показників поточної конкурентоспроможності підпри-

емства з врахуванням його конкурентної позиції слід формувати з урахуванням особливостей розвитку відповідної галузі на підставі кількісних та експертних оцінок показників ознак основних складових конкурентоспроможності, які доповнюють один одного і дають можливість всебічно й у повному обсязі оцінити стан функціонування підприємств на ринку. З огляду можливостей використання абсолютних та відносних показників під час кількісної оцінки вважаємо за доцільне використання відносних показників та коефіцієнтів, адже вони більшою мірою характеризують властивості конкурентних переваг (відносність та динамізм). До того ж, відносні показники є більш інформативними з огляду забезпечення однозначності та обґрунтованості висновків;

- аналітичним методом діагностики конкурентної позиції визначений метод економіко-математичного моделювання. Сформована в результаті шкала інтегрального показника розподіляється на 5 інтервали, що дасть можливість ранжувати підприємств, починаючи з відсутності конкурентної позиції до теоретично існуючої абсолютно стійкої конкурентної позиції.

Загалом, на підставі результатів застосування розроблених методичних підходів можна визначити, наскільки конкурентоспроможним є досліджуваний господарюючий суб'єкт та чи відповідають його фактичні результати діяльності потенційно можливим.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Портер Майкл, Э. Конкуренция: пер. с англ. / Майкл Э. Портер. – М. : Изд. Дом «Вильямс». – 2005. – 608 с.
2. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон – М. : Прогресс, 1986. – 469 с.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – Т. 3. – 351 с.
4. Азов Г.П. Конкуренция: анализ, стратегия и тактика. / Г.П. Азов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 342 с.
5. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок конкурентоспроможності / Ю.О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2(80). – С. 60–65.
6. Жамойда О.А. Методичні особливості визначення конкурентоспроможності промислового підприємства / О.А. Жамойда // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 110–118.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент: монография / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Маркетинг, «Дашков и Со», 2002. – 892 с.
8. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник / За ред. Л.В. Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2005. – 301 с.
9. Воронкова А.Е. Моделирование управления конкурентоспособностью предприятия: эколого-организационный аспект: монография / А.Е. Воронкова, С.К. Рамазанов, О.В. Радіонов. – Луганськ : Вид-во СЛУ ім. Даля, 2005. – 368 с.
10. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства. / І.П. Отенко, Є.О. Полтавська. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 212 с.

УДК 339.5.658.81

Ключник А.В.

*доктор економічних наук, професор
Миколаївського національного аграрного університету*

Білозерцева І.О.

*студент
Миколаївського національного аграрного університету*

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ЗБУТУ» ТА ЙОГО ФУНКЦІЙ

У статті проаналізовано та систематизовано підходи вітчизняних та зарубіжних науковців до визначення сутності поняття «збут». Також запропоновано авторський підхід до визначення поняття «збут продукції на зовнішній ринок». Визначені основні його функції, що дозволяють обґрунтувати його значення для розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: збут, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішній ринок, функції збуту, канали збуту.

Ключник А.В., Белозерцева И.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «СБЫТА» И ЕГО ФУНКЦИЙ

В статье проанализированы и систематизированы подходы отечественных и зарубежных ученых к определению сущности понятия «сбыт». Также предложен авторский подход к определению понятия «сбыт продукции на внешний рынок». Определены основные его функции, позволяющие обосновать его значение для развития внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: сбыт, внешнеэкономическая деятельность, внешний рынок, функции сбыта, каналы сбыта.

Klyuchnik A.V., Belozertsev I.A. THEORETICAL ANALYSIS OF THE CONCEPT OF «SALES» AND ITS FUNCTIONS

The article analyzes and systematic approach domestic and foreign scholars to define the essence of «sales». Also invited to the author's approach to the definition of «sale of products to foreign markets». Identified its main functions, which allow to prove its importance for the development of foreign economic activity.

Keywords: sales, foreign trade, foreign market, the sales function, channels.

Постановка проблеми. За сучасних умов становлення вітчизняної економіки, внаслідок загострення конкуренції за ринки збуту, збільшення витрат, пов'язаних з реалізацією товарів і підвищенням їхньої частки у валовому внутрішньому продукті, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування, основним фактором, що визначає виживання підприємств та їх цілеспрямований розвиток, є ефективність системи збутової діяльності.

У зв'язку з цим великої ваги набувають питання її оцінювання та прийняття управлінських рішень у сфері збуту на основі результатів оцінки виходу підприємства на зовнішні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання збуту відображені у працях українських та багатьох вчених інших країн. Роботи, перш за все, таких українських авторів, як Л.В. Балабанова, П.І. Белінський, А.В. Войчак, С.С. Гарка-

венко, В.Г.Герасимчук, О.О. Ком'яков, А.І. Кредитов, О.Є. Кузьмін, В.П. Онищенко, А.О. Старостіна, та іноземних авторів: Г.А. Азоев, А.А. Бревнов, Є.П. Голубков, А.П. Градов, П.С. Зав'ялов, О.В. Зирянов, А.Л. Панкрухін, А.М. Романов, І.М. Синяєва, В.Є. Хруцький.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на підвищений інтерес знаних науковців до обраної проблематики, дослідження теоретичного аспекту збуту, особливо при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, не втрачає актуальності.

Цілі статті. Метою статті є теоретичний огляд та аналіз існуючих підходів до трактування понять та формування авторського підходу щодо визначення поняття «збут» у контексті зовнішньоекономічної діяльності та його функцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку підприємницьких структур відбувається в умовах загострення конкуренції та характеризується активізацією зовнішньоекономічної діяльності, пошуком дієвих форм, методів та технологій управління, зростанням вимог споживачів, необхідністю побудови якісної системи інформаційного забезпечення. У таких умовах суб'єктам господарської діяльності досить складно підтримувати бажаний рівень фінансової результативності, платоспроможності, ліквідності та ділової активності, тобто забезпечувати відповідну фінансову стабільність. В Україні спостерігається тенденція до зростання кількості збиткових підприємств. Низька ефективності функціонування значної кількості вітчизняних підприємств зумовлена не лише об'єктивними причинами (трансформаційними процесами, реформуванням власності), але й суттєвими прорахунками у сфері менеджменту, що формує необхідність пошуку прогресивних способів та прийомів управління, які б могли забезпечити грамотне акумулювання та розміщення капіталу, цільовий розподіл ресурсів, запобігання необґрунтованому зростанню витрат, покращення ситуації з платоспроможністю та позитивно вплинути на структуру балансу. З цими проблемами підприємствам допомагає справитися збут. Він являється одним із засобів досягнення поставлених цілей підприємства і завершальним етапом виявлення смаків і переваг покупців.

Сучасні автори [1, с. 187] визначають поняття «збут» по-різному. Так, деякі, наприклад, Л.В. Балабанова, розглядають збут як процес фізичного переміщення товару й ототожнюють його з поняттями «розподіл» і «товарорух». Інші автори розглядають збут як процес взаємодії з покупцем. А.П. Панкрухін вважає, що збут – це безпосереднє спілкування продавця та покупця [2, с. 223]. Деякі автори ототожнюють поняття «збут» і «збутова діяльність». Так, П.І. Белінський зазначає, що суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку [3, с. 267].

Збут у широкому сенсі слова – це всі операції з моменту виходу товару за ворота підприємства до моменту передачі купленого товару споживачеві.

Збут у вузькому розумінні – це лише кінцева операція, тобто відносини між продавцем і покупцем.

У вітчизняній літературі термін «збут» став синонімом поняття «кінцева реалізація продукції», а діяльність, пов'язана з доставкою продукції, її складуванням, встановленням маршрутів та каналів збуту, дістала назву «розподіл». Розподіл як явище, у свою чергу, об'єднує регулюючу дію будь-яких заходів, що спрямовані на пересування продукції в просторі та в часі від місця виробництва до місця споживання. Весь процес розподілу відбувається з обов'язковим комунікаційним підкріпленням.

Отже, на нашу думку, збут продукції на зовнішній ринок – процес установаження взаємодії з іноземними контрагентами із метою передачі їм права на оптову партію товару для наступного продажу або переробки.

Виробництво і споживання товару зазвичай рознесено в часі й територіально. Для того, щоб задовольнити потреби споживачів у повному обсязі, недостатньо виготовити товар, який потрібен споживачеві, продумати ефективну цінову політику. Крім цього, товар має бути доставлений, по-перше, у потрібне місце, по-друге, у потрібний час, і по-третє, у потрібній кількості, дані проблеми розв'язують функції збуту.

Безпосередніми функціями збуту є: продовження процесу безпосереднього виробництва (добробка і підготовка до продажу), що охоплює сортування, фасування, пакування та маркірування. Добробка товару часто здійснюється для пристосування його до місцевих умов, зокрема до вимог регіональної системи стандартів; остаточне визначення вартості й ціни товарів з урахуванням співвідношення попиту і пропозиції; посилення конкурентоспроможності товару завдяки рекламі, надання комплексу після продажних послуг тощо; дослідження ринку, активний вплив на виробництво на основі вивчення потреб покупців [4, с. 613]. Відокремлюють основні функції збуту (рис. 1).

Основне завдання функції транспортування – своєчасно й без ушкоджень забезпечити транспортування товару. Тут можливі дві альтернативи: вибір власного транспорту або послуг спеціалізованої транспортної організації. Функція безпосередньо за-

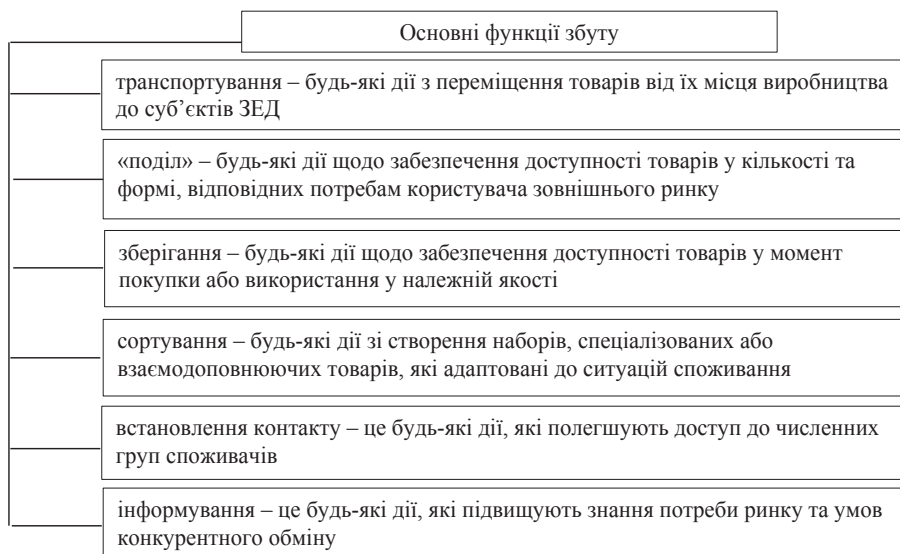


Рис. 1. Основні функції збуту

лежить на вибір зовнішнього ринка. Вибір залежить від швидкості, частоти, надійності поставок, віддаленості зарубіжних споживачів, вантажності транспортних ліній, вартості палива тощо. Для доставки товарів може бути обрано: автомобільний транспорт; залізничний транспорт; водний транспорт; повітряний транспорт; трубопроводи.

Приймаючи рішення щодо налагодження збуту своїх товарів, фірма може скористатися ланцюжком незалежних посередників або обрати таку систему розподілу, за якої всі зовнішні суб'єкти каналу – фірма-виробник, оптова й роздрібна торгівля – діють як єдина система, об'єднати зусилля з іншими зарубіжними компаніями одного рівня або використати декілька каналів розподілу, щоб охопити різні сегменти зовнішнього ринку.

Зберігання товару з моменту виробництва до відвантаження замовлення як етап процесу товароруку склади можуть належати виробникові, посередникові або фірмі, яка здає складські приміщення в оренду. Існують два варіанти організації складування: склади довгострокового зберігання, де товари зберігаються протягом тривалого часу, та регіональні центри розподілу, які використовуються в основному не для зберігання, а для швидкого переміщення товарів торговими посередниками. Сортування – це групування продукції за сортом, кольором та розміром, а добір – створення широкого асортименту продукції різних марок, цін, моделей, що полегшує і прискорює роботу вибору товару для певного зарубіжного споживача.

Функція встановлення контакту відповідає меті товароруку й визначають ступінь задоволеності іноземних споживачів або зниження витрат: час оброблення одного замовлення; час виконання одного замовлення; час, протягом якого товар зберігається в запасі; частка вантажів, які надійшли неушкодженими; частка випадків своєчасної доставки вантажів; витрати товароруку (у відсотках від обсягу продажу). Сутність встановлення контакту товароруку – у зіставленні поставлених цілей й досягнутих результатів.

Функція інформування пов'язана з підготовкою до відправки іноземному споживачеві необхідної продукції, передбачає перевірку платоспроможності замовника ЗЕД; прийняття рішення щодо продажу товару; отримання інформації про наявний запас товару; видачу замовлення для складу; оформлення рахунків замовникові та транспортування документів; облік змін запасів товару. З виходом на зовнішній ринок кількість конкурентів та клієнтів значно зростає, при цьому необхідно сприймати інформацію більш уважно і детально, враховуючи все необхідне для подальшого перебування підприємства на міжнародному ринку [5, с. 146].

При виході на зовнішній ринок змінюється характер роботи з реалізації продукції; у першу чергу, беруться до уваги потреби споживачів і їх задоволеність, а не виробника; виробник стає активним учасником збуту продукції завдяки широкій взаємодії з робітниками торгових організацій.

Детальніше функції збуту розкриваються в каналах збуту, тобто безпосередньо шлях товару від безпосереднього виробника до споживача, включаючи оптових та роздрібних торговців. Будь-який збутовий канал виконує певний набір функцій, необхідних для здійснення обміну: вивчення результатів сегментації зовнішнього ринку та планування реклами; укладання договорів із суб'єктами ЗЕД чи посередниками; облік та контроль виконання договорів; розробка плану відвантаження товарів міжнародним клієн-

там; визначення каналів збуту; організація прийому, зберігання, пакування, сортування та відвантаження товарів клієнтам; інформаційне, ресурсне та технічне забезпечення збуту товарів; стимулювання збуту; встановлення зворотного зв'язку із споживачами та фінансування витрат з функціонування каналів товароруку, збутових операцій. Таким чином, наявність каналу збуту передбачає розподіл функцій та потоків між учасниками обміну ЗЕД [6, с. 85].

У процесі побудови ефективних каналів розподілу збуту виконуватиме стратегічно важливі функції. У загальному вигляді вони зводяться до двох головних напрямів. По-перше, розробляються організаційні заходи щодо побудови каналів збуту з урахуванням загальних корпоративних цілей та завдань (як оперативних, так і стратегічних). По-друге, виходячи з цього, аналізується ефективність наявних каналів розподілу. У результаті розробляється система корпоративних показників оцінювання та відбору посередницької організації. Збутова діяльність передбачає ефективне виконання комерційних і фінансових функцій. Збут будь-якого продукту пов'язаний із переданням права власності на нього в обмін на компенсацію його вартості. Тому до головних завдань сучасного відділу збуту належить завдання забезпечення отримання цільового прибутку від виконання торговельно-комерційних операцій. Це, своєю чергою, зумовлює необхідність розроблення систем кредитування, управління цінами, знижками та заборгованістю, прийняттям ризиків тощо. Крім цього, необхідно постійно виконувати низку операцій з консультування посередників або представників клієнтської бази компанії та підписувати комерційні угоди. Також необхідно забезпечити ефективне виконання логістичних функцій. Підґрунтям ефективної організації системи збуту виступають також логістичні операції, виконання яких забезпечує наявність необхідної кількості продукції в достатньому асортименті в місцях її реалізації зі збереженням якісних характеристик, які були закладені виробником при її виготовленні. До цієї групи завдань можна віднести різні гарантії, після продажне обслуговування, надання спеціальних консультацій представникам посередницьких організацій, задіяних у цьому процесі, тощо [7, с. 215].

Необхідність збутової діяльності зумовлена багатоплановою значущістю його в зовнішній діяльності будь-якого підприємства:

- у сфері збуту остаточно визначається результат усіх зусиль підприємства, спрямованих на розвиток зовнішньоекономічної діяльності та отримання максимального прибутку;
- пристосовуючи збутову діяльність до попиту покупців, створюючи їм максимальні вигоди до, під час і після придбання товарів, виробник має значно більше шансів перемогти в конкурентній боротьбі зовнішнього ринку;
- збутова діяльність начебто продовжує процес виробництва, беручи на себе доробку товару та його підготовку до продажу (сортування, фасування, пакування);
- під час продажу ефективніше виявляються та вивчаються потреби іноземних споживачів.

Висновки. Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури показав, що вченими мало уваги приділяється трактуванню збуту та визначення основних його функцій з урахуванням особливостей виходу на зовнішній ринок. З урахуванням останнього нами визначено, що збут продукції на зовнішній ринок – процес установаження взаємодії з іноземними

контрагентами із метою передачі їм права на оптову партію товару для наступного продажу або переробки. Основними функціями його є: транспортування; встановлення контакту, інформування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маркетинговий аудит системи сбыта / Л.В. Балабанова, А.В. Балабанич. – Донець: ДонГУЭТ им. М.Туган-Барановского, 2003. – С. 189.
2. Синяева И.М. Управление маркетингом: учеб. пособие / И.М. Синяева. – М.: Вузовский учебник, 2003. – С. 224.
3. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Болт Г. Дж. – М.: МТ-Пресс, 2001. – С. 268.
4. Панкрухин А.Л. Маркетинг: учебник. / А.П. Панкрухин. – М.: Ин-т междунар. права и экономики им. А.С. Грибоедова, 1999. – С. 398.
5. Белінський П.І. Менеджмент виробництва та операцій: підручник / П.Л. Белінський. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – С. 624.
6. Кузьмін О.Є. Управління ризиками в інноваційній діяльності: навч.-метод. посібник / О.Є. Кузьмін, Н.Ю. Подольчак, Н.І. Подальчак. – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2009. – С. 176.
7. Бревнов А.А. Маркетинг малого підприємства / А.А. Бревнов. – К.: ВИРА-Р, 1998. – С. 384.

УДК 331.108+65.012.32

Князь С.В.

*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри екологічної політики і менеджменту природоохоронної діяльності
Національного університету «Львівська політехніка»*

Холявка Л.Ю.

*аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»*

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ИНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена висвітленню питань формування інтелектуального потенціалу підприємства. Проведено аналізування існуючих наукових думок щодо особливостей даного об'єкта дослідження. Виділено основні складові системи формування інтелектуального потенціалу підприємства, розкрито їхню сутність та відображено взаємозв'язки між ними.

Ключові слова: інтелектуальний потенціал, формування, система, інтелектуальні ресурси, складові системи формування інтелектуального потенціалу підприємства.

Князь С.В., Холявка Л.Ю. СОСТАВЛЯЮЩИЕ СИСТЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена освещению вопросов формирования интеллектуального потенциала предприятия. Проведен анализ существующих научных мнений относительно особенностей данного объекта исследования. Выделены основные составляющие системы формирования интеллектуального потенциала предприятия, раскрыта их сущность и отражены взаимосвязи между ними.

Ключевые слова: интеллектуальный потенциал, формирование, система, интеллектуальные ресурсы, составляющие системы формирования интеллектуального потенциала предприятия.

Knyaz S.V., Holyavka L.Yu. THE COMPONENTS OF THE SYSTEM OF THE FORMATION OF THE INTELLECTUAL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

The following article is devoted to the questions of the formation of the intellectual potential of the enterprise. The analysis of the existing scientific opinions about its particularities were done. The components of the system of the formation of the intellectual potential of the enterprise were established, their meaning and the main relations between them were described.

Keywords: intellectual potential, formation, system, intellectual resources, components of the system of the formation of the intellectual potential of the enterprise.

Постановка проблеми. В умовах сучасних важливих трансформацій у вітчизняній економіці та обрання проєвропейського вектору її розвитку зростає вагомість і необхідність формування інтелектуального потенціалу підприємств, що є однією з запорук їхнього ефективного і конкурентоспроможного функціонування. У розрізі дослідження і удосконалення процесів, пов'язаних з системним формуванням даного потенціалу, першочерговим завданням є ідентифікація і обґрунтування складових елементів, що мають місце у цих процесах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність розкриття питань формування інтелектуального потенціалу підтверджується значною кількістю наукових розвідок як українських, так і зарубіжних вчених за даною тематикою. Зокрема, І. Мойсеєнко [1, с. 82-88] і Н. Тимошенко [2, с. 6] наголошують

на здійсненні формування даного потенціалу підприємства шляхом формування його елементів (людські, структурні, ринкові активи та інтелектуальна власність) та досягнення синергетичного ефекту від їхнього поєднання. Дослідниця В. Мурашко [3, с. 7] вважає компонентами формування інтелектуального потенціалу освіту і науку, інформацію, матеріальне благополуччя і матеріалізовані надбання суб'єкта. Науковці С. Тесьєр і А. Роджер [4] акцентують увагу на процесах трансферу знань як основи формування інтелектуального потенціалу. Зазначимо, що серед перелічених авторів, так і ще приблизно десятка науковців, немає узгодженого підходу як до розуміння інтелектуального потенціалу, так і складових його формування. Крім того, наголошуючи у більшості наукових праць на доцільності його вивчення і прикладного застосування на засадах системної пара-

дигми, у них майже відсутні реальні розробки саме систем формування інтелектуального потенціалу та визначення його складових.

Постановка завдання. Відповідно до описаних невирішених проблем за обраною тематикою завданням даного дослідження постає виявлення та розкриття сутності базових складових системи формування інтелектуального потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з загальновідомого визначення поняття системи як сукупності взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів, пропонуємо наступне означення: система формування інтелектуального потенціалу підприємства – це структурована сукупність взаємопов'язаних складових елементів, що забезпечують перебіг процесів формування і використання інтелектуальних можливостей підприємства задля досягнення цілей його діяльності.

Дослідниця інтелектуального потенціалу Н.Б. Теницька [5, с. 221-222] виділяє у його формуванні такі складові: кадрова, наукова, матеріально-технічна, соціально-інформаційна, організаційна. Також автор наголошує на потребі урахування внутрішніх, зовнішніх та егофакторів, які впливають на інтелектуальний потенціал суб'єкта господарювання.

Науковці І.П. Кузьменко та М.М. Зуєва [6, с. 5-6] пропонують моделі формування інтелектуального потенціалу на загальнонаціональному, регіональному рівнях і для окремого підприємства. Вони зазначають, що на рівні підприємства ключова роль у даних процесах належить постійному навчанню працівників. Основні елементи запропонованої авторами моделі представимо на рис. 1.

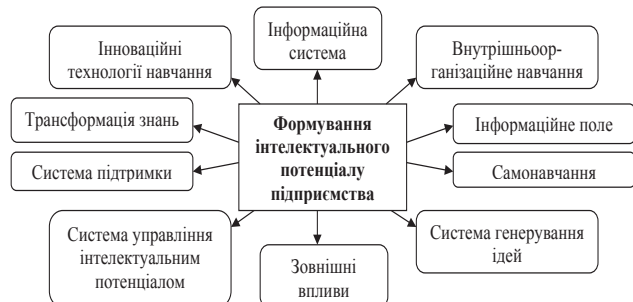


Рис. 1. Елементи формування інтелектуального потенціалу підприємства [6, с. 5]

За результатами проведених досліджень виділено складові елементи система формування інтелектуального потенціалу підприємства (рис. 2). Запро-

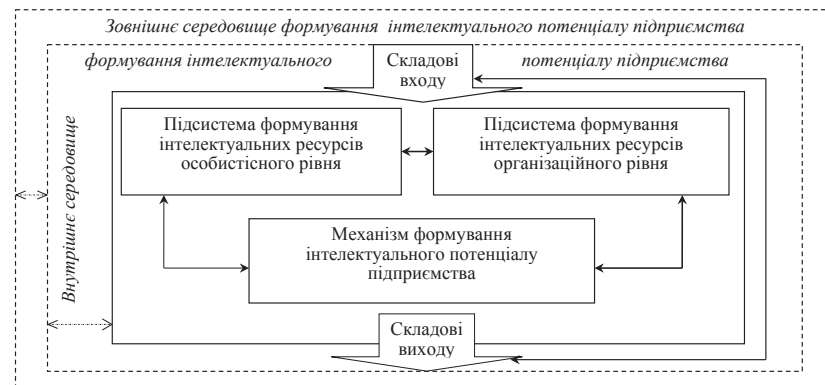


Рис. 2. Складові системи формування інтелектуального потенціалу підприємства

Джерело: сформовано авторами на основі [1-6; 7, с. 141; 8]

понована система була сформована за результатами вивчення наукових праць [1-6] та існуючої теорії і практики системного управління.

Стрілки у межах зображеної на рис. 2 системи виражають взаємозалежність між собою механізму та двох підсистем. Стрілка, з'єднуюча складові входу і виходу, відображає зворотній зв'язок у системі (створення нових можливостей може вимагати нових ресурсів для їхньої реалізації) та необхідність дотримання принципу безперервності у формуванні інтелектуального потенціалу підприємства. Пунктирними лініями виділено внутрішнє і зовнішнє середовище системи, а пунктирними стрілками показано їхній взаємовплив.

У результаті проведених досліджень доведено, що складовими входу системи формування інтелектуального потенціалу підприємства є ті змінні, які залучаються системою для трансформації у вихідні результати. У даному випадку такими складовими будуть фактично існуючі в конкретний період часу інтелектуальні ресурси підприємства. На особистісному рівні [9], що визначається індивідуальними інтелектуальними характеристиками працівників, вони представлені знаннями, вміннями, навичками, здібностями і самомотивованістю. Загальноорганізаційний рівень інтелектуальних ресурсів виражений, на нашу думку, штучним інтелектом, інформаційними ресурсами і системою службових відносин на підприємстві.

Наступною складовою у межах даної системи виділимо підсистему формування інтелектуальних ресурсів особистісного рівня, сутність якої зводиться до залучення, створення нових та оновлення і удосконалення існуючих ресурсів даного типу. Аналогічним є призначення виокремленої підсистеми формування інтелектуальних ресурсів організаційного рівня підприємства. Необхідність виділення таких двох підсистем пояснюється гносеологічними особливостями інтелектуального потенціалу, оскільки процес його формування не повинен носити разовий чи періодичний характер, а здійснюватися безперервно. Крім того, існуючі інтелектуальні ресурси є невичерпними і гнучкими, тому вимагають постійного оновлення з метою збереження своєї актуальності, адже в ході генерування ідей завжди виникає потреба одержання нової інформації. Задоволення цієї потреби і повинні забезпечувати дані підсистеми. Також важливо відзначити тісний зв'язок і взаємозалежність цих підсистем, оскільки у процесах створення інтелектуальних можливостей кожна з них застосовує складові елементи іншої.

Механізм формування інтелектуального потенціалу підприємства є тим важелем, який приводить у дію трансформування його інтелектуальних ресурсів у креативні наукові, інженерно-технологічні та управлінські рішення. Виходячи з тлумачення механізму як «...способу..., сукупності станів і процесів... внутрішньої будови чого-небудь...» [10, с. 673] та наукових доробків у сфері дослідження механізмів управління [8], виділимо такі елементи механізму формування інтелектуального потенціалу підприємства:

– цілі, як бажаний результат, якого прагне досягнути підприємство у формуванні свого інтелектуального потенціалу, який визначає

особливості перебігу усіх подальших процесів формування;

– принципи (певні засади і правила його здійснення. Дані принципи доцільно класифікувати на загальні і специфічні, а також принципи побудови системи формування інтелектуального потенціалу підприємства та принципи її практичного реалізування. З переліком і детальним описом запропонованих принципів формування інтелектуального потенціалу підприємств можна ознайомитись у науковій праці авторів даної статті [11]);

– функції (конкретні управлінські дії щодо здійснення процесів формування інтелектуального потенціалу та забезпечуються через застосування загальних управлінських функцій, таких як «... планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання...» [12, с. 10]);

– методи (відображають спосіб здійснення формування інтелектуального потенціалу на відповідному підприємстві залежно від специфіки і особливостей його функціонування. Слід зазначити, що у вітчизняній економічній думці науковцями не приділена достатня увага розробленню прийомів саме формування інтелектуального потенціалу суб'єктів господарювання з урахуванням специфіки цього явища, а лише пропонується вибір з уже розвинених у практиці управління економічних, соціальних, адміністративних, евристичних та інших методів. У зв'язку з цим подальші дослідження авторів будуть зосереджені на даному питанні);

– управлінські рішення (формалізований результат застосування методів формування інтелектуального потенціалу підприємства, який виступає у вигляді розроблених і застосованих конкретних розпоряджень щодо його здійснення).

Окрім перелічених складових не менш важливий вплив здійснюють і фактори внутрішнього і зовнішнього середовищ формування інтелектуального потенціалу організації. Від них у значній мірі залежить кількісний та якісний склад вхідних ресурсів, діяльність самої системи, а також якісні характеристики і здатність до застосування вихідних складових. Традиційно для групування чинників зовнішнього оточення виділимо чинники прямої та непрямої дії у залежності від безпосереднього чи опосередкованого впливу. Щодо внутрішнього середовища підприємства, доцільно розрізнити фактори особистісного рівня (що впливають конкретно на працівника) і організаційного рівня (впливають на формування інтелектуального потенціалу підприємства загалом). Розгорнутий перелік факторів за кожною з груп, опис варіантів і наслідків їхньої позитивної та негативної дії, а також запропонована модель оцінювання опубліковано за результатами проведеного раніше авторського дослідження [13].

Результуючою складовою системи формування інтелектуального потенціалу є ті вихідні продукти, задля створення яких вона функціонує. Такими продуктами вважатимемо сформовані інтелектуальні можливості підприємства щодо здобуття і збереження конкурентних переваг у обраних функціональних напрямках його діяльності. Пріоритетність цілі досягнення таких переваг пояснюється самим призначенням інтелектуального потенціалу та інтелекту як засобів [14, с. 20] самозбереження, виживання і розвитку суб'єкта у конкурентному оточенні. Тому одержання конкурентних переваг повинно бути першочерговим завданням, що, у свою чергу, визначає здатність до досягнення таких поширених стратегічних цілей будь-якого господарюючого суб'єкта, як

зростання рентабельності, ринкової частки, освоєння нових ніш чи ринків тощо. Крім того, присутність саме інтелектуальних можливостей на виході системи формування пояснюється тим, що сам факт наявності тих чи інших інтелектуальних ресурсів ще не гарантує можливостей, а саме на їхньому створенні повинна бути зосереджена діяльність даної системи і саме за одержаними результатами оцінюють стан системи.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, на сьогоднішній день формування інтелектуального потенціалу підприємств є невід'ємним елементом їхньої продуктивної діяльності. Здійснені наукові пошуки підтверджують необхідність систематизованого характеру цих процесів, тому розроблення системи формування інтелектуального потенціалу має вагоме теоретичне і практичне значення. При цьому побудова такої системи неможлива без ідентифікації та розуміння її основних складових. Важливо враховувати, що виділені та описані у даному дослідженні складові системи формування інтелектуального потенціалу підприємства перебувають у тісному зв'язку та взаємозалежності, тому зміна властивостей будь-якої з них зумовлює вплив на діяльність системи в цілому. Відповідно до одержаних результатів подальші дослідження слід спрямувати на розроблення безпосередньої моделі формування інтелектуального потенціалу підприємств та її перевірки на практичну придатність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мойсеєнко І.П. Управління інтелектуальним потенціалом: монографія / І.П. Мойсеєнко. – Львів : Аверс, 2007. – 303 с.
2. Тимошенко Н.Ю. Інтелектуальний потенціал інноваційно активних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Н.Ю. Тимошенко. – Київ, 2012. – 20 с.
3. Мурашко В.В. Організаційно-економічне регулювання використання та розвитку інтелектуального потенціалу : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / В.В. Мурашко. – Донецьк, 2006. – 22 с.
4. Tessier S. Les conditions du transfert des competences acquises dans une formation a l'actualisation du potentiel intellectuel / S. Tessier, A. Roger // Université de Printemps de l'Audit Social Corte, 2003. – № 5. – 11 pp. – Режим доступу : http://centremagellan.univ-lyon3.fr/fr/articles/88_431.pdf.
5. Теницька Н.Б. Складові та чинники формування інтелектуального потенціалу [електронний ресурс] / Н.Б. Теницька // Наукові праці полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – 2012. – Вип. 1 (4). – Т. 3. – С. 219–223. – Режим доступу : <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/219.pdf>.
6. Зуева М.М. Способы формирования интеллектуального потенциала на различных уровнях организации экономических отношений современной России [електронний ресурс] / М.М. Зуева, И.П. Кузьменко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 3(104). – Режим доступу : <http://yberleninka.ru/article/n/sposoby-formirovaniya-intellektualnogo-potentsiala-na-razlichnyh-urovnyah-organizatsii-ekonomicheskikh-otnosheniy-sovremennoy-rossii>.
7. Остапчук М.В. Система технологій. Підручник [електронний ресурс] / М.В. Остапчук, Л.В. Сердюк, Л.К. Овсянникова. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 368 с. – Режим доступу : <http://townbookie.com/book/207-sistema-texnologij-navchalnij-posibnik-ostapchuk-mv.html>.
8. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. посібник. – 3-тє вид. доп. і перероб. / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник – Львів : Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2007. – 384 с.
9. Князь С.В. Сутність поняття і характеристики інтелектуального потенціалу підприємства / С.В. Князь, Л.Ю. Холявка // Еконо-

- мічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; ред. кол.: С.І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Вип. 12. – Частина 3. – С. 188–192.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і доп.) / Уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. – К. : Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
 11. Холявка Л.Ю. Принципи формування і використання інтелектуального потенціалу підприємства / Л.Ю. Холявка // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – 2013. – № 776. – С. 190–200.
 12. Кузьмін О.Є. Концепція та еволюція провесно-структурованого менеджменту [електронний ресурс] / О.Є. Кузьмін // Економіка: реалії часу. – 2012. – № 2 (3). – С. 7–16. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/No2/7-16.pdf>.
 13. Наукові засади формування та використання економічного потенціалу: моногр. / за заг. ред. В.Я. Швеця, В.М. Соловйова. – Черкаси : Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2013. – 360 с. // 9.2. Князь С.В., Холявка Л.Ю. Оцінювання факторів впливу на формування інтелектуального потенціалу підприємства. – С. 337–351.
 14. Петренко В. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах: [наукова монографія] / В. Петренко. – Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2006. – 351 с.

УДК 631.164.23:631.11:332.122

Коваленко М.В.

кандидат економічних наук,

*старший викладач кафедри економіки підприємства
Полтавської державної аграрної академії*

СТРУКТУРА ВИКОРИСТАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті розглянута структура використання інвестицій, направлених в економіку України. Встановлено, що пріоритетними напрямками вкладання коштів є: промисловість, операції з нерухомим майном, торгівля. Обґрунтована доцільність запровадження доступного лізингового та іпотечного кредитування, бюджетних програм сприяння довгостроковому банківському кредитуванню, державних гарантій та податкових стимулів для інвесторів, які кредитують аграрний сектор.

Ключові слова: інвестиції, сільське господарство, кредит, лізинг, закордонні інвестори.

Коваленко М.В. СТРУКТУРА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

В статье рассмотрена структура использования инвестиций, направленных в экономику Украины. Установлено, что приоритетными направлениями вложения средств являются: промышленность, операции с недвижимым имуществом, торговля. Обоснована целесообразность введения доступного лизингового и ипотечного кредитования, бюджетных программ содействия долгосрочному банковскому кредитованию, государственных гарантий и налоговых стимулов для инвесторов, которые кредитуют аграрный сектор.

Ключевые слова: инвестиции, сельское хозяйство, кредит, лизинг, иностранные инвесторы.

Kovalenko M.V. STRUCTURE OF INVESTMENTS UTILIZATION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN UKRAINE.

In the article the structure of the use of investment to the economy of Ukraine is directed. It was established that the priorities are investing industry, real estate, trade. The expediency of introducing affordable leasing and mortgages, budget programs to promote long-term bank lending, government guarantees and tax incentives for investors who lend to the agricultural sector is based.

Keywords: investment, agriculture, credit, leasing, foreign investors.

Постановка проблеми. У зв'язку з обмеженістю інвестиційних ресурсів сільськогосподарських підприємств особливо важливого значення набуває аналіз структури використання інвестицій та стратегія формування пріоритетних напрямів інвестиційної діяльності аграрних товаровиробників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку аграрного сектора України в сучасних умовах присвячені праці таких видатних українських учених-економістів, як П.Т. Саблук, В.Я. Амбросов, В.П. Горьовий, В.Г. Андрійчук, П.І. Гайдуцький, В.П. Ситник та ін. Останнім часом зростає кількість публікацій з досліджуваної тематики, однак кризовий стан сільськогосподарських підприємств та незначні обсяги інвестиційних надходжень в аграрний сектор вказують на те, що все ж недостатньо уваги приділено розв'язанню цих питань.

Постановка завдання. Ефективність використання інвестицій забезпечує комплексність підходу і містить у собі економічну, соціальну, екологічну та інші види ефективності. Економічна ефективність передбачає вкладання коштів у галузі виробництва з найви-

щою і найшвидшою економічною віддачею (харчова і переробна промисловість, торгівля), соціальна ефективність – інвестиції в найбільш соціально напружені галузі (видобувна промисловість), екологічна ефективність – інвестиційні вкладення в галузі, пов'язані з виробництвом екологічно чистої продукції (сільське господарство). Підвищення ефективності використання інвестицій повинно супроводжуватись вдосконаленням галузевої структури їх розподілу та використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Пріоритетні напрямки і стратегія розвитку агропродовольчого комплексу формуються і реалізуються в умовах обмежених інвестиційних ресурсів. Тому інвестиційна підтримка повинна бути направлена на стимулювання тих видів продукції, підприємств, галузей сільського господарства, які можуть забезпечити найбільш високий рівень окупності авансованого капіталу. Як показує аналіз науково-теоретичних положень, проведений провідними науковцями, такими напрямками можуть бути:

– підвищення рівня використання виробничого потенціалу за рахунок реконструкції, модернізації

наєвних основних засобів виробництва, особливо тваринницьких комплексів і ферм;

- освоєння принципово нових технологій в землеробстві і тваринництві, заснованих на інноваційній базі сучасних вітчизняних і зарубіжних науково-технічних досягнень;

- експортноорієнтована спрямованість, яка забезпечить зміцнення позицій аграрного сектора України на світовому продовольчому ринку і, особливо, в рамках СОТ, як етапу еволюційного розвитку світових торговельних відносин;

- розвиток ресурсозберігаючих технологій, прогресивних технологій в переробній промисловості, виробничій інфраструктурі;

- поліпшення соціальної інфраструктури села і доходів сільського населення.

Усі ці напрями вимагають інвестиційної підтримки і є, на нашу думку, пріоритетними для сільськогосподарських підприємств усіх форм власності і господарювання.

На сучасному етапі економічна система України гостро відчуває дефіцит фінансових ресурсів і, як наслідок, потребує чималих грошових і матеріальних надходжень. Перші можуть використовуватись у вигляді капіталовкладень, інвестицій, які зараз розглядаються як джерела стабілізації економіки України. Разом з тим вони здатні принести вагому віддачу, якщо будуть направлені у пріоритетні галузі виробництва національної економіки.

Як зауважує керівник проектів Професійної асоціації реєстраторів та депозитаріїв – ПАРД С.О. Москвін, на сучасному етапі розвитку структури інвестиційних вкладень в економіку України не є оптимальною, оскільки:

- інвестиції в основний капітал промисловості не «дотягують» навіть до половини всіх інвестицій, тоді як вартість основних фондів промисловості є переважною;

- операції з нерухомим майном упевнено посідають друге місце, тоді як це переважно спекулятивні операції, які не приносять соціального та економічного ефекту;

- сільське господарство, маючи надзвичайно потужний потенціал, інвестується в недостатній мірі [4] (табл. 1).

Найбільшим попитом у інвесторів користуються промисловість, операції з нерухомим майном, діяльність транспорту і зв'язку, торгівля. Їх частка в

загальній структурі інвестицій у 2011 р. становила відповідно 36,2; 17,7; 16,5 та 7,3%. Частка сільського господарства у загальній структурі інвестицій протягом 2008-2010 рр. впевнено трималась на позначці 7%. У 2011 р. відбувся незначний інвестиційний сплеск, і капіталовкладення в основний капітал аграрної сфери становили 7,6% від загальної суми інвестицій. Для порівняння, у 1992 р. частка інвестицій у сільське господарство становила 18,1%.

Як показує аналіз, раніше більш високими темпами капітальні вкладення зростали в промисловості, будівництві і в сільському господарстві. Зростання обсягів капітальних вкладень у будівництві і сільському господарстві пояснювалося їх індустріалізацією та інтенсифікацією. Промисловість завжди займала найбільшу питому вагу в структурі капітальних вкладень. Це пов'язано як з обсягами виробничого апарату, так і з високою фондоємністю. Пріоритетність виділення коштів машинобудуванню пов'язана з необхідністю систематичного підвищення технічного рівня виробництва, збільшення у складі основних виробничих фондів частки високоєфективних машин і устаткування [5].

Аналізуючи інвестиційну сферу економіки України, слід відзначити, в першу чергу, структуру інвестицій в основний капітал підприємств за джерелами фінансування. Фактично економіка України продовжує інвестуватись переважно за рахунок реінвестування доходів підприємств. Висновок невтішний: домінування частки власних коштів підприємств у фінансуванні інвестицій в основний капітал фактично означає автарктичний (закритий) характер економічного відтворення [6].

Варто відзначити, що в Україні прибуток не є надійним джерелом для інвестування, оскільки він відносно ВВП за десять років зменшився з 60% до 4%. За даними Національного інституту стратегічних досліджень, за рахунок оподаткування у підприємств вилучається від 55 до 85% прибутку. Тому модернізацію спроможні здійснювати тільки ті галузі, які мають істотні пільги з оподаткування [4].

Другим за обсягами інвестування джерелом залишаються кредити банків. Можливість формування інвестицій сільськогосподарського підприємства визначається співвідношенням їх власного та позикового капіталу. Як би не хотілося сільськогосподарському товаровиробнику спиратися у своїй виробничій діяльності лише на власні кошти, але реалії сього-

Таблиця 1

Інвестиції в основний капітал України за видами економічної діяльності, млн грн

Види діяльності	Роки				
	2007	2008	2009	2010	2011
Всього	188486	233081	151777	171092	238175
Сільське господарство	9519	16890	9382	12231	18183
Промисловість	64341	76618	57658	58558	86313
Будівництво	9107	12469	5325	4966	8541
Торгівля	17778	24695	14091	11830	17264
Діяльність готелів та ресторанів	2614	3222	2589	3072	4908
Діяльність транспорту та зв'язку	31709	32558	24555	29084	39375
Фінансова діяльність	4165	4636	3359	2859	3152
Операції з нерухомим майном, оренда та ін.	39415	48840	25678	37189	42107
Державне управління	1572	1819	894	1295	1858
Освіта	1651	2322	1484	1873	2485
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	2518	3531	1932	2754	3451
Надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	4061	5421	4809	5315	10501

Джерело: дані Державного комітету статистики України

дення диктують власні умови. На сучасному етапі розвитку практично немає підприємств, які не використовують у своїй діяльності позиковий капітал. Оскільки вижити в нинішніх складних економічних умовах за рахунок власних ресурсів може лише незначна частка сільськогосподарських підприємств, кредити банків стають, зазвичай, єдиним джерелом інвестиційних надходжень для невеликих малопробиткових підприємств (табл. 2).

Як справедливо зазначає А. Чухно, кредитними відносинами наразі пронизані всі стадії процесу відтворення – від інвестування та міжгалузевого переливання капіталів до реалізації товару, розподілу і перерозподілу доходів [7]. Як свідчать дані таблиці 2, протягом 2007-2012 рр. відбувається нарощування обсягів кредитних ресурсів в економіці України. До топ-п'ятірки найбільш кредитованих галузей у 2012 р. увійшли торгівля (220224 млн грн), переробна промисловість (125880 млн грн), операції з нерухомим майном (105516 млн грн), будівництво (37052 млн грн) та сільське господарство (36488 млн грн).

У структурі кредитів, наданих банківськими установами суб'єктам господарювання за видами економічної діяльності, протягом 2007-2012 рр. найбільшу питому вагу мають кредити у торгівлю та промисловість (36,4 та 23,4% відповідно). Кредити в сільське господарство становлять близько 6% від загальної суми банківських позик. Переважна більшість промислових підприємств має більш сприятливі економічні умови порівняно з сільськогосподарськими, і як результат – більш відкритий доступ до кредитних ресурсів. Тому й норма прибутку, і частка кредитування у таких підприємств значно різняться [1].

Специфічні особливості, притаманні аграрному виробництву, у значній мірі потребують залучення довгострокових банківських кредитів, але такий спосіб кредитування буде доступним лише для того виду діяльності, який у найближчому майбутньому може принести вагомий економічний ефект. При цьому короткостроковий банківський кредит є більш посильним та суттєвим фактором підвищення економічної ефективності сільськогосподарського виробництва. Незважаючи на політику сприяння кредитуванню, відсутність доступу до кредитних ресурсів у сільській місцевості, особливо для великої кількості дрібних і середніх фермерських господарств, загально визнана одним з основних факторів, який перешкоджає розвитку сільського господарства України. Однак іс-

нує ще одна проблема у сфері доступу сільськогосподарських підприємств до фінансових ресурсів. Це загальна слабкість та обмежений характер фінансового ринку України. В Україні тільки починає розвиватися інститут комерційної іпотеки, іпотеки під заставу житла, і пройде ще певний час, поки з'явиться земельна іпотека.

Аргументом на користь застави землі як джерела фінансового забезпечення економічного зростання сільського господарства є те, що у світовій практиці кредити під заставу землі становлять 95% інвестиційного ресурсу фермерів. І тільки решта – 5% – це кошти від продажу земельних ділянок [2].

Комерційні банки зацікавлені в такому предметі застави, як земля. Адже сільське господарство є сферою діяльності з підвищеним рівнем ризику. Банкрутство позичальника за відсутності гарантованої застави призводить до втрат кредитора. Окрім того, кредитор, знаючи про відсутність в Україні більш менш відпрацьованої системи прогнозування врожаю та цін на сільськогосподарську продукцію, моніторингу та прогнозування кон'юнктури на зовнішніх ринках, буде дуже обережним при прийнятті рішення про надання кредиту. За невисокого рівня довіри до позичальника кредитор або не надасть кредит, або позичковий відсоток буде високим, або сума кредиту буде незначною.

Використання землі як предмета застави суттєво підвищує ймовірність отримання кредиту, та й сам позичковий відсоток переважно є суттєво нижчим. Пояснюється це, насамперед, специфічністю землі як товару, який неможливо викласти чи приховати, складно пошкодити і, що найбільш важливо, – цей товар має практично стабільну ціну [2].

В умовах відсутності власних коштів для придбання нової техніки й обладнання та високої вартості користування кредитами сільськогосподарські підприємства все більше починають схилитися до альтернативних джерел отримання техніки. У вартісному вираженні обсяг договорів, укладених за лізингом у 2012 р., збільшився у порівнянні з минулим роком майже на 30% і склав 14,71 млрд. грн.

Розподіл структури вартості договорів фінансового лізингу виглядає наступним чином (табл. 3).

Серед діючих договорів фінансового лізингу на кінець 2012 р., як і раніше, переважають угоди в галузі транспорту (58,1%), сільського господарства (19%), будівництва (5%) та сфері послуг (4,8%), при чому питома вага договорів у галузі сільського гос-

Таблиця 2

Кредити банків за видами економічної діяльності України, млн. грн.

Види економічної діяльності	Роки					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Сільське господарство	16341	28812	26026	26545	34143	36488
Добувна промисловість	315	420	9607	12883	11483	15726
Переробна промисловість	5610	7684	104951	121526	124314	125880
Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	64710	106029	9273	12702	18977	21483
Будівництво	6068	8630	41678	43158	44215	37052
Торгівля	21178	39274	165678	174452	209044	220224
Діяльність готелів та ресторанів	99653	155818	4397	4901	4863	4230
Діяльність транспорту та зв'язку	2231	4168	16007	20944	28766	30043
Операції з нерухомим майном, оренда та ін.	10537	15990	77848	77490	91572	105516
Освіта	28711	69260	216	158	101	138
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	162	444	1495	1457	1592	1341

Джерело: дані Національного банку України

подарства зросла майже на 5-процентних пунктів у порівнянні з кінцем 2011 р.

Основними джерелами фінансування лізингових операцій в аналізованому періоді були позичкові кошти, в тому числі банківські кредити (89,9%), причому їх питома вага значно збільшилася у порівнянні з минулим роком, а питома вага власних коштів лізингових компаній у порівнянні з минулим роком зменшилася і становила близько 10%.

У боротьбу за агропідприємства все активніше включаються і лізингові компанії. За даними асоціації «Українське об'єднання лізингодавців» у 2012 р. обсяг угод з аграріями збільшився порівняно з 2011 р. майже вдвічі і склав близько 4,3 млрд грн. Позитивну динаміку показує і лізинг сільськогосподарської техніки. Переваги лізингових програм у порівнянні з кредитними – більш лояльні вимоги до фінансового стану лізингодержувача, відсутність обов'язкових вимог щодо додаткового залогу, а також можливість отримання сільськогосподарської техніки в короткі терміни (за деякими програмами – від п'яти робочих днів). Ефективні ставки фінансування в середньому становлять 21-23% річних у гривні і 11-12% в доларах. Але, як зазначає генеральний директор компанії «VAB Лізинг» Людмила Золотарьова, в рамках спільних програм лізингових

компаній і виробників ставки можуть бути від 7% річних у гривні [3].

За напрямками вкладання інвестицій іноземний інвестор також не відстає від вітчизняного. Найбільш привабливими для закордонних інвесторів є металургія, машинобудування, хімічна та харчова промисловість, але дедалі більше привертають увагу такі галузі, як автомобільна промисловість, споживча електроніка, високі технології, вітроенергетика, сонячна енергетика, виробництво біопалива, телекомунікації та деякі інші (табл. 4).

У 2011 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 49362,3 млн дол., що більше рівня 2010 р. на 10,4%.

Як свідчать дані табл. 4, лівова частка західних інвестицій в економіку України спрямована у фінансову діяльність (33,1% від загального обсягу), промисловість (30,9%), нерухомість та оренду (11,6%), торгівлю (10,5%).

У цих галузях значно швидший обіг коштів, ніж у сільському господарстві. У галузевій структурі АПК іноземні інвестиції спрямовуються не безпосередньо в сільське господарство та на первинну переробку сільськогосподарської продукції, а в харчову промисловість, куди їх направляється близько 5% у загальному обсязі. Сільське господарство одержує лише

Таблиця 3

Розподіл вартості договорів фінансового лізингу за галузями економіки України, %

Галузі економіки	Роки					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Харчова промисловість	3,3	2,0	1,8	1,36	1,04	1,05
Транспорт	64,1	51,3	59,1	59,36	57,4	58,09
Сфера послуг	6,1	8,2	6,0	4,97	6,16	4,79
Сільське господарство	7,5	9,5	11,6	12,99	14,23	19,04
Хімічна промисловість	0,3	1,2	0,5	0,29	0,26	0,2
Будівництво	7,9	15,2	10,9	8,26	6,71	5,0
Добувна промисловість	1,1	1,3	2,0	1,13	0,9	2,53
Інші	9,7	11,4	8,1	9,79	10,58	8,31
Разом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: дані Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців»

Таблиця 4

Прямі іноземні інвестиції в Україну за видами економічної діяльності, млн. дол. США

Види діяльності	Роки				
	2007	2008	2009	2010	2011
Всього	29542,7	35723,4	40026,8	44708	49362,3
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	557,3	803,2	871,4	833,7	813,4
Промисловість	8004,1	8056,5	9021,9	14042,6	15238,6
Будівництво	1631,8	2052,9	2212,9	2339,2	2992,7
Торгівля	3072,1	3718,4	4224,6	4764,2	5193,5
Діяльність готелів та ресторанів	428,3	412,9	428,5	458,3	463,7
Діяльність транспорту та зв'язку	1274,4	1281	1506,3	1711,2	1855
Фінансова діяльність	4869,1	7154,8	8968,4	15059,2	16318,5
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	2669,3	3570,7	4,65,0	4754,1	5721,5
Освіта	18,1	13,3	13,8	16,8	9,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	190,4	123,8	120,8	131,2	134,4
Надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	285,8	502,8	526,4	583,5	607,8
Нерозподілені за видами діяльності обсяги прямих інвестицій	6541,3	8027,4	8061,1	14	14,1

Джерело: дані державного комітету статистики України

близько 2% інвестицій, що в 2,5 рази менше, ніж харчова промисловість. Аграрний сектор в інвестиційному відношенні вважається недостатньо привабливим. Сезонність виробництва, низька оборотність капіталу, невисока фондовіддача та інше є тому причиною.

Тому слід мати на увазі, що ця галузь буде притягувати інвестиції у меншій мірі, ніж інші галузі національної економіки. Залучити капітал на закордонних фондових майданчиках у аграріїв практично немає шансів. Зниження цін на сільськогосподарську продукцію через високий урожай зернових у світі робить нецікавими інвестиції в агрокомпанії в цілому. А високі ризики України ще більше псуєть імідж емітентів. Аналіз статистичних даних та оцінка особливостей потоків прямих іноземних інвестицій свідчить, що іноземний капітал приходить в Україну з намірами:

- придбання за відносно невелику ціну найбільш ефективних підприємств;
- розширення ринків збуту внаслідок зростання внутрішнього попиту;
- освоєння внутрішнього ринку з перспективно високою часткою експорту вихідної продукції і послуг від спільного бізнесу.

Інвестування у великі інфраструктурні проекти структурного реформування промисловості та сільськогосподарства за терміном окупності більше трьох років не відносилось і не відноситься до сфери інтересів іноземних інвесторів [4].

Між тим ефективна інвестиційна політика щодо сільського господарства для нашої країни відкриває можливості забезпечити сталий розвиток національної економіки в цілому.

Необхідно зауважити, що інвестиційна ситуація на українському ринку є потенційно динамічною. Так, розвинена транспортна мережа, високий освітньо-кваліфікаційний рівень, ресурсний та виробничий потенціал, грамотні політичні та економічні реформи, підприємницька активність населення – усе це може стати потужною інвестиційною базою для економічного розвитку нашої країни. Тому успішні міжнародні інвестиційні проекти, бюджетні програми, спрямовані на покращення інвестиційного іміджу держави, можуть перетворити Україну в інвестиційно привабливу країну.

На нашу думку, пріоритетного розвитку слід надати галузям виробництва, які створюють предмети для особистого споживання людини, а також тим, що є базовими у функціонуванні здорової економіки. Так, сьогодні однією з пріоритетних галузей в українській економіці є агропромисловий комплекс. Це – стратегічний напрямок, життєво важлива проблема у підтримці продовольчої безпеки держави. Він забезпечує населення продуктами харчування, а легку і харчову промисловість – сировиною. Пріоритетність тут визначається тим, що у структурі споживання населення харчування, одяг, взуття займають провідне місце, по-перше, а по-друге, Україна має певні ресурси для їх розвитку, зокрема, родючі чорноземи. Водночас розвиток АПК значною мірою залежить від

рівня виробництва сільськогосподарських машин, мінеральних добрив, зберігання продукції та потужностей обробної промисловості.

На рівні з розвитком АПК України необхідно створити умови для переливання капіталу до пріоритетних сфер виробництва, тобто підтримати внутрішні і зовнішні інвестиції, перш за все, у структуроутворюючі галузі промисловості, провідне місце серед яких займає машинобудування. Реструктуризацію та технологічне переозброєння підприємств машинобудування України необхідно здійснювати на основі переходу від випуску праце-, енерго-, та матеріаломісткої продукції до наукомісткої високотехнологічної продукції, якою слід заповнити внутрішній ринок. Мова йде, перш за все, про створення ринку засобів виробництва, тобто про спрямування виробничих програм підприємств галузі на виробництво конкурентоспроможних комплексів машин і устаткування для сільськогосподарського виробництва.

Висновки. Формування інвестиційного ринку в аграрному секторі України відбувається дуже повільно і явно в недостатньому для забезпечення нормального розвитку економічних процесів обсязі. Основні завдання структурно-інвестиційної політики в агропромисловому комплексі полягають у закріпленні позитивних наслідків реформування АПК шляхом інвестиційної підтримки, забезпеченні села дешевими кредитами, стабілізації виробництва у тваринництві, остаточному подоланні збитковості та зміцненні фінансового стану сільськогосподарських підприємств [5].

Проблему доступності інвестиційних ресурсів можна вирішити шляхом запровадження доступного лізингового та іпотечного кредитування, бюджетних програм сприяння довгостроковому банківському кредитуванню, державних гарантій та податкових стимулів для іноземних інвесторів, які кредитують аграрний сектор.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Колотуха С.М. Кредитування сільськогосподарських підприємств як ефективне джерело інвестиційної діяльності / С.М. Колотуха, І.П. Борейко // Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 89–96.
2. Корінець Р. В очікуванні земельної іпотеки / Роман Корінець // Пропозиція. – 2004. – № 3. – С. 111–112.
3. Кредитори полюбили аграрієв [Електронний ресурс] // Публікації асоціації «Українське об'єднання лізингодавців». Режим доступу до ресурсу : <http://www.uul.com.ua/press/publications>.
4. Москвін С.О. Аналіз інвестицій в основний капітал та нематеріальні активи України / С.О. Москвін // Інвестиції та інноваційний розвиток. – 2008. – № 3. – С. 53–60.
5. Музиченко А.С. Інвестиційна діяльність в Україні : [навчальний посібник] / А.С. Музиченко. – К. : Кондор, 2005. – 406 с.
6. Проблеми використання інвестиційних ресурсів підприємств та шляхи їх подолання в умовах кризи : [науково-аналітична записка] / Федупова Л.Г. та ін. // ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» – К., 2008. – 15 с.
7. Чухно А. Сучасне господарство – товарно-кредитне / Анатолій Чухно // Вісник Національного банку України. – 1998. – № 8. – С. 54–55.

УДК 334.716.003.1

Коваленко Н.М.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Запорізького національного університету*

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КЛАСТЕРІВ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена розробці методичного підходу до оцінки ефективності функціонування кластерів підприємств. Запропоновано авторський комплексний методичний підхід до оцінки ефективності функціонування підприємств у складі кластера та темпів їх розвитку. Розроблена методика дозволяє оцінити синергетичний ефект від створення і функціонування кластера, який базується на економічному, соціальному, інноваційному та податковому ефектах.

Ключові слова: кластер, ефект, ефективність, синергія, синергетичний ефект, темп зростання, усереднений темп зростання.

Коваленко Н.Н. МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Стаття посвящена разработке методического подхода к оценке эффективности функционирования кластеров предприятий. Предложен авторский комплексный методический подход к оценке эффективности функционирования предприятий в составе кластера и темпов их развития. Разработанная методика позволяет оценить синергетический эффект от создания и функционирования кластера, который базируется на экономическом, социальном, инновационном и налоговом эффектах.

Ключевые слова: кластер, эффект, эффективность, синергия, синергетический эффект, темп роста, усредненный темп роста.

Kovalenko N.M. THE METHODOLOGY OF THE ESTIMATING THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES FUNCTIONING WITHIN THE CLUSTER

The article is devoted to the creation of the methodology of the estimating the efficiency of enterprises functioning within the cluster. The author has offered the complex methodology of estimating the efficiency of enterprises functioning within the cluster and the pace of their development. A developed methodology allows estimating the synergistic effect of the creating and functioning of the cluster, which is based on economic, social, innovation and tax effects.

Keywords: cluster, effect, efficiency, synergy, growth rate, average rate of growth.

Постановка проблеми. Для формулювання ефективної стратегії створення та функціонування кластера необхідним є використання сучасних методик комплексної оцінки економічної ефективності діяльності кластерних структур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманіття підходів до аналізу та оцінки економічної ефективності функціонування кластерів значною мірою обумовлене вибором типу показників, за якими повинен здійснюватись такий аналіз. Тут можна визначити показники, що характеризують загальні результати, досягнуті кластерною структурою, а саме: обсяги виробництва та реалізації продукції, обсяги експорту тощо. Ефективність кластера може оцінюватися також з точки зору його впливу на розвиток території або галузі. Тут важливими є такі показники, як збільшення кількості робочих місць, зростання рівня доходів населення, збільшення податкових надходжень. Аналіз основних наукових досліджень у галузі кластеризації дозволяє виділити основні підходи до дослідження ефективності функціонування кластерів.

Більшість авторів економічну ефективність кластера пов'язують із наявністю синергетичного ефекту, який проявляється у тому, що загальна вартість компаній-учасників кластера на певному етапі його розвитку стає більшою суми вартостей окремих складових кластера. Крім того, економічна ефективність кластера може бути визначена з точки зору зменшення загальних витрат учасників кластера на виконання окремих функцій: закупівлі сировини, збуту, просування, управління персоналом тощо.

Підхід до оцінки ефективності кластерів з точки зору оптимізації міжкорпоративних та внутрішньокорпоративних зв'язків основну увагу зосереджує на визначення економічного ефекту від вдосконалення

систем взаємодії з постачальниками, споживачами та різноманітними посередниками.

Інший підхід до дослідження ефективності діяльності кластерів ґрунтується на теорії трансакційних витрат. Тут досліджується економічний ефект від реалізації системи довгострокових контрактів у межах кластера, оцінюється ефективність спільних довгострокових проектів.

Ряд авторів пропонують методики, що дозволяють оцінювати ефективність кластера на основі одного показника. У якості такого показника може виступати сума валової доданої вартості, відношення загальної доданої вартості до обсягу витрат, пов'язаних із функціонуванням кластера. Наявність такого узагальненого показника дозволяє досліджувати динаміку розвитку кластера, а також порівнювати ефективність різних кластерів між собою. Проте такий підхід не враховує того, що ефективність функціонування кластера може проявлятися у різноманітних сферах: економічній, соціальній, податковій, інноваційно-інвестиційній, екологічній та інших.

Використання комплексних методик оцінки ефективності функціонування кластера передбачає встановлення взаємозв'язків між окремими показниками його діяльності у певній сфері. Так, у роботі М.А. Пічугіної [1] здійснено дослідження економічної ефективності діяльності інноваційного кластера та запропоновано методику комплексної багатофакторної оцінки ефективності з точки зору своєчасності реалізації спільних проектів учасників кластера та досягнення його цілей. У якості критеріїв ефективності взаємодії учасників кластера автором запропоновано такі: взаємна економічна доцільність, структурний паритет, показник прямоточності, показник ритмічності, показник охопту життєвого циклу продукції.

Комплексна методика визначення ефективності діяльності кластера запропонована у монографії Г.А. Семенова та О.С. Богми [2, с. 175]. Автори виходять з того, що економічну ефективність від реалізації кластерного проекту можна визначити як перевищення отриманих від діяльності кластера результатів у вартісному виразі над вартісним виразом сукупних витрат кластера за весь період його діяльності. Відтак ефект дорівнюватиме різниці між доходами учасника кластера та його витратами.

Існує ще ряд підходів авторів до оцінки ефективності функціонування кластерів. У переважній більшості вони базуються на тому, що ефективність діяльності кластера визначається як додатковий дохід, отриманий учасниками кластерного об'єднання після створення кластера.

Постановка завдання. Розробити комплексний методичний підхід до оцінки ефективності функціонування підприємств у складі кластера та темпів їх розвитку, який враховує такі види ефектів: економічний, соціальний, інноваційний та податковий.

Виклад основного матеріалу дослідження. Здатність підприємств-учасників кластера до ефективної взаємодії та його потенціал визначають в основному такі елементи: продуктивність праці, рентабельність готової продукції, зацікавленість, кадровий, науковий і технічний склад, ставлення до зовнішнього середовища, перспективи розвитку, імідж тощо.

Поєднання цих елементів може створювати безліч варіантів потенціалу кластера підприємств: від високого (наприклад, у разі збігу цілей окремих підприємств і цілей кластера) до низького (наприклад, у разі придбання неякісної сировини, матеріалів, обладнання, звільнення генераторів ідей тощо).

Прояв результатів поєднання потенціалів підприємств-учасників кластера знаходиться відповідно до закону синергії, який складається з двох частин [3, с. 205]:

- ефект, отриманий у результаті поєднання двох і більше підприємств, більший або менший простого складання;

- існує такий набір елементів, при якому потенціал кластера буде або істотно більшим простої суми потенціалів підприємств-учасників кластера, або істотно меншим.

Сутність ефекту синергії проявляється через зв'язки, які встановлюються між учасниками кластера. Зв'язки повинні забезпечувати найкраще поєднання компетенції кластера як системи: в області досліджень і розробок; в частині операцій із закупівлі сировини, планування та контролю виробництва, виготовлення технічного оснащення, з виробничого

інжинірингу, контролю якості, запасів і виробництва товарів та послуг; в області маркетингу – широка діяльність зі створення прихильності до продукту, реклама, стимулювання збуту, а також розподілу товару (включаючи транспортування і складування), контроль за своєчасним виконанням контрактів, аналіз ефективності продажів і післяпродажного сервісу; а в результаті – визначення загальної системи взаємодії підприємств кластера, забезпечення інтегрованого прийняття рішень і забезпечення надання різноманітних послуг у функціональних сферах, таких як бухгалтерський облік, галузеві відносини, підвищення кваліфікації персоналу, зростання рентабельності продукції та її конкурентоспроможності.

Для підвищення результативності, всередині кожної з функціональних областей слід помістити такі категорії навичок і ресурсів [4, с. 50]:

- забезпеченість фінансовими ресурсами;
- забезпеченість якісною сировиною та матеріалами;
- наявність потужного обладнання;
- забезпечення професіоналізму та необхідних навичок персоналу;
- високий рівень організаційних та управлінських здібностей.

Фахівці в галузі стратегічного управління виділяють два типи синергізму: структурний синергізм, де ефект виникає за рахунок об'єднання ресурсів двох компаній, що дозволяє знизити витрати і збільшити обсяг продажів, і управлінський синергізм, у разі якого ефект досягається завдяки підвищенню якості управління, без будь-яких структурних змін.

Структурний синергізм проявляється у процесі об'єднання аналогічних структур двох організацій. І в тому випадку, якщо ці організації виробляли аналогічну або схожу продукцію або діяли на одному і тому ж або суміжних ринках, то скорочення витрат досягає 15-25 %, а обсяг продажів зростає на 25-30 % [5, с. 285].

Управлінський синергізм заснований на тому, що організація, яка приєднує до себе іншу організацію, здатна більш ефективно управляти придбаним бізнесом, зокрема завдяки впровадженню нової системи фінансового контролю, підвищенню відповідальності менеджерів за виконання бюджету, скороченню необґрунтованих витрат, продажу супутнього бізнесу.

Синергетичні ефекти оцінюються збільшенням прибутку, зниженням оперативних витрат і потребою в інвестиціях, зростанням рентабельності реалізованої продукції тощо.

Отже, комплексна оцінка ефективності функціонування кластера підприємств повинна, на нашу думку, враховувати низку показників, які слід розподіляти за видами ефектів, що проявляються у тій чи іншій сфері. Основними видами синергетичних ефектів за сферами їх прояву можуть бути: економічний, соціальний, інноваційний та податковий ефекти (рис. 1).

1. Економічний ефект.

Для визначення економічного ефекту від участі окремих підприємств у кластері ми пропонуємо оцінювати ефективність об'єднання в кластер окремих підприємств за такими показниками: рентабельність; обсяги реалізації підприємств-учасників кластера; надходження інвестицій на підприємства кластера.

Для їх розрахунку необхідно визначити такі показники:

Економічний ефект	Соціальний ефект	Інноваційний ефект	Податковий ефект
1. Рентабельність 2. Обсяги реалізації продукції підприємствами-учасниками кластера. 3. Надходження інвестицій на підприємства кластера.	1. Кількість створених робочих місць у регіоні базування кластера. 2. Рівень доходів населення (середня заробітна плата) у регіоні базування кластера. 3. Темп зростання обсягів споживання продукції кластера внутрішніми споживачами (частка продукції кластера на внутрішньому споживчому ринку).	1. Кількість інноваційно-активних підприємств кластера. 2. Обсяг реалізованої інноваційної продукції підприємствами кластера.	1. Сума податків до бюджету, що надійшли від підприємств кластера. 2. Сума зборів до бюджету, що надійшли від підприємств кластера.

Рис. 1. Види синергетичних ефектів від створення кластера

Джерело: розроблено автором

r_1, r_2, \dots, r_n – темпи зростання рентабельності для підприємств $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера;

v_1, v_2, \dots, v_n – темпи зростання обсягів реалізації продукції підприємствами $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера;

i_1, i_2, \dots, i_n – темпи зростання інвестицій (включаючи іноземні) на підприємствах $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера.

Ми пропонуємо визначати їх таким чином:

1) темп зростання рентабельності (r_i) для підприємств Π_i ($i=1, \dots, n$) відповідно, які входять до складу кластера, розраховується у трьох випадках:

– у разі, якщо r_{0i} та $r_{1i} > 0$:

$$r_i = \frac{r_{1i}}{r_{0i}}, \quad (1)$$

де $i = 1, 2, 3, \dots, n$ – кількість підприємств кластера;

r_{0i} – рівень рентабельності окремого підприємства (Π_i) після його входження до складу кластера;

r_{1i} – рентабельність окремого підприємства (Π_i) до його входження у кластер;

– у разі, якщо r_{0i} та $r_{1i} < 0$, але $r_{1i} > r_{0i}$:

$$r_i = \frac{r_{0i}}{r_{1i}}, \quad (2)$$

– у разі, якщо $r_{0i} < 0$, а $r_{1i} > 0$:

$$r_i = \left| \frac{r_{1i} - r_{0i}}{r_{0i}} \right|. \quad (3)$$

2) темп зростання обсягів реалізації продукції (v_i) підприємствами Π_i ($i=1, \dots, n$) відповідно, які входять до складу кластера:

$$v_i = \frac{v_{1i}}{v_{0i}}, \quad (4)$$

де v_{1i} – обсяг реалізації продукції окремим підприємством (Π_i) після його входження до складу кластера;

v_{0i} – обсяг реалізації продукції окремим підприємством (Π_i) до його входження у кластер;

3) темп зростання інвестицій (i_i) на підприємствах Π_i ($i=1, \dots, n$) відповідно, які входять до складу кластера:

$$i_i = \frac{i_{1i}}{i_{0i}}, \quad (5)$$

де i_{1i} – обсяги надходження інвестицій (включаючи іноземні) на підприємство (Π_i) після його входження до складу кластера;

i_{0i} – обсяги надходження інвестицій (включаючи іноземні) на підприємство (Π_i) до його входження у кластер.

Для оцінки ефективності об'єднання у кластер окремих підприємств можна запропонувати такий підхід:

1) визначення усередненого темпу зростання рентабельності по кластеру в цілому (R):

$$R = \sqrt[n]{r_1 \times r_2 \times \dots \times r_n}, \quad (6)$$

де r_1, r_2, \dots, r_n – темпи зростання рентабельності для підприємств $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера, у звітний період у порівнянні з базисним – до створення кластера;

2) визначення усередненого темпу зростання обсягів реалізації по підприємствах кластера в цілому (V):

$$V = \sqrt[n]{v_1 \times v_2 \times \dots \times v_n}, \quad (7)$$

де v_1, v_2, \dots, v_n – темпи зростання обсягів реалізації продукції підприємствами $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно,

які входять до складу кластера, у звітний період у порівнянні з періодом до створення кластера;

3) визначення усередненого темпу зростання надходжень інвестицій (включаючи іноземні) на підприємства кластера (I):

$$I = \sqrt[n]{i_1 \times i_2 \times \dots \times i_n}, \quad (8)$$

де i_1, i_2, \dots, i_n – темпи зростання інвестицій (включаючи іноземні) на підприємствах $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера, у звітний період у порівнянні з базисним – до створення кластера.

За результатами розрахунків за формулами (6)–(8) можна визначити загальний темп економічного розвитку підприємств кластера (γ):

$$\gamma = \sqrt[3]{R \times V \times I}. \quad (9)$$

Значення показника γ повинне бути більше 1, що свідчатиме про економічну ефективність роботи підприємств у кластері та зростання темпів економічного розвитку підприємств кластера. У протилежному випадку, якщо значення показника γ менше 1, то це свідчить про зниження темпів економічного розвитку підприємств кластера, тобто кластер є неефективним.

За запропонованим нами методичним підходом можна також порівнювати діяльність окремих кластерів як за окремими показниками: усередненим темпом зростання рентабельності кластера (R); усередненим темпом зростання обсягів реалізації продукції кластером (V); усередненим темпом зростання надходжень інвестицій (включаючи іноземні) на підприємства кластера (I), так і за загальним показником темпу розвитку підприємств кластера (γ).

Для коректного використання запропонованої методики слід аналізувати дані розвитку підприємств за певний (однаковий) період часу.

II. Соціальний ефект.

Для визначення соціального ефекту від створення кластерів у регіоні ми пропонуємо скористатися такими показниками: кількість створених робочих місць у регіоні базування кластера; рівень доходів населення (середня заробітна плата) у регіоні базування кластера; темп зростання обсягів споживання продукції кластера внутрішніми споживачами (частка продукції кластера на внутрішньому споживчому ринку).

Для оцінки соціального ефекту від створення кластера в регіоні пропонуємо такий підхід:

1) визначення усередненого темпу зростання кількості робочих місць, створених у регіоні базування кластера в цілому (L):

$$L = \sqrt[n]{l_1 \times l_2 \times \dots \times l_n}, \quad (10)$$

де l_1, l_2, \dots, l_n – темпи зростання кількості робочих місць на підприємствах $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера;

2) визначення усередненого темпу зростання рівня доходів населення (середньої заробітної плати) у регіоні базування кластера по підприємствах, що входять до складу кластера в цілому (S):

$$S = \sqrt[n]{s_1 \times s_2 \times \dots \times s_n}, \quad (11)$$

де s_1, s_2, \dots, s_n – темпи зростання рівня доходів населення (середньої заробітної плати) у регіоні базування кластера по підприємствах $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера;

3) визначення усередненого темпу зростання обсягів споживання продукції кластера внутрішніми споживачами (усередненого темпу зростання частки продукції кластера на внутрішньому споживчому ринку) в цілому (C):

$$C = \sqrt[n]{c_1 \times c_2 \times \dots \times c_n}, \quad (12)$$

де c_1, c_2, \dots, c_n – темпи зростання обсягів споживання продукції підприємств кластера $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера, внутрішніми споживачами.

За результатами розрахунків за формулами (10)–(12) можна визначити загальний темп соціального розвитку регіону від створення кластера (β):

$$\beta = \sqrt[3]{L \times S \times C}. \quad (13)$$

Для коректного використання запропонованого методичного підходу слід аналізувати дані розвитку регіону за певний (однаковий) період часу.

III. Інноваційний ефект.

Для визначення інноваційного ефекту від створення та функціонування кластерів у регіоні ми пропонуємо скористатися такими показниками: кількість інноваційно-активних підприємств кластера; обсяг реалізованої інноваційної продукції підприємствами кластера.

Для оцінки інноваційного ефекту пропонуємо такий підхід:

1) визначення темпу збільшення кількості інноваційно-активних підприємств у результаті створення кластера (E):

$$E = \frac{N_2}{N_1}, \quad (14)$$

де N_1 – кількість інноваційно-активних підприємств галузі у досліджуваному регіоні до створення кластера;

N_2 – кількість інноваційно-активних підприємств галузі у досліджуваному регіоні після початку функціонування кластера.

2) визначення усередненого темпу зростання обсягів реалізованої інноваційної продукції підприємствами кластера в цілому (або продукції, виробленої з використанням інноваційних технологій) (P):

$$P = \sqrt[n]{p_1 \times p_2 \times \dots \times p_n}, \quad (15)$$

де p_1, p_2, \dots, p_n – темпи зростання обсягів реалізованої інноваційної продукції підприємствами $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять в кластер.

За результатами розрахунків за формулами (14)–(15) можна визначити загальний темп інноваційного розвитку кластера (D):

$$D = \sqrt{E \times P}. \quad (16)$$

IV. Податковий ефект.

Для визначення податкового ефекту від створення та функціонування кластерів у регіоні ми пропонуємо скористатися такими показниками: сума податків до бюджету, що надійшли від підприємств кластера; сума зборів до бюджету, що надійшли від підприємств кластера.

Для оцінки податкового ефекту від створення кластера пропонуємо такий підхід:

1) визначення усередненого темпу зростання суми податків до бюджету, що надійшли від підприємств кластера в цілому (T):

$$T = \sqrt[n]{t_1 \times t_2 \times \dots \times t_n}, \quad (17)$$

де t_1, t_2, \dots, t_n – темпи зростання суми податків до бюджету, що надійшли від підприємств $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера;

2) визначення усередненого темпу зростання суми зборів до бюджету, що надійшли від підприємств кластера в цілому (F):

$$F = \sqrt[n]{f_1 \times f_2 \times \dots \times f_n}, \quad (18)$$

де f_1, f_2, \dots, f_n – темпи зростання суми зборів до бюджету, що надійшли від підприємств $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ відповідно, які входять до складу кластера.

За результатами розрахунків за формулами (17)–(18) можна визначити загальний темп надходжень до бюджету від підприємств кластера (B):

$$B = \sqrt{T \times F}. \quad (19)$$

Значення показників γ, β, D, B повинні бути більше 1, що свідчить про ефективність роботи підприємств у кластері та зростання темпів економічного, соціального, інноваційного та податкового ефектів. У протилежному випадку, якщо значення цих показників менше 1, то це свідчить про зниження темпів розвитку кластера, тобто кластер є неефективним.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонований методичний підхід дозволяє оцінити певні види ефектів від створення кластера в регіоні та участі окремих підприємств у діяльності кластера, визначити темпи розвитку підприємств кластера, а також порівняти ефективність функціонування різних кластерів залежно від сфери виникнення ефекту. Особливістю даного підходу є можливість його застосування на всіх етапах функціонування кластера.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пічугіна М.А. Оцінка ефективності діяльності інноваційного кластеру [Електронний ресурс] / М.А. Пічугіна // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. – 2010. – № 6. – Режим доступу : <http://economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=245>.
2. Семенов Г.А. Створення кластерних об'єднань в умовах нової економіки : монографія / Г.А. Семенов, О.С. Богма. – Запоріжжя : КПУ, 2008. – 244 с.
3. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства : підруч. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль : «Економічна думка», 2006. – 390 с.
4. Кемпбэл Э. Стратегический синергизм / Эндрю Кемпбэл, Кэтрин Саммерс Лачс. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2004. – 230 с.
5. Кох Р. Стратегия. Как создавать и использовать эффективную стратегию / Ричард Кох. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2003. – 370 с.

УДК 656.078.89

Козіна К.Г.

*аспірант кафедри економіки підприємств міського господарства
Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ

Стаття присвячена узагальненню теоретико-методичних основ факторного аналізу конкурентоспроможності міжнародних автотранспортних вантажних перевезень України. В дослідженні описані позиції вітчизняних та зарубіжних вчених з питання класифікації факторів впливу на розвиток міжнародних автотранспортних вантажних перевезень. Виділена модель забезпечення конкурентоспроможності АТП на ринку міжнародних вантажних перевезень в залежності від різних факторів впливу. Також розмежовані та обґрунтовані особливості факторів міжнародної конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та конкурентоспроможності АТП на міжнародних ринках.

Ключові слова: автотранспортне підприємство, конкурентоспроможність, факторний аналіз, факторна модель, міжнародний ринок, вантажні перевезення.

Козина Е.Г. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК УКРАИНЫ

Статья посвящена обобщению теоретико-методических основ факторного анализа конкурентоспособности международных автотранспортных грузоперевозок Украины. В исследовании описаны позиции отечественных и зарубежных ученых по вопросу классификации факторов влияния на развитие международных автотранспортных грузоперевозок. Выделена модель обеспечения конкурентоспособности АТП на рынке международных грузовых перевозок в зависимости от различных факторов воздействия. Также разграничены и обоснованы особенности факторов международной конкурентоспособности автотранспортных предприятий и конкурентоспособности АТП на международных рынках.

Ключевые слова: автотранспортное предприятие, конкурентоспособность, факторный анализ, факторная модель, международный рынок, грузовые перевозки.

Kozina K.G. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF FACTOR ANALYSIS OF INTERNATIONAL TRUCKING COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN TRANSPORT COMPANIES

The article deals with the generalization of theoretical and methodological foundations of factor analysis of international trucking competitiveness of Ukrainian transport companies. The research describes the position of domestic and foreign scholars on the classification of the factors influencing the development of international trucking. The model of ensuring the competitiveness of transport companies in the international trucking market highlighted, depending on various factors of influence. As well the features of factors of international transport companies competitiveness and transport companies competitiveness in international markets demarcated and justified.

Keywords: transport company, competitiveness, factor analysis, factor model, international market, trucking.

Постановка проблеми. Факторний аналіз є одним з найбільш динамічних розділів теорії конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність є однією з найважливіших інтегральних характеристик, що використовується для аналізу ефективності економічної діяльності автотранспортних підприємств (АТП), в тому числі на міжнародних ринках. Оскільки в процесі діяльності підприємства його економічний стан є змінним за рахунок нестабільності зовнішнього та внутрішнього середовища, то саме аналіз впливу цих факторів дозволить ефективно розробляти та коригувати економіко-організаційний механізм управління конкурентоспроможністю АТП.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питання факторів впливу на конкурентоспроможність міжнародних автотранспортних вантажних перевезень займалися переважно зарубіжні вчені [4; 6; 7]: Н.А. Сафонова, І.О. Цанев, О.І. Черноус. В їх працях узагальнені основні підходи до класифікації факторів конкурентоспроможності та виявлені основні фактори конкурентоспроможності АТП. Дослідженням даного питання в Україні займалася Т.О. Дяченко [1]. Але в вищевказаних дослідженнях недостатнє обґрунтування факторів підвищення конкурентоспроможності міжнародних автотранспортних вантажних перевезень України, а також відсутнє розмежування особливостей факторного аналізу міжнародної конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та конкурентоспроможності АТП на міжнародних ринках.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в узагальненні теоретико-методичних основ факторного аналізу підвищення конкурентоспроможності міжнародних автотранспортних вантажних перевезень України і виділенні особливостей факторів міжнародної конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та конкурентоспроможності АТП на міжнародних ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під факторами конкурентоспроможності АТП (див. табл. 1) розуміють явища або процеси його господарської та фінансової діяльності, які впливають на зміну абсолютної та відносної величини витрат на надання послуг, а в результаті – на зміну рівня конкурентоспроможності самого підприємства.

Властивостями фактора є [3, с. 64]:
за рахунок впливу на предмет або явище, зміна його кількісних та/або якісних характеристик;
взаємодія з іншим предметом або явищем та зміна характеристик предмету впливу;
векторність, тобто у кожен момент часу фактор має точку впливу на предмет, кількісне значення впливу та його спрямованість у просторі.

Всі фактори, що впливають міжнародні автотранспортні вантажні перевезення, а відповідно і на їх конкурентоспроможність [1-7], можна розділити на дві групи: зовнішні (екзогенні), що не пов'язані з діяльністю АТП та внутрішні (ендогенні), що безпосередньо пов'язані з діяльністю підприємства. До зовнішніх

Таблиця 1

Класифікація факторів впливу на розвиток міжнародних автотранспортних вантажних перевезень

№	Автор	Класифікація факторів	Посилання
1	Т.А. Дяченко	Фактори, що контролюються АТП (стратегія функціонування АТП, якість транспортних послуг, технологія перевезень та переважано-розвантажувальних робіт, навчання та підвищення кваліфікації працівників, загальні витрати АТП) та фактори, що не контролюються АТП (державні: система оподаткування, законодавча база транспортної галузі; ринкові: вартість матеріально-технічного забезпечення, попит на автотранспортні послуги; природні: екологія)	[1]
2	Н.А. Сафонова	Фактори зовнішнього середовища (регіональні, правові, інвестиційні та ін.), рівень професіоналізму управлінського персоналу та водіїв АТП, якість управлінських рішень в області ціноутворення, ступінь безпосередньої зацікавленості працівника в підвищенні конкурентоспроможності АТП	[4]
3	І.О. Цанев	Зовнішні (податкові збори, мито, умови кредитування, стан ринку експедиційних послуг, об'єми державного, регіонального і приватного інвестування та ін.) та внутрішньофірмові	[7]
4	О.І. Чорноус	Зовнішні (вплив ринкових механізмів господарювання, організаційно-правові відносини, соціальні умови, безпека руху, інновації, маркетингові і логістичні фактори тощо) та внутрішні (інфраструктура, трудові ресурси, фінансові ресурси, екологічна ситуація)	[6]

факторів відносяться міжнародні: загальноекономічні (ринкові механізми господарювання, кон'юнктура ринків), інфраструктурні (міжнародна транспортна інфраструктура), науково-технологічні (фактори, що пов'язані з розвитком техніки, обладнання, інструментів і технологій), політичні (міжнародне політичне становище, світові інтеграційні процеси), інституціональні (міжнародні організаційно-правові відносини, міжнародне законодавство), природокліматичні (фактори, пов'язані з розміщенням, топографією місцевості, кліматом) та національні: економічні (особливості функціонування автотранспортної системи, купівельна спроможність та платоспроможний попит), інфраструктурні (національна транспортна інфраструктура, щільність автомобільних доріг), природокліматичні, політичні (політичне становище в країні, екологічна політика), інституціональні (законодавство, фінансаль-

на та кредитно-грошова політика, організаційно-правові відносини). До внутрішніх факторів належать фактори, що класифікуються за видом діяльності: операційні (якість та оперативність перевезення вантажу, об'єм перевезень), фінансові (величина прибутку, співвідношення власного та позикового капіталу), інвестиційні (ефективність реалізації інвестиційних проектів і проведення операцій з корпоративними правами та іншими видами майнових та інтелектуальних цінностей) та фактори, що класифікуються за видом ресурсів: техніко-технологічні (ступінь зносу рухомого складу та оновлення транспортного парку, технологічні особливості організації та управління перевезеннями), соціально-трудові (рівень оплати праці, рівень підготовки кадрів, мотивація праці, соціальна відповідальність перевізника), фінансові (тарифи транспортування, прибутковість, платоспроможність, рентабельність, ліквідність підприємства), організаційні (організація управління АТП, логістичні фактори, експедирування вантажів, наявність додаткових послуг – послуги з митного оформлення вантажів, перевезення вантажів АDR), маркетингові (частка ринку, частка постійних клієнтів, наявні та потенційні конкуренти, витрати на маркетингові заходи, лояльність перевізника до клієнтів), інноваційні (частка відрахувань на інноваційний розвиток АТП).

Оскільки в рамках міжнародної конкурентоспроможності підприємства АТП виступає як суб'єкт міжнародної економічної діяльності, то основними в дослідженні слід вважати зовнішні фактори. Внутрішні фактори є другорядними. Досягаючи конкурентоспроможності на ринку міжнародних вантажних перевезень, підприємство насамперед реалізує свої конкурентні переваги. Тому основними є внутрішні фактори, а зовнішні – другорядними. Однак АТП повинне дотримуватися системності та єдності дослідження факторів конкурентоспроможності.

Ефективним методом факторного аналізу конкурентоспроможності АТП є використання кореляційно-регресійної моделі (1). Застосування даної моделі дає змогу виявити кон-



Рис. 1. Модель забезпечення конкурентоспроможності АТП на ринку міжнародних вантажних перевезень

курентний профіль ринку та проектувати управлінські моделі з досягненням синергетичного ефекту взаємодії факторів конкурентоспроможності.

$$K = v_1 * E_j + v_2 * P_j + v_3 * Infr_j + v_4 * T_j + v_5 * N_j + v_6 * Inst_j + v_7 * Fin_j + v_8 * S_j, (1)$$

де v_1-v_8 – дискримінантні коефіцієнти, які відображають відносний вплив окремого фактора на рівень конкурентоспроможності АТП;

$E_j, P_j, Infr_j, T_j, N_j, Inst_j, Fin_j, S_j$ – ключові фактори (економічний, політичний, інфраструктурний, технологічний, природнокліматичний, інституційний, фінансовий, соціально-трудова відповідно), які в сукупності визначають рівень конкурентоспроможності АТП на j -му ринку.

Залежно від факторів впливу на міжнародні вантажні перевезення (рис. 1), конкурентоспроможність АТП забезпечується:

- на ринку послуг;
- на ринку праці;
- на ринку капіталів.

Тобто завдання забезпечення конкурентоспроможності підприємства залежно від виду конкурентного поля включає забезпечення конкурентоспроможності на ринку послуг, ринку капіталів і ринку праці. Варто виділяти різні критерії міжнародної конкурентоспроможності підприємства залежно від

періоду планування та об'єкта управління. Основним показником конкурентоспроможності підприємства на оперативному рівні є інтегральний показник конкурентоспроможності продукції, на тактичному – комплексний показник фінансово-господарського стану підприємства, на стратегічному – зростання вартості бізнесу (інноваційна та інвестиційна привабливість).

Розвиток міжнародних вантажних перевезень підприємств України [3; 5; 6; 8] характеризується дією, зокрема, негативних факторів (табл. 2, 3), що зумовлює низьку конкурентоспроможність українських АТП на міжнародній арені.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Існує декілька класифікацій факторів впливу на конкурентоспроможність автотранспортних підприємств. Серед них виділяють зовнішні фактори, які не залежать від діяльності підприємства і внутрішні, які безпосередньо від неї залежать. Українські АТП мають достатньо загроз їх міжнародній конкурентоспроможності та конкурентоспроможності їх послуг на міжнародних ринках. Використовуючи наведену вище факторну модель можна сформулювати ефективний та раціональний механізм управління конкурентоспроможності. Це дозволить АТП в конкретний пе-

Таблиця 2

Фактори загрози міжнародної конкурентоспроможності АТП

№	Фактор	Наслідки дії фактора	Можливі дії по зменшенню негативного впливу фактора
1	Ускладнені митні процедури	Суттєве витрачання часу українських водіїв на очікування оформлення товарів та інші непродуктивні простой	Спрощення митного оформлення вантажів
2	Застосування до українських автоперевізників візового режиму для здійснення поїздок до країн ЄС	Гальмування інтеграційних та інтернаціоналізаційних процесів	Лібералізація і встановлення паритетності на ринку транспортних послуг України – країн ЄС
3	Недостатній рівень підтримки перспективних досліджень у транспортній сфері	Моральний знос рухомого складу, технологічне відставання в організації та управлінні перевезеннями вантажів	Збалансування попиту і пропозиції з надання транспортних послуг, зміцнення міжнародного співробітництва і посилення процесу інтеграції транспортної системи України до європейської та світової транспортних мереж
4	Стан транзитного потенціалу України	Неефективне функціонування транспортних коридорів	Розроблення ефективної транспортної політики та визначення моделі розвитку транспортної системи з урахуванням усіх можливостей та високого потенціалу транспортного комплексу України

Таблиця 3

Фактори загрози конкурентоспроможності АТП на ринку міжнародних вантажних перевезень

№	Фактор	Наслідки дії фактора	Можливі дії по зменшенню негативного впливу фактора
1	Незадовільний стан рухомого складу, відсутність якісного та екологічного парку автотранспортних засобів в Україні	Низький рівень використання експортного потенціалу та потенціалу України як транзитної держави	Модернізація транспортної галузі України, розвиток державно-приватного партнерства у транспортній галузі, підвищення інвестиційної привабливості українських АТП
2	Високі відсоткові ставки банківських кредитів; невчасне повернення ПДВ та ін	Погіршення інвестиційного клімату в сфері діяльності АТП	Розробка системи пільг для АТП
3	Низький рівень мобільності у забезпеченні перевезень вантажів	Неефективне та неоперативне виконання послуги перевезення вантажу	Оновлення рухомого складу
4	Незадовільний стан безпеки на автомобільних дорогах України	Неефективне та неоперативне виконання послуги перевезення вантажу	Розроблення заходів по збільшенню фінансування транспортної галузі
5	Постійна реструктуризація державних органів управління транспортною галуззю, часті зміни законодавства у сфері транспорту та податкової політики, зміни тарифів	Нестабільність функціонування АТП, зниження платоспроможного попиту покупців	Запровадження мораторію на зміни у законодавстві на декілька років, а також забезпечення комплексності у вирішенні питань, пов'язаних з функціонуванням транспортної системи України.
6	Відсутність соціальної відповідальності перевізників	Зниження ефективності мотивації праці на автотранспорті та відповідальності водіїв	Стимулювання корпоративної соціальної відповідальності

ріод часу використовувати всі його ресурси та активи настільки ефективно і продуктивно, що воно буде більш прибутковим, ніж його конкуренти, займати стабільне місце на ринку та його послуги будуть користуватися постійним попитом на міжнародному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дяченко Т.О. Визначення конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та стратегії її підвищення [Текст]: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.07.04 / Дяченко Тетяна Олександрівна; Національний авіаційний університеті Міністерства освіти і науки України. – К., 2002. – 22 с.
2. Івасишина Н.В. Підвищення ефективності міжнародних автомобільних перевезень вантажів [Текст]: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.06.01 / Івасишина Наталія Володимирівна; Національний транспортний університет. – К., 2002. – 21 с.
3. Пономаренко В.С., Піддубна Л.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [Текст]: Підручник. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 328 с.
4. Сафонова Н.А. Организационно-экономические методы повышения конкурентоспособности автотранспортного предприятия [Текст]: автореф. дис.... канд. экон. наук: 08.00.05 / Сафонова Наталья Александровна; Санкт-Петербургский государственный университет водных коммуникаций. – СПб., 2000. – 18 с.
5. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) [Текст]: Навч. посібник / За ред. І.Ю. Сіваченка. – Київ: ЦНЛ, 2003. – 186 с.
6. Черноус О.І. Забезпечення стійкого функціонування автотранспортної системи регіону [Текст]: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.05 / Черноус Оксана Ігорівна; Інститут економіко-правових досліджень Національної академії наук України. – Донецьк, 2009. – 25 с.
7. Цанев І.А. Организационно-экономические аспекты обеспечения минимизации рисков при международных автоперевозках внешнеторговых грузов [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14 / Цанев Иван Александрович. – М.: РГВ, 2006. – 31 с.
8. Круглий стіл «Стратегічні напрями розвитку транспортної галузі України у післякризовий період» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/601/>.

УДК 65.016:679

Коновал В.В.

*здобувач кафедри економіки підприємства та підприємництва
Хмельницького національного університету*

ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті досліджено сучасні виклики нагальних потреб економіки України щодо оцінювання потенціалу розвитку підприємств легкої промисловості, висвітлено та проаналізовано обсяги реалізації продукції підприємств легкої промисловості України.

Ключові слова: оцінка, потенціал, розвиток, легка промисловість, обсяги реалізованої продукції.

Коновал В.В. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье изучены современные вызовы насущных потребностей экономики Украины относительно оценки потенциала развития предприятий легкой промышленности, освещены и проанализированы объемы реализации продукции предприятий легкой промышленности Украины.

Ключевые слова: оценка, потенциал, развитие, легкая промышленность, объемы продаж.

Konowal V.V. ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF ENTERPRISES OF LIGHT INDUSTRY

The article explored the modern challenges of the urgent needs of the economy of Ukraine regarding the assessment of the development potential of enterprises of light industry, highlights and analyzes sales volumes of light industry enterprises of Ukraine.

Keywords: evaluation, potential, development, light industry, volumes of sales.

Постановка проблеми. У ринкових умовах господарювання змістилися наголоси з вирішення поточних організаційно-виробничих завдань на формування та досягнення довгострокових цілей розвитку підприємств. Вирішення часткових завдань організації виробництва продукції підприємств легкої промисловості, упровадження нових технологій, оновлення асортименту продукції, оптимізації використання виробничих ресурсів на певний час могло забезпечити зниження витрат виробництва, однак не гарантувало ефективності функціонування підприємств на тривалому проміжку часу, що істотно стала залежати від конкурентного статусу підприємств, системності врахування і швидкості реагування на зміну зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на рівень останнього, зокрема соціальних та екологічних, кон'юнктури ринку, логістичної мережі, комплексу маркетингу, інноваційних наукових досліджень і конструкторських розробок тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми сутності та складу потенціалу підприємства, його

структуризації та формування, конкурентоспроможності потенціалу, її оцінки та стратегічного аналізу, висвітлені у працях зарубіжних вчених-економістів: І. Ансоффа, Б. Карлоффа, Дж. Б. Куїна, А. Мескона, М. Хедоурі, Ф. Альберта, А. А Томпсона, А. Дж. Стрікленда, Д. Хасбі, А. Чандлера та інших. А також серед російських вчених присвячені праці питанням визначення суті потенціалу підприємства, його розвитку та оцінки О.І. Анчишкіна, М.І. Баканова, Т.Б. Берднікової, А.В. Винокурова, Е.П. Горбунова, Б.І. Майданчика, В.Д. Маркова, Б.М. Мочалова, А.І. Ноткіна, Р.С. Сайфуліна, Е.Б. Фігурнова, А.Д. Шеремета та українських вчених: О.В. Ареф'євої, В.М. Гавви, Л.С. Довгань, Н.С. Краснокутської, В.Д. Немцова, О.С. Федоніна, І.М. Репіної, С.В. Оборської, З.Є. Шершньової та інших.

Наразі сучасні виклики нагальних потреб економіки України щодо оцінювання потенціалу розвитку підприємств легкої промисловості залишаються недостатньо опрацьованими попри прискіпливу увагу до цієї проблеми ряду науковців: О. Балацького,

А. Воронкової, І. Джаїна, Ю. Дорошенка, Я. Качмарика, Є. Крикавського, В. Мікловди, О. Олексюка, Й. Петровича, С. Пирожкова, М. Пітюлича, Є. Попова, Є. Лапіна, І. Рєпіної, О. Федоніна, Р. Фещура та інших. Зокрема, дискусійним залишається саме поняття потенціалу соціально-економічного розвитку підприємств, через що численні методика його оцінювання не знайшли належного практичного застосування.

Формування цілей статті. Метою даної статті є дослідження обсягів реалізації продукції підприємств легкої промисловості, а також аналіз динаміки темпів зростання (спаду) обсягів реалізації продукції підприємств легкої промисловості в Україні за 2008–2012 рр.

Виклад основного матеріалу. Щоб оцінити потенціал соціально-економічного розвитку як сукупності незадіяних на певний момент часу ресурсів та можливостей суб'єктів господарювання, необхідно дослідити сутність і напрями соціально-економічного розвитку підприємств легкої промисловості за змін зовнішнього і внутрішнього середовища. Актуальним і важливим є завдання створення концепції оцінювання потенціалу розвитку підприємств для визначення доцільності та результативності змін, які впроваджуються в межах трансформації підприємств. Потенціал у прямому розумінні цього слова характеризує можливості підприємства, які в конкретних умовах довкілля і внутрішнього середовища можуть проявитися у визначеному напрямі з певною ефективністю за певний час. Напрямок розкриття потенціалу підприємств легкої промисловості впливає з поставленої перед ними мети, оскільки вид діяльності можна вважати відносно сталою характеристикою.

Щодо процесу розвитку підприємств, то його слід відрізняти від процесу зростання. Економічне зростання будемо тлумачити як процес розширення масштабів виробництва без зміни (поліпшення) показників його ефективності. У той же час розвиток підприємств безпосередньо пов'язаний із підвищенням ефективності їх виробничо-господарської діяльності, а також із досягненням планових рівнів індикаторів, з допомогою яких відображають економічні та соціальні цілі підприємств. До числа таких цільових показників повинні входити не лише економічні показники (прибутковість, рентабельність тощо), а й показники задоволення потреб та очікувань споживачів, поліпшення бізнес-процесу, удосконалення системи корпоративного управління, мотивування персоналу підприємства, задоволення потреб та інтересів акціонерів, підвищення якості життя населення регіону.

Оскільки потенціал окремо без визначення мети його використання існувати не може, розглянемо фрагмент «дерева цілей» діяльності підприємства. Так, для забезпечення нарощування потенціалу підприємства як цілі найвищого рівня доречно, наприклад, по-перше, підвищити фінансовий потенціал підприємства, по-друге, посилити конкурентні позиції підприємства. В свою чергу, досягнення мети нижчого рівня можливо за рахунок поліпшення фінансового стану – показників прибутковості, ділової активності, ліквідності; за рахунок підвищення конкурентоспроможності послуг, які надаються, частки ринку – завдяки збільшенню обсягу надання послуг, освоєння нових ринків розподілу послуг та ін. Тобто досягнення підприємством цілі зумовлює постановку та розв'язання конкретних завдань щодо оптимального сполучення його внутрішніх ресурсів (фінансових, трудових, організаційних, технічних, техноло-

гічних, інформаційних тощо), врахування сфери їх виникнення та застосування.

Ресурси, що використовуються, перетворюються у певний результат, змінюючись та набуваючи нових якісних і кількісних характеристик. В зв'язку з цим, слід враховувати здатність підприємства здійснювати пошук додаткових або перерозподіл наявних зусиль сфери використання ресурсів шляхом їх перетворення та внаслідок саморозвитку з урахуванням зовнішніх обмежень.

Керуючись наведеними узагальненнями, на рисунку 1.1. поданий склад потенціалу підприємства за певними класифікаційними ознаками.



Рис. 1.1. Обґрунтування складу потенціалу підприємства

По-перше, залежно від сфери виникнення ресурсів слід відокремлювати внутрішній та зовнішній потенціал підприємства. По-друге, залежно від сфери застосування ресурсів – потенціал НДДКР, фінансовий, маркетинговий, виробничий, кадровий потенціали підприємства. По-третє, залежно від здатності підприємства здійснювати пошук/перерозподіл зусиль використання ресурсів – існуючий потенціал та потенціал розвитку підприємства.

Отже, визначено види потенціалу підприємства залежно від його здатності здійснювати пошук/перерозподіл зусиль використання ресурсів, сфери їх виникнення та застосування.

Легка промисловість – найглобалізованіша галузь у світі. В багатьох країнах світу легка промисловість, як галузь, формує бюджет країни, та наповнює внутрішній ринок продукцією власного виробництва. За останні 10–15 років внаслідок глобалізації світової економіки центр виробництва одягу, взуття, іграшок та інших товарів широкого вжитку перемістився з країн Європи та США в країни Південно-східної та Середньої Азії та Південну Америку. Як одна із важливих галузей економіки, легка промисловість відіграє важливу роль у забезпеченні потреб населення у товарах широкого вжитку, формуванні виробничого потенціалу, розвитку та розміщенні продуктивних сил. У зв'язку з цим її відтворення і розвиток є важливою передумовою подальшого розвитку економіки країни, потребує застосування спрямованої на це науково обґрунтованої цінової, податкової, фінансово-кредитної, інвестиційної, а також інноваційної політики, через

недосконалість якої легка промисловість України як за наявними виробничими потужностями, їх фізичним, технічним та технологічним станом, так і за рівнем розвитку інфраструктури суттєво відстає від досягнутого раніше рівня, а також від рівня розвитку аналогічної галузі в економічно розвинутих країнах.

Українська легка промисловість сьогодні є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання. Вона забезпечує приблизно 150 тис. робочих місць. Цей соціально вагомий сектор економіки орієнтований на кінцевого споживача. Потенційні можливості підприємств легкої промисловості дозволяють виробляти широкий спектр товарів, здатних задовольнити увесь попит внутрішнього ринку. На підприємствах галузі, розташованих в усіх регіонах України, зосереджено близько 7% загальної чисельності промислово-виробничого потенціалу промисловості і 2,4% виробничих фондів.

Виступаючи соціально важливим сектором економіки, який орієнтований на забезпечення потреб кінцевого споживача, українська легка промисловість сьогодні є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання.

Протягом останніх років промисловість України та, зокрема, галузі легкої промисловості зазнали ряд проблем, які привели до погіршення показників її діяльності. До основних причин можна віднести фінансову кризу, нерівноправність в системі оподаткування, існування «тіньового» імпорту, що призводить до зниження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та споживчого попиту, що, в свою чергу, може призвести до руйнівних наслідків.

Місткість внутрішнього ринку є важливою потенційною конкурентною перевагою національної економіки України і його подальше розширення – ключовим чинником розвитку вітчизняного виробництва. Загострення конкурентної боротьби за кожний сегмент ринку вимагатиме від національних виробників адекватних відповідних дій та розробки нових ефективних конкурентних стратегій. Динаміка сукупного внутрішнього ринку України в останні роки демонструє стійку тенденцію до розширення. Нині Україна досягла важливого етапу ідентифікації власної стратегічної ролі та місця у світовому поділі праці. Подолання основних проблем, пов'язаних із трансформаційними шоками та розривом технологічних зв'язків, здебільшого завершилося, відтак на перший план вийшло завдання формування сучасних чинників конкурентоспроможності національної економіки, яка визначатиме місце України у світовому поділі праці.

Маючи вигідні первинні конкурентні переваги, а саме: низьку заробітну плату, високий рівень кваліфікації працівників, базу високотехнологічних виробництв, власну сировинну базу для більшості промислових виробництв, вигідне географічне розташування, забезпеченість власною електроенергією, потенційно потужний внутрішній ринок та широку диверсифікацію виробництва, Україна має високі шанси посісти вагоме місце у міжнародному поділі праці [1, с. 35]. Проте реалізація цього потенціалу потребуватиме послідовних зусиль у сфері формування та реалізації комплексної стратегії забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

Легку промисловість можна віднести до основних галузей соціального спрямування, більшість продукції даної галузі належить до предметів першої необхідності, розвиток якої є необхідною умовою покращення рівня життя населення [2].

Сучасний стан підприємств даної галузі характеризується наявністю жорсткої конкуренції, необхідністю гнучко реагувати на неоднозначні зміни ситуації на ринку. Значну частину ринку легкої промисловості України займають товари Китаю – 50%, Туреччини – 23%, В'єтнаму – 8%, Італії – 4%, інші – 12%, частка товарів вітчизняного виробництва становить 3% [3].

Обсяги реалізації продукції підприємств легкої промисловості у 2008-2012 рр. наведено у таблиці 1.1.

Аналіз статистичних показників показує, що протягом 2008–2009 рр. обсяги реалізації продукції підприємств легкої промисловості України суттєво скоротилися, що є наслідком світової фінансової кризи, а в 2010-2012 рр. спостерігається тенденція до зростання. Щодо частки реалізованої продукції легкої промисловості в загальному обсязі промислової продукції, то даний показник в 2008-2009 рр. становив 0,9%, а протягом 2010-2012 рр. скоротився до 0,7%. Це є негативним фактом, адже в Україні здійснюються заходи, спрямовані на стабілізацію ситуації та стимулювання розвитку легкої промисловості, підтримку вітчизняного товаровиробника завдяки внесенню законопроектів і нормативних актів, підготовці пропозицій щодо формування ефективної державної промислової політики у галузі, з врахуванням пропозицій галузевих громадських організацій та підприємств. Для визначення причин, що спричиняють таку ситуацію, проведемо детальний аналіз основних показників діяльності підприємств легкої промисловості в Україні.

Динаміку темпів зростання (спаду) обсягів реалізації продукції підприємств легкої промисловості в Україні за 2008–2012 рр. зображено на рисунку 1.2.

Таблиця 1.1

Обсяги реалізації продукції підприємств легкої промисловості у 2008–2012 рр., млн грн

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	Відхилення 2012 р. від	
						2008 р.	2011 р.
Промисловість	917035,5	806550,6	1065850,5	1331887,6	1400680,2	483644,7	68792,6
Легка промисловість	8201,5	7511,9	8425,4	9679,3	9867,1	1665,6	187,8
у % до підсумку	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	-0,2	0,0
текстильне виробництво; виробництво одягу, хутра та виробів з хутра	5655,7	5297,2	6039,1	6986,7	7117,6	1461,9	130,9
у % до підсумку	0,6	0,7	0,6	0,5	0,5	-0,1	0,0
виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	2545,8	2214,6	2490,6	2692,6	2749,5	203,7	56,9
у % до підсумку	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	-0,1	0,0

Джерело: розроблено автором [3]



Рис. 1.2. Динаміка темпів зростання (спаду) обсягів реалізації продукції підприємств легкої промисловості в Україні за 2008–2012 рр.

Аналіз даних показує, що в 2009 р. в у діяльності підприємств швейної промисловості, що подолали кризу, пов'язану з переходом країни на ринкові відносини, спостерігаються позитивні тенденції. Однак у 2005–2009 рр. обсяги виробництва швейної продукції знижувалися. Найнижчого значення індекс обсягів швейного виробництва досяг у 2009 році і становив 72% до попереднього року. Аналогічні показники простежуються у легкій промисловості та промисловості загалом.

У 2008 році показник обсягу продукції легкої промисловості скоротився на 3,8% у порівнянні із 2007 роком [3]. Це було зумовлено, передусім, такими факторами, як:

- посилення негативного впливу фінансової кризи, внаслідок чого підприємства не були в змозі отримати короткострокові кредити на поповнення обігових коштів для закупівлі сировини, допоміжних матеріалів та запасних частин;

- запровадження спрощеної системи оподаткування, яка створила нерівні умови конкуренції на ринку країни і призводить до розукрупнення великих підприємств;

- зростання імпорту даних товарів, в тому числі завезених контрабандно та із заниженням митної вартості;

- нерозвиненість системи збуту, що змушує вітчизняні підприємства вдаватися до давальницьких контрактів;

- відсутність виробництва спеціалізованого обладнання для виготовлення товарів легкої промисловості та запасних частин до нього та ін.

Висновок з цього дослідження. На основі проведеного дослідження можна зробити наступні узагальнення і висновки:

1. Потенціал підприємства займає особливе місце у складі економічного потенціалу країни, оскільки підприємство концентрує у собі всі ресурси виробництва. Формування відносин, спрямованих на досягнення соціально-економічних цілей, здійснення господарських процесів, що обумовлюють примноження національного багатства, концентрується у виробничій діяльності окремого підприємства. Темпи розвитку та ефективність економічної системи країни прямо пов'язані зі ступенем реалізації потенціалу конкретних господарюючих суб'єктів.

2. Виробничий потенціал підприємства можна визначити як граничні можливості по досягненню перспективних цілей підприємства за умов оптимального співвідношення ресурсів і врахування впливу зовнішнього середовища. Оптимізація виробничого потенціалу підприємства – здатність до зростання його фактичних можливостей через використання внутрішніх резервів та переваг зовнішнього середовища нівелюючи вплив слабких сторін та зовнішніх загроз, спланований комплекс заходів з реалізації потенційних можливостей підприємства у напрямі досягнення його стратегічних цілей.

3. Удосконалення методів оцінювання та порівняння рівня потенціалу підприємств легкої промисловості з метою оптимізації останнього доцільно використовувати рейтингову методіку оцінки. Запровадження даної методіки дозволяє порівняти конкурентоспроможність і можливості підприємства, тобто сукупність складових потенціалу та розробити заходи щодо підвищення ефективності використання потенціалу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маталка, Сфуан Мохаммад. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств: Монографія / С.М. Маталка – Луганськ : Вид-во «Ноулідж», 2011. – С. 35.
2. Лінькова О.Ю. Конкурентоспроможність легкої промисловості України та механізми її підвищення // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/>.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.

УДК 658:330.341

Кошлата М.М.
викладач кафедри економіки та обліку господарської діяльності
Нововолинського факультету
Тернопільського національного економічного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена дослідженню сутності управління інноваційним розвитком підприємств в сучасних умовах господарювання. Визначено основні складові системи управління інноваційним розвитком підприємств. Проаналізовано використання організаційних структур та методів управління інноваційним розвитком підприємств.

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток підприємств, інноваційна діяльність, управління, методи управління.

Кошлата М.М. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена исследованию сущности управления инновационным развитием предприятий в современных условиях ведения хозяйства. Определены основные составные системы управления инновационным развитием предприятий. Проанализировано использование организационных структур и методов управления инновационным развитием предприятий.

Ключевые слова: инновация, инновационное развитие предприятий, инновационная деятельность, управление, методы управления.

Koshlata M.M. THEORETICAL PRINCIPLES OF MANAGEMENT INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

The article is deal with the research of essence of management innovative development of enterprises in the modern terms of menage. Basic component control system by innovative development of enterprises is certain. The use of organizational structures and methods of management innovative development of enterprises is analysed.

Keywords: innovation, innovative development of enterprises, innovative activity, management, management methods.

Постановка проблеми. Ситуація, що склалася в українській економіці, характеризується загальним спадом виробництва та конкурентоспроможності продукції, зниженням зацікавленості більшості товаровиробників у проведенні інноваційних заходів, а також практично повною відсутністю у державних структур цілісної інноваційної політики. Збільшення ролі інновацій в сучасних умовах зумовлює активізацію інноваційної діяльності підприємств на основі підвищення ефективності виробництва, здійснення перспективних науково дослідних розробок і реалізації інноваційних програм. Сучасні інноваційні процеси досить складні і потребують детального вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти управління інноваційною діяльністю підприємства досліджували багато вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Ю. Бажала, Х. Барнета, С. Валдайцев, О. Волков, М. Денисенко, П. Завлін, С. Ілляшенко [3], М. Кондратьєв, В. Мединський, К. Найт, Б. Твісс, В. Томпсон, Й. Шумпетер [10] та ін. У наукових працях цих вчених розглядаються теоретичні основи інновацій, оцінка ефективності інноваційних проектів, формування інфраструктури інноваційної діяльності, фінансування та стимулювання інноваційних процесів, кадрове забезпечення інноваційної діяльності. вирішення проблеми. Проблемам інноваційного розвитку підприємств присвячені праці багатьох українських та російських вчених: К. Філіпової, Т. Товта, М. Давідової, О. Мороз [4], Ж. Говорухи, Т. Пілявоз [5] та інших, які наголошують на необхідності державної підтримки інноваційної діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності і ролі інновацій, інноваційного розвитку та визначення основних засад управління ним.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досягти гармонійного та стабільного розвитку підприємства неможливо без використання інновацій. У ХХІ ст. впровадження інновацій та інтелектуальний капітал підприємства стають вирішальними чинниками у його розвитку та основним напрямком підвищення його ефективності. Також набуває поширення інно-

ваційне підприємництво, що ґрунтується на новаторському ризикованому підході, тобто за рахунок високої віддачі інвестицій в інноваційній сфері ставиться мета максимізації прибутку за короткий період часу. Економічного домінування добиваються країни та підприємства, що конкурують на основі інновацій.

Вперше термін «інновація» було використано австрійським економістом Йозефом Шумпетером. У книзі «Теорія економічного розвитку» (1911 р.) він виділив п'ять типових змін [10]:

- використання нової техніки, нових технологічних процесів або нового ринкового забезпечення виробництва;

- впровадження продукції з новими якістьми;
- використання нової сировини;
- зміни в організації виробництва та його матеріально-технічного забезпечення;
- поява нових ринків збуту

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [2].

Загальноприйнятим є визначення, що інновація (нововведення) – це результат творчої праці, який втілюється у вигляді нового або удосконаленого продукту, технічного процесу, що реалізується на ринку і використовується у практичній діяльності. Тобто обов'язковими властивостями інновації є:

- науково-технічна новизна;
- можливість виготовлення на виробництві;
- задоволення ринкового попиту.

Іноді інновація може розглядатися як процес, тобто нововведення розвивається у часі та має точно виражені стадії. Найбільш поширений підхід до опису інноваційного процесу ґрунтується на виділенні чотирьох етапів:

1. Фундаментальні дослідження.
2. Прикладні науково-дослідні роботи.

3. Дослідно-конструкторські та проектно-конструкторські роботи.

4. Промислове виробництво (виробництво нової продукції та реалізація).

Ефективним способом конкурентної боротьби в XXI ст. є зростання компанії внаслідок інноваційного розвитку, який передбачає активне впровадження результатів наукової діяльності у виробничо-комерційне використання. Проте єдиного серед науковців підходу до визначення інноваційного розвитку підприємства на даний момент немає.

На думку С. Ілляшенко, інноваційний розвиток підприємства – це процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [4].

Т.М. Пілявоз вважає під інноваційним розвитком підприємства процес цілеспрямованого, послідовного руху підприємства до збалансованого інноваційного стану під впливом синергетичної дії зовнішніх і внутрішніх факторів, що визначають стійкість організаційно-функціональної системи підприємства в умовах ринкової економіки, який характеризується результатом якості, досягнутим залежно від інтенсивності та швидкості інноваційних процесів на підприємстві [5].

Згідно з О. Шакурою це процес збалансованого вдосконалювання різних сфер діяльності суб'єктів господарювання на основі впровадження науково-технічних, організаційно-комунікаційних і фінансово-економічних інновацій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, ділової активності, забезпечення фінансової стійкості, ліквідності й платоспроможності суб'єктів господарювання [7].

О. визначає інноваційний розвиток підприємства як процес пошуку та створення нової продукції та процесів на основі використання сукупності всіх наявних засобів і можливостей підприємства, що веде до якісних змін (підвищення конкурентоспроможності, збільшення стійкості в мінливих зовнішніх умовах, формування нових ринків збуту) [4].

Отже, під інноваційним розвитком підприємства варто вважати процес функціонування підприємства, який зорієнтований на використання різних форм інновацій у виробничій, збутовій та комерційній діяльності задля підвищення прибутковості та конкурентоспроможності.

На сьогодні інноваційний шлях розвитку є невід'ємною або навіть визначальною складовою економічного зростання будь-якої країни світу. Досвід інших країн засвідчує, що лише за умови широкого впровадження інноваційних розробок можливо наповнити як український, так і світовий ринки конкурентоспроможною продукцією вітчизняного виробництва.

Процес організації інноваційної діяльності на підприємстві передбачає здійснення наступних етапів:

- оцінку інноваційного потенціалу й визначення адекватних інноваційних цілей;
- встановлення стратегічного партнерства з науково-дослідною або конструкторською організацією (можливе створення власного інноваційного підрозділу);
- розробку науково-технічних рішень щодо досягнення інноваційної мети;
- формування інноваційного портфелю та розробка інноваційних проектів;

- інтеграцію інноваційних проектів в інноваційну програму;

- проведення організаційно-структурних змін;
- розробку корпоративної стратегії на основі інноваційного підходу [6].

Система управління інноваційним розвитком господарюючого суб'єкта є відкритою системою. Її основу складає організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком підприємства.

Головною особливістю системи управління інноваційним розвитком підприємства є те, що він орієнтований не тільки на внутрішньовиробничі відносини, а й на те, що підприємство повинно всебічно використовувати існуючі та перспективні ринкові можливості інноваційного розвитку з метою досягнення успіху в конкуренції, максимізації доходів для забезпечення сталого розвитку. Сукупність елементів управлінського процесу інноваційного розвитку підприємства наведена на рисунку 1.



Рис. 1. Система управління інноваційним розвитком підприємств

Як зазначає О.Г. Череп, механізм управління інноваційною діяльністю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством і для ефективного його використання та забезпечення конкурентоспроможного розвитку підприємства пропонує застосовувати поетапний підхід управління інноваційною діяльністю підприємства.

На першому етапі досліджується мета НДДКР підприємства, аналізується поточний стан на основі оцінки основних показників стійкості, ділової активності та ефективності використання наявних ресурсів.

Наступним етапом є процес виробництва інноваційної продукції, виявлення та аналіз чинників, що впливають на рівень інноваційного розвитку підприємства (аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів), а також визначається його готовність до інноваційного розвитку. Сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників розглядається як рушійна сила формування механізму інноваційного розвитку підприємства.

На третьому етапі здійснюється вивчення ринку та планування інноваційного розвитку підприємства розглядаються засоби та інструменти за допомогою яких буде формуватися інноваційний розвиток підприємства [9].

Для того, щоб підприємство могло розвиватися в інноваційному напрямку, необхідно використовувати певні організаційні структури управління таким процесом. До теперішнього часу склалися такі форми організації та управління інноваційною діяльністю на підприємствах і в організаціях:

1. Спеціалізовані підрозділи, представлені у вигляді робочих груп, комітетів, рад, орієнтованих на

розробку пропозицій з інноваційної політики господарюючого суб'єкта. Подібні підрозділи характерні, в основному, для великих підприємств і організацій, що здійснюють випуск наукомісткої продукції.

2. Відділення та центральні служби координування інноваційної діяльності. Їх основним завданням є контроль і координація інноваційної діяльності, що здійснюється різними підрозділами, забезпечення узгодженості між ними в питаннях визначення цілей і напрямів, розробки програм і планів інноваційної діяльності.

3. Програмно-цільові (проектно-цільові) групи, що формуються під конкретну інноваційну програму або проект на тимчасовій або постійній основі. Такі групи є самостійні господарські підрозділи, діяльність яких спрямована на комплексну організацію всього циклу інноваційного процесу – від досліджень до виходу на ринок. У разі успішної реалізації інноваційної програми або проекту досить часто на базі подібних груп відкриваються нові напрямки діяльності і створюються дочірні підприємства.

4. Венчурні структури можуть формуватися в декількох варіантах:

4.1. Внутріфірмові венчури, що створюються зазвичай на базі великих господарюючих суб'єктів з метою розвитку стратегічно важливих напрямів науково-дослідної діяльності та/або підтримки наукових ідей окремих груп фахівців-новаторів. Проекти, що розглядаються даними підрозділами, мають середній період окупності від 5 до 9 років і належать до високоризикових.

4.2. В якості дочірніх підприємств. Материнська компанія в цьому випадку є основним власником акцій венчурної фірми, здійснює повний контроль її фінансових коштів і має виключні права на використання отриманих результатів у власній діяльності [1, с. 85].

Аналіз показує, що найбільші можливості для успішного інноваційного розвитку є в інтегрованих і корпоративних структурах. Нині корпоративні структури найбільшою мірою, порівняно з іншими типами виробничих організацій, володіють в основному всіма необхідними передумовами для активного вживання, виробництва і реалізації інноваційної продукції.

Варто також звернути увагу і на методи менеджменту, які можуть використовуватися в процесі управління інноваційною діяльністю. Соціально-психологічні методи необхідно враховувати як вкрай важливі, адже інноваційний розвиток підприємства – завдання, яке передбачає створення атмосфери творчої активності працівників (чи на рівні лише інноваційного відділу, чи на рівні проектних груп, чи, що найкраще, у середовищі всього підприємства). Створення такої атмосфери можливе коли є управлінці, спроможні надихнути, донести бачення вищого керівництва на перспективний розвиток підприємства, які вміють ефективно використовувати мотиваційні аспекти корпоративної культури в руслі інноваційного розвитку [8].

Інструментами управлінського впливу являються організаційні і економічні важелі, проте їх грамот-

не використання необхідно поєднувати з соціально-психологічними методами. Менеджер може досить ефективно організувати роботу колективу, який займається пошуком чи впровадженням інновацій, спрямувати кошти на реалізацію інноваційних проектів, проте саме спроможність бути носієм ентузіазму інноваційного пошуку та інноваційної культури, вміння знайти спільну мову з кожним учасником колективу і викликати у нього відповідну психологічну мотивацію – один з ключових факторів успіху.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розробок у даному напрямку. Отже, з проведеного дослідження варто зробити висновок, що інноваційний розвиток країни вимагає розвитку та модернізації найбільш перспективних виробництв, що забезпечують підйом економіки, підвищення якості продукції та прорив на світові високотехнологічні ринки. Підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств в сучасних жорстких умовах конкурентного середовища базується на удосконаленні управління інноваційними процесами на підприємстві. Тому в подальших дослідженнях варто звертати особливу увагу на розробку інноваційної стратегії та інноваційної політики підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гальперин С.Б. Организация управления инновационным развитием в корпоративной структуре / С.Б. Гальперин, Е.С. Кеневич. – М. : ОАО «Институт микроэкономики», 2007. – 164 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>.
3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник / С.М. Ілляшенко – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. – 324 с.
4. Мороз О.С. Формування системи показників для оцінювання інноваційного розвитку підприємства / О.С. Мороз // Економіка Криму. – 2012. – № 3 (40). – С. 263–266.
5. Пілявкоз Т.М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки / Т.М. Пілявкоз // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4 (30). – С. 185–190.
6. Попова Н.О. Науково-теоретичні основи управління інноваційним розвитком на підприємстві / Н.О. Попова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу, 2011. – № 4(16). – С. 133–137.
7. Стрижеус Л.В. Теоретичні аспекти управління інноваційним розвитком підприємства / Л.В. Стрижеус, В.І. Костюков // Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент», Луцьк, 2012. – № 9 (34). Частина 2. – С. 128–135.
8. Українець А.І. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком підприємства: сутнісне визначення [Електронний ресурс] / А.І. Українець // Режим доступу: epa.lp.edu.ua:8080/.../139_226-227_120506
9. Череп О.Г. Система управління інноваційним розвитком підприємства [Електронний ресурс] / О.Г. Череп // Режим доступу : eztuir.ztu.edu.ua/5479/1/110.pdf.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер / Пер.с англ. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.



УДК 331.108.37:631.15 (045)

Кравцова А.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
Вінницького національного аграрного університету***Костунець Т.А.***аспірант
Вінницького національного аграрного університету*

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено одну із головних проблем управління сільськогосподарськими підприємствами – організацію формування персоналу та вибору оптимальних методів добору трудових ресурсів в умовах конкурентоспроможності. Здійснено аналіз персоналу, оскільки він є головним ресурсом сільськогосподарських підприємств, від ефективності використання якого залежать результати їх діяльності, а також конкурентоспроможності на ринку. Розглянуто складові концепції управління персоналом сільськогосподарського підприємства.

Ключові слова: управління, персонал, сільськогосподарське підприємство, методи добору, трудові ресурси, моделі компетенцій.

Кравцова А.М., Костунець Т.А. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье исследована одна из главных проблем управления сельскохозяйственными предприятиями – организация формирования персонала и выбора оптимальных методов отбора трудовых ресурсов в условиях конкурентоспособности. Осуществлен анализ персонала, поскольку он является главным ресурсом сельскохозяйственных предприятий, от эффективности использования которого зависят результаты их деятельности, а также конкурентоспособности на рынке. Рассмотрены составляющие концепции управления персоналом сельскохозяйственного предприятия.

Ключевые слова: управление, персонал, сельскохозяйственное предприятие, методы отбора, трудовые ресурсы, модели компетенций.

Kravtsova A.M., Kostunets T.A. ORGANIZATIONAL ASPECTS OF STAFF OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

This article investigates one of the main problems farm management – organization and formation personnel selection methods for optimal selection of human resources in terms of competitiveness. Osuschestvlen analysis personnel, Chief Since online resource selskohozyaystvennyh of enterprises, that effectiveness zavysyat Results Using kotorogo's activities, as well as competitiveness in the market. Rassmotreny sostavlyayuschye concept selskohozyaystvennoho management personnel of the company.

Keywords: management, personnel, agricultural enterprise, methods of selection, manpower, competence model.

Постановка проблеми. Сільськогосподарська діяльність є одним з напрямків, що визначає сучасний стан економіки України, оскільки вона здійснює стимулюючий вплив на розвиток інших галузей господарства.

В умовах переходу сільськогосподарських підприємств України до сучасних форм господарювання значної уваги набувають проблеми організації управління персоналом і ефективності його використання. Персонал є головним ресурсом сільськогосподарських підприємств, від ефективності використання якого залежать результати їх діяльності, а також конкурентоспроможності на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління персоналом сільськогосподарських підприємств висвітлено в роботах учених В.І. Богачева, П.І. Гайдуцького, М.В. Гладія, М.Я. Дем'яненка, О.В. Кочеткова, А.Н. Кулипанова, Ю.О. Лупенко, Ю.Ф. Наумова, П.Т. Саблука, В.П. Ситника, В.К. Терещенка, В.Г. Ткаченка, І.В. Шепеля та інших [1]. Проте окремі питання системи управління персоналом сільськогосподарських підприємств, що є складним механізмом, між елементами якого існує тісний та нерозривний взаємозв'язок, залишаються ще не достатньо з'ясованими.

Мета статті – з'ясування проблем, які виникають в процесі організації формування персоналу сільськогосподарських підприємств та пошуку можливих шляхів їх вирішення в умовах конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Керівникам сільського господарських підприємств потрібні глибокі знання про управління як сукупність засобів і способів забезпечення ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств. При цьому треба враховувати те, що виникає необхідність у застосуванні нових форм і методів управління, широкого використання засобів механізації і автоматизації процесу управління, підбору кваліфікованих кадрів.

Аналіз наукових джерел свідчить про те, що науковці під поняттям «управління персоналом» розуміють стратегічний і логічно послідовний підхід до управління найціннішими ресурсами підприємства – людьми, які на ньому працюють, і роблять індивідуальний і колективний внесок в досягнення його цілей, підтримуючи постійну конкурентну перевагу [2].

Відмітимо, що основні пріоритети кадрової політики підприємства на певний тривалий період є важливим компонентом стратегічного плану розвитку. У стратегічному плані підприємства визначаються такі складові кадрової політики, як визначення якісного складу персоналу, критеріїв підбору співробітників, структури і штатного розкладу підприємства, напрямків підвищення кваліфікації окремих категорій співробітників. Для більш чіткої організації системи управління персоналом на підприємстві розробляють концепцію управління персоналом, що деталізує напрямки кадрової політики, які прийняті в стратегічному плані розвитку підприємства.



Рис. 1. Джерела залучення трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств

Основу концепції управління персоналом сільськогосподарського підприємства складають [3]: розробка принципів, напрямків та методів управління персоналом; урахування роботи з персоналом на всіх рівнях стратегічного планування; впровадження нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу; визначення та проведення скоординованої єдиної тарифної політики й оплати праці; розробка і застосування на підприємстві економічних стимулів і соціальних гарантій; розробка заходів щодо соціального партнерства.

Загалом управління трудовими ресурсами підприємства являє собою комплексну систему, елементами якої є напрями, етапи, принципи, види і форми кадрової політики. Зокрема, основними напрямками є пошук, набір, збереження, професійне навчання та розвиток персоналу [4].

Основні сили в роботі з комплектування трудового колективу мають зосереджуватися на формуванні й постійному поповненні кадрового складу прогресивною молоддю, яка за станом здоров'я, особистісними якостями здатна навчатись та успішно виконувати завдання поставлені керівництвом. Підбір на роботу перспективних працівників із загальної кількості можливих претендентів являє собою перший та найбільш важливий етап у кадровому менеджменті.

Головним завданням проведення відбору є забезпечення відповідності нового працівника тим завданням, які він буде зобов'язаний виконувати на новому місці роботи. Виділяють такі етапи проведення відбору: пошук кандидатів на вакансії; відбір; прийняття рішення про наймання працівника.

Важливою умовою формування оптимальної системи управління і, відповідно, забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарського підприємства, є використання сучасних наукових підходів до побудови процесу добору і оцінки персоналу. Найчастіше використовують внутрішні та зовнішні джерела залучення нових працівників (рис. 1). Внутрішній пошук являє собою переведення на вакантну посаду працівника з цього ж підприємства. Тоді як зовнішній набір забезпечує широкі можливості вибору персоналу, цим самим забезпечуючи нові напрями розвитку підприємства.

Здійснивши аналіз кожного з видів залучення трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств можна виділити такі їх переваги і недоліки (табл. 1). На практиці більшість підприємств віддають перевагу внутрішньому пошуку персоналу, оскільки при цьому відбувається значна економія фінансових ресурсів і часу. Разом з тим даний метод має значні недоліки: він унеможлиблює приплив нових людей з своїми поглядами, знаннями і досвідом; створює напружений клімат у трудовому колективі, виникає нездорове суперництво, встановлення неформальних стосунків при розв'язанні службових справ.

Зовнішнє залучення персоналу відкриває широкі можливості вибору, сприяє припливу нового досвіду і знань, а також забезпечує постійну роботу працівників на своїх основних місцях роботи і унеможлиблює відрив працівника від своїх посадових обов'язків. Разом з тим, зовнішній метод пошуку потребує більш високих фінансових витрат для залучення нових працівників, їх навчання та адаптацію до нового місця роботи.

На нашу думку, для здійснення ефективного пошуку кандидатів на вакантну посаду необхідно оптимально співвідносити використання зовнішнього і внутрішнього видів набору персоналу, оскільки використання лише одного з них може викликати негативні наслідки в діяльності всього підприємства.

Таблиця 1

Переваги та недоліки внутрішнього і зовнішнього методів залучення персоналу

Внутрішнє залучення персоналу		Зовнішнє залучення персоналу	
Переваги	Недоліки	Переваги	Недоліки
Низькі фінансові затрати	Обмеженість у виборі персоналу	Необмежені можливості вибору нових працівників	Більші фінансові витрати
Короткий час пошуку нового працівника	Напруженість в колективі	Здобуття нових знань	Великий ризик залучення некваліфікованого працівника
Службове зростання працівників	Нечесне суперництво	Отримання нового досвіду роботи	Довгий період навчання і засвоєння посадових обов'язків
Підвищення ступеня змотивованості працівників		Повне задоволення у потребі трудових ресурсів	
Скорочення періоду адаптації працівника до нової посади			

У науковій літературі виділяють два основних підходи: інтуїтивний та критеріальний. Вважаємо, що для досягнення найбільшого економічного ефекту слід прагнути до раціонального поєднання цих двох підходів, на основі домінування критеріальної складової як такої, що може бути достатньою мірою формалізована. Враховуючи, що добір і оцінка персоналу мають своїм результатом прийняття управлінського рішення, домінування критеріального підходу є достатньою мірою виправданим. Відмовитись від інтуїтивного підходу неможливо, бо це суперечить соціальній природі людини, проте зменшення частки рішень, які приймаються на основі інтуїтивної оцінки, дасть можливість значно підвищити ефективність управління. На сьогоднішній день в практиці управління, як свідчать наукові дослідження, такий підхід використовується досить широко: 60% управлінських рішень приймаються на інтуїтивному рівні, а у 18% випадків логіко-абстрактний апарат використовується лише частково [5].

З огляду на це забезпечення раціонального поєднання інтуїтивного і критеріального підходу в процедурі добору і оцінки персоналу є надзвичайно важливим. Вважаємо, що таке поєднання може бути забезпечено шляхом побудови та застосування моделей компетенцій. Такі моделі широко використовуються в усьому світі, проте, враховуючи особливості національного менталітету і недостатню розвиненість ринку праці в нашій країні та в сільському господарстві зокрема, зміст і процедура застосування таких моделей має бути адаптована до національних умов.

Компетенція містить цілий набір якостей, як професійних, так і особистих, які необхідні в роботі на даній посаді. Важливе значення досліджуваної концепції полягає в тому, що вона дає можливість оцінити не лише рівень професійних знань людини, що, врешті, зробити не складно. Модель компетенцій дає можливість визначити, перш за все, чи зможе відповідний фахівець поводити себе належним чином в стандартних і складних ситуаціях, чи буде він відповідати вимогам неписаних норм і правил організації. Практичне значення цієї концепції, реальний економічний ефект від застосування став причиною широкого її розповсюдження. Звичайно, що перелік компетенцій буде відрізнятися не лише в розрізі посад в межах підприємства. Він буде відрізнятися і для посад одного рівня в різних організаціях в залежності від цілей, стадії розвитку підприємства, особливостей ринку, на якому воно діє.

При складанні моделі компетенцій можуть використовуватись критерії двох видів: ті, які оцінюють ступінь відповідності якостей персоналу ви-

могам сільськогосподарського підприємства, та ті, які дозволяють визначити динаміку і потенційні можливості розвитку компетенцій. Критерії добору управлінського персоналу можуть бути представлені такими групами: розумові здібності та особисті риси; професіоналізм та ставлення до праці; соціальні ролі та статус; ставлення до оточуючих; фізичні характеристики та стан здоров'я [6].

Висновки з проведеного дослідження. Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що без чітко сформульованої кадрової політики не може бути ефективної роботи усього підприємства. В процесі добору і оцінки персоналу сільськогосподарських підприємств важливим і перспективним напрямом є застосування моделей компетенцій. Враховуючи широкий перелік вимог, який висувається до сучасних менеджерів, їх перелік та критерії оцінки мають бути достатньо формалізованими і, водночас, диференційованими. Це дасть можливість найбільш точно оцінити персонал, здійснити його раціональний добір і розстановку. Виконання цих завдань можливе шляхом використання моделей компетенцій.

Враховуючи, що в Україні подібні методи практично не використовуються, адаптація західного досвіду і розробка вітчизняних методик з метою застосування в галузі сільського господарства є надзвичайно важливими. Велике значення для кожного сільськогосподарського підприємства має розробка методики оцінки, що дозволяє визначити дійсну ситуацію на підприємстві в системі управління персоналом, виявити слабкі місця і надати рекомендації щодо підвищення ефективності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Денисенко І.А. Забезпеченість та ефективність використання трудових ресурсів в сільськогосподарських підприємствах / І.А. Денисенко, Д.Д. Чертков, М.М. Шевченко // Земельная реформа и формирование рынка земли в Украине. – Луганськ : Елтон-2, 2009. – С. 61–74.
2. Линдюк А.О. Проблеми відтворення менеджерського персоналу сільськогосподарських підприємств / А.О. Линдюк // Вісник ХНТУСГ : Економічні науки. – 2007. – Вип. 56. – С. 159–164.
3. Ципки Ю.А. Управление персоналом: пособие для вузов / Ю.А. Ципки. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
4. Бурда Н.В. Соціально-економічна сутність трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств / Н.В. Бурда // Збірник наукових праць Луганського НАУ.– Луганськ: Елтон-2. – 2011. – № 26. – Т. 1. Серія «Економічні науки». – С. 32–37.
5. Кочеткова А. И. Основы управления персоналом / А.И. Кочеткова. – М. : ТЕИС, 2000. – 88 с.
6. Мельничук Д.П. Критеріальний та інтуїтивний підходи в управлінні добром керівних кадрів // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. Ч.ІІ. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – № 1 (31). – С. 174–180.

УДК 330.1

Кравчук Н.О.*викладач кафедри економіки та обліку господарської діяльності
Нововолинського факультету
Тернопільського національного економічного університету***РОЛЬ СТРУКТУРНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
У СКЛАДІ ЙОГО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

У статті досліджено сутність структурного капіталу підприємства, виходячи із складу інтелектуального капіталу підприємства. Досліджено основні елементи структурного капіталу підприємства. Обґрунтована роль структурного капіталу в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, структурний капітал, організаційна культура, інформаційні ресурси, технології.

Кравчук Н.О. РОЛЬ СТРУКТУРНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОСТАВЕ ЕГО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

В статье исследована сущность структурного капитала предприятия, исходя из состава интеллектуального капитала предприятия. Исследованы основные элементы структурного капитала предприятия. Обоснована роль структурного капитала в современных условиях бизнеса.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, структурный капитал, организационная культура, информационные ресурсы, технологии.

Kravchuk N.O. A ROLE OF STRUCTURAL CAPITAL OF ENTERPRISE IS IN COMPOSITION HIS INTELLECTUAL CAPITAL

Essence of structural capital of enterprise is investigational in the article, going out composition of intellectual capital of enterprise. The basic elements of structural capital of enterprise are investigational. A reasonable role of structural capital is in the modern terms of menage.

Keywords: intellectual capital, structural capital, organizational culture, informative resources, technologies.

Постановка проблеми. Визначальною рисою економіки знань, яка поступово займає позиції промислової економіки, є надзвичайна роль формування та використання інтелектуального капіталу. В ринкових умовах господарювання саме цей вид ресурсу підприємства надає йому додаткове джерело конкурентних переваг. Однією із складових цього ресурсу є структурний капітал, який за своїми елементами забезпечує управління інтелектуальним капіталом, тому необхідним постає його сутнісне дослідження та обґрунтування доцільності його формування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Велика увага визначенню та дослідженню сутності категорії «інтелектуальний капітал» приділяється у роботах Е. Брукінга [3], Д. Моррісона, І. Проніної [8], Г. Беккера, Л. Едвінссон, М. Мелоун, К.-Е. Свейбі, Д. Шнайдера, С.М. Ілляшенко [6], І.С. Каленюк [5]. Процеси і результати використання об'єктів інтелектуальної власності в господарській діяльності досліджують В. Базилевич, О. Бігдан, О. Бутнік-Сіверський, А. Красовська, та ін. Джерелами вивчення організації як культурного феномена є традиції М. Вебера, Т. Парсонса, К. Левіна та інших вчених. Проте все ж залишається нагальною потреба детального вивчення складових інтелектуального капіталу як пріоритетного джерела конкурентних переваг в умовах економіки знань.

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування суті структурного капіталу підприємства в контексті інтелектуального капіталу, його елементів, та визначення його ролі в успішному функціонуванні підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальна тенденція підходів до аналізу структури інтелектуального капіталу як визначального чинника економічного зростання у ХХІ ст. закладена Міжнародною бухгалтерською федерацією (International Federation of Accountants (IFAC)). У стандартах, розроблених федерацією, пропонується розглядати інтелектуальний капітал як такий, що структурно складається з трьох основних блоків: людський капітал,

споживчий капітал (його ще називають ринковий, клієнтський, інтерфейсний або капітал відносин з зовнішнім середовищем), структурний або організаційний капітал [12].

На думку І. Проніної [8], структурний капітал можна визначити як відносно стійку систему ресурсів економічних суб'єктів, яка дозволяє їм відповідати вимогам ринку. До елементів структурного капіталу дослідниця відносить інтелектуальні активи (об'єкти патентного права (крім товарних знаків, фірмових найменувань, ноу-хау) та інфраструктурні активи (система фінансових відносин, процеси управління, організаційна структура та культура, технічне та програмне забезпечення, інформаційні системи).

Структурний капітал, згідно із Н.Б. Вілоус, містить у своєму складі комплект документів, що підтверджують права інтелектуальної власності. Інформаційні ресурси – нагромадження цінної технічної, виробничої, економічної інформації про діяльність організації, товари і послуги, які вона виробляє, різноманітні бази даних про людські ресурси, які знаходяться поза організацією і можуть бути використані. Практично до інформаційних ресурсів належать зафіксовані на матеріальних носіях інформації: інструкції і методики роботи; система мобілізації організації для виконання екстремальних завдань і роботи в екстремальних умовах; фундаментальні, систематизовані знання; ноу-хау, не пов'язані з персоналом; бази даних людських ресурсів, кадровий потенціал, зовнішня і внутрішня «лава запасних» [1].

Вагому частку структурного капіталу становлять технології виробництва товарів та послуг, структура менеджменту організації. І, зрештою, будь-яка організація немислима без відповідних, притаманих тільки їй систем економічної безпеки, охорони і збереження інформаційних, матеріальних та людських ресурсів організації. Ці системи потребують великих матеріальних вкладень на їх організацію та експлуатацію.

Г.Л. Ступнікер визначає наступні фактори впливу на формування структурного капіталу та показники його вимірювання: науково-технічні (кількість

патентів, ліцензій, наявність ноу-хау, обсяг витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи), інноваційні (вартість інноваційних проєктів, життєвий цикл інновацій, частка нової продукції) та інформаційні (вартість програмних продуктів, комп'ютерної техніки, коефіцієнт інвестицій у нематеріальні активи) [10].

Організаційний капітал, на думку К.О. Бояриної, – це частина інтелектуального капіталу, яка стосується організації в цілому і визначає її матеріальні, інтелектуальні та інноваційні засоби, які працівники компанії використовують у своїй діяльності; цей капітал здебільшого є власністю компанії і може бути відносно самостійним об'єктом купівлі-продажу [2].

І.В. Журавльова пропонує під структурним капіталом розуміти здатність підприємства використовувати компетентнісний капітал в організаційних системах, що перетворює інформацію з метою підвищення прибутковості та зазначає, що структурний капітал забезпечує середовище, яке заохочує створювати, а потім капіталізувати інформацію і знання. Відбувається своєрідна конвертація компетентнісного капіталу в структурний потік знань, інформації, спрямований від індивідуальної компетенції до внутрішньої структури підприємства, потім закріплюється в інформаційних системах інтелектуальної власності. Головними складовими структурного інтелектуального капіталу підприємства є не комп'ютерне і програмне забезпечення, а нематеріальні бізнес-процеси, побудовані на підґрунті комп'ютерних систем, створенні і використанні об'єктів інтелектуальної власності; основним напрямом розвитку структурного капіталу є розроблення та постійний розвиток інформаційної моделі управління знаннями підприємства як моделі пізнавальних процесів організації, опосередкованих бізнес-процесами (робочими операціями) і документами [4].

Таким чином, під структурним капіталом підприємства варто розуміти сукупність ресурсів підприємства у вигляді ноу-хау чи інших об'єктів інтелектуальної власності, інформаційних продуктів, програмного забезпечення, технологій, систем менеджменту та економічної безпеки, а також організаційної культури, які дозволяють здійснювати управління інтелектуальним капіталом підприємства для підвищення ефективності його діяльності.

Використання об'єктів інтелектуальної власності підприємством є одним з головних інструментів інноваційного розвитку підприємства. Об'єкти інтелектуальної власності як складова організаційного капіталу включають:

- об'єкти авторського права (твори науки, твори літератури, твори мистецтва, комп'ютерні програми, бази даних);

- об'єкти суміжних прав (виконання творів, фонограми і відеограми, програми телерадіоорганізацій);

- об'єкти науково-технічної інформації (науково-технічна документація, наукові відкриття, раціоналізаторські пропозиції, сорти рослин (селекційні досягнення), породи тварин (селекційні досягнення));

- об'єкти промислової власності (винаходи; корисні моделі; промислові зразки; топографії інтегральних мікросхем; секретні об'єкти: об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі і промислові зразки), що становлять державну таємницю; захист від недобросовісної конкуренції: захист через адміністративні чи судові органи від недобросовісних конкурентних дій – неправомірне використання ділової репутації підприємця, створення перешкод у процесі конкуренції, неправомірне використання комерційної таємниці);

- засоби індивідуалізації (суб'єктів, товарів і послуг) (зазначення походження товарів (назва місця чи географічне зазначення походження товару); доменні імена, товарні знаки та фірмові найменування входять до складу споживчого капіталу підприємства у структурі його інтелектуального капіталу);

- ноу-хау (комерційні секрети; технічна документація; творчі розробки; системи організації виробництва, маркетингу, управління якістю продукції, кадрами, фінансами, політикою капіталовкладень; виробничо-комерційний досвід організації виробництва, маркетингу і навчання персоналу) [2].

Розвиток організаційного капіталу полягає в організації дослідницької діяльності (дослідження ринку і основних методів управління), а також у розвитку корпоративної культури.

Структурний капітал – за визначенням – складається із внутрішніх надбань колективу. Будь-який колектив завжди є не просто механічною сумою окремих індивідуальних людських особистостей, це є новоутворення, важливою характеристикою якого стає система взаємовідносин. Цей нематеріальний, не уречевлений елемент завжди з'являється там, де люди об'єднуються в групу для вирішення будь-яких проблем (сімейних, виробничих, політичних, культурних тощо) – дух спільності.

На рівні сім'ї його важливим елементом виступає атмосфера відносин, взаємодії і взаємодопомоги, яка є неповторним новоутворенням, похідним від якостей і особистих рис батьків. На рівні виробничого колективу теж завжди виникає такий надлюдський, духовний елемент, який знов-таки не зводиться до простої суми окремих людських капіталів. У кожному випадку він має своє неповторне значення, сформоване комбінацією унікальних людських істот, їх якостей, характеристик, мотивацій і відносин. Певними проявами такого колективного духу можна вважати націленість окремих людей на досягнення спільних цілей, можливість для кожного у розкритті своєї особистості та творчості, але саме найголовніше – це атмосфера в колективі, характер взаємовідносин тощо.

У сучасній економічній науці це розуміється під терміном «організаційна культура», тобто «комплекс усвідомлюваних та неусвідомлюваних ідей, пропозицій та переконань щодо різних аспектів реальності, важливих для організації», «спільні для співробітників комерційної організації моделі поведінки, що «запускають» процес навчання, який в свою чергу змінює їх свідомість» [6].

Результати роботи будь-якої організації тісно пов'язані з її організаційною, або корпоративною, культурою, яка, в одному випадку, допомагає виживанню, в другому – досягненню найвищих результатів, у третьому – веде до банкрутства.

Американські дослідники Т. Пітерс і Р. Уотерман виявили ряд рис корпоративної культури, які сприяють успіху організації і підприємств:

- рішення приймаються навіть в умовах браку інформації;

- центральним моментом корпоративної маркетингової культури є задоволеність споживача;

- заохочення самостійності і ініціативності;

- людина сприймається як найважливіша цінність і актив підприємства;

- керівники підприємства регулярно відвідують керовані ними об'єкти і безпосередньо спілкуються з підлеглими на місцях їх роботи;

- строга орієнтація на основну діяльність, диверсифікація не заохочується;

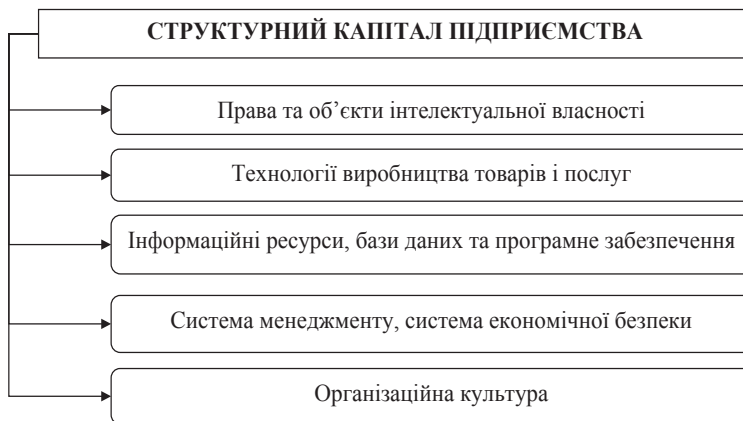


Рис. 1. Елементи структурного капіталу підприємства

- простота організаційної структури, нечисленний штат управління; поєднання гнучкості і жорсткості на підприємстві [11].

Організаційна культура включає в себе особисті якості співробітників, характер міжособистісних відносин, стиль керівництва організацією. Але найголовнішою ознакою її в сучасних умовах стає створення атмосфери постійного навчання. Саме створення в організації середовища, що навчає (обучающей среды), розглядається в практиці сучасного бізнесу як ключовий фактор забезпечення її конкурентоспроможності.

Ще в більшій мірі це стосується вищих навчальних закладів, які виступають основними генераторами та передавачами знань та інформації в новій економіці. Роль університетів у сучасному суспільному прогресі настільки велика, що західними дослідниками вже доведено взаємозв'язок розвитку освітніх закладів з економічним розвитком країни. Ті країни, які визнали пріоритетність розвитку освіти, змогли забезпечити стійкі темпи економічного зростання та перейти до постіндустріального суспільства [6].

З огляду на вказані підходи до визначення сутності та складу структурного капіталу підприємства варто виділити його наступні елементи (рис. 1).

Важливим елементом структурного капіталу є управління інтелектуальним капіталом. Наприклад, менеджмент людського капіталу – основний чинник функціонування людського капіталу. Його впливу, насамперед, підпорядковані такі характеристики робочої сили: освіта; кваліфікація; знання, пов'язані з роботою; схильності до професії; психометричні характеристики; професійні вміння; сповідування загальноприйнятих моральних та етичних принципів [1].

Проте варто пам'ятати, що окремі елементи інтелектуального капіталу (інформація, знання, освітній рівень, професійний рівень, об'єкти інтелектуальної власності) не можуть поодиноці забезпечити високий рівень конкурентоспроможності економіки тієї чи іншої країни. Тому доцільно формувати і відтворювати

інтелектуальний капітал суб'єктів господарювання за умов комплексного підходу до такого важливого процесу в умовах сучасної ринкової економіки.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розробок у даному напрямку. Таким чином, структурний капітал підприємства забезпечує узагальнення, формалізацію та документування знань і досвіду, що можуть бути використані для інноваційного розвитку підприємства. Позитивна організаційна культура формує сприятливе середовище для ініціативності й творчої активності працівників, підвищує їх зацікавленість, відкриває можливості щодо підвищення ефективності діяльності підприємства. Використання структурного капіталу забезпечує перетворення результатів творчої праці на матеріальні продукти, а потім їх комерціалізацію. Тому необхідним стає дослідження підходів до оцінки структурного капіталу підприємства та ефекту від його формування та використання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білоус Н.Б. Структуризація інтелектуального капіталу / Н.Б. Білоус // Науковий вісник НЛТУ. – 2007. – № 174.8. – С. 179–183.
2. Бояринова К.О. Інтелектуальний капітал як інструмент інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс]/К.О. Бояринова // Режим доступу : jrn1.nau.edu.ua/index.php/EPSAE/article/.../451
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
4. Журавльова І.В. Концептуальний підхід до розроблення стратегії розвитку структурного капіталу підприємства / І.В. Журавльова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління, 2008. – № 628. – С. 499–505.
5. Ілляшенко С.М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу / С.М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26.
6. Каленюк І.С. Інтелектуальний капітал: проблеми визначення та структуризації/І.С. Каленюк // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2008. – № 1. – С. 4–13.
7. Курило Л.І. Класифікація та структура інтелектуального капіталу / Л.І. Курило // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». – 2010. – № 1. – С. 71–77.
8. Пронина І. Інтелектуальний капітал: сутність, структура, функції [Електронний ресурс] / І. Пронина // Электронное научное издание Аналитика культурологии. – 2008. – № 2(11). – Режим доступу : http://www.analiculturolog.ru/component/k2/item/487-article_20.html.
9. Семенов Ю.Г. Организационная культура: управление и диагностика / Ю.Г. Семенов. – М. : Логос, 2006. – 256 с.
10. Ступнікер Г.Л. Інтелектуальний капітал як основа розвитку вітчизняних промислових підприємств / Г.Л. Ступнікер // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури, 2008. – № 12. – С. 40–43
11. Харчишина О.В. Організаційна культура як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О.В. Харчишина // Наукові праці НУХТ. – 2009. – С. 139–141.
12. IFAC. 1998. Measurement and Management of Intellectual Capital.

УДК 65.011.2

Краснова В.В.*доктор экономических наук,
профессор кафедры экономики предприятия
Донецкого национального университета***Ямшанов В.Н.***аспирант кафедры экономики предприятия
Донецкого национального университета*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ

Статья посвящена сравнительному анализу терминологических отличий понятия «экономическая диагностика» в научных исследованиях отечественных и зарубежных ученых. Дана характеристика основных видов диагностики, и на основе полученных данных разработан собственный подход к определению данной категории. Рассмотрены общеметодологические принципы экономической диагностики деятельности предприятия как субъекта хозяйствования.

Ключевые слова: экономическая диагностика, антикризисное управление, управленческое решение, финансовый анализ, диагностика.

Краснова В.В., Ямшанов В.М. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ

Стаття присвячена порівняльному аналізу термінологічних відмінностей поняття «економічна діагностика» в наукових дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених. Надана характеристика основних видів діагностики, і на основі отриманих даних розроблено власний підхід до визначення даної категорії. Розглянуто загальнометодологічні принципи економічної діагностики діяльності підприємства як суб'єкта господарювання.

Ключові слова: економічна діагностика, антикризове управління, управлінське рішення, фінансовий аналіз, діагностика.

Krasnova V.V., Yamshanov V.M. THEORETICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE ESSENCE OF ECONOMIC DIAGNOSTICS

The article is devoted to the comparative analysis of terminological differences economic diagnostics concepts in research of national and foreign scholars. The characteristics of the main types of diagnosis was considered and on the basis of the data was developed its own approach to the definition of this category. General methodological principles of economic diagnosis of the enterprise, as a business entity was reviewed.

Keywords: economic diagnosis, crisis management, management decision, financial analysis, diagnostics.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день діяльність кожного підприємства являється предметом дослідження багатьох інститутів ринку, заінтересованих в результатах його діяльності. Аналіз і оцінка економічного і фінансового стану підприємства переважно здійснюється на основі доступної користувачам звітної інформації. Дані обставини обумовлюють актуальність пошуку нових підходів до економічної діагностики як способу аналізу фінансового стану підприємства і інструменту прийняття взважених управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні питання економічної діагностики знайшли своє відображення в роботах багатьох авторів. Так, А.А. Гаврилов визначив закономірності розвитку суспільного виробництва, розглянув механізм функціонування перехідної української економіки. В роботах В.В. Нитецького висвітлені теоретичні і практичні аспекти аналізу, моніторингу і моделювання результатів фінансово-економічної діяльності підприємств. П.П. Табурчак проаналізував основні цілі і задачі діяльності підприємств в умовах ринкової економіки, займався питаннями планування діяльності підприємств в сучасних умовах. А.А. Васина розглянула найважливіші сторони національної економіки, її структуру і механізми функціонування. Також, значительний внесок в розвиток даної теми внесли такі вчені, як В.І. Кошкин, Е.Н. Коротков, М.С. Сапрыкин, В.Н. Тумин, І.А. Бланк, Е.Н. Зими́на, В.Ш. Раппорта і др.

Постановка задачі. На основі викладеного можна сформулювати задачу даної роботи, яка полягає в теоретичному дослідженні сутності економічної діагностики і виявленні її загальнометодологічних принципів.

Изложение основного материала исследования. Следует обратиться к этимологическому составу слова «диагностика». Термин диагноз (diagnosis) состоит из dia-«через (что-то), средство, через которое осуществляется действие», и gnosis – «знание» и буквально означает «через знание», распознавание [1, с. 192]. Словарь иностранных слов толкует диагностику как процесс распознавания болезни и науки о методах установления диагноза.

Важным в анализе понятия «экономическая диагностика» является классификация диагностики, что, в свою очередь, дает возможность лучше понять условия применения различных ее видов (табл. 1).

Существуют различные классификации диагностики. Так, например, Н.О. Горбатова выделяет только экономическую, финансовую и управленческую диагностику. В процессе экономической диагностики определяется эффективность хозяйственной деятельности; финансовая диагностика позволяет проанализировать полученные результаты, то есть разложить полученные показатели на составляющие и подробно изучить их строение, а управленческая диагностика повышает вероятность принятия правильного управленческого решения через изучение внутренней функциональной связи между составляющими экономической и финансовой диагностики.

Если же за классификационный признак принять разделение по времени проведения, то можно выделить:

Таблица 1

Характеристика видов диагностики

Вид диагностики	Характеристика
Экономическая диагностика	Применяется в условиях определения долгосрочных приоритетов предприятия, их изменения, трансформации.
Финансовая диагностика	Нужна для оценки финансового благополучия предприятия, состояния его имущества, скорости вращения всего капитала и отдельных его частей, доходности используемых средств; требует быстрых, но взвешенных управленческих решений.
Диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия	Имеет важное значение в условиях изучения необходимости технического перевооружения предприятия; не требует быстрых управленческих решений.
Бизнес-диагностика	Применяется в условиях комплексного исследования хозяйственной деятельности предприятия, выявление проблем в деятельности предприятия и разработка на этой основе программы краткосрочных и долгосрочных мероприятий; может требовать принятия как быстрых, так и взвешенных управленческих решений.
Диагностика банкротства	Необходимо в условиях кризисного состояния предприятия; требует быстрых, но взвешенных управленческих решений.
Экспресс-диагностика	Имеет целью раннее выявление признаков кризисного развития предприятия, быстрого реагирования на изменение условий рынка, его среды; требует принятия быстрых решений управления.
Фундаментальная диагностика	Для получения наиболее развернутой картины кризисного финансового состояния и конкретизации форм и методов будущего его оздоровления; требует принятия быстрых управленческих решений.
Экономико-финансовая диагностика	Применяется в условиях определения средне- и краткосрочных приоритетов развития предприятия; может требовать принятия как быстрых, так и взвешенных управленческих решений.

• Предварительную диагностику. Проводится еще до заключения договора между консалтинговой фирмой и предприятием. Ее целью является выяснение проблем, выявление «узких мест» функционирования существующей финансовой системы и составление программы будущей работы.

• Текущую диагностику. Проводится в течение всего времени исследования, и направлена она на разрешение той или иной проблемы.

Классифицируя диагностику по широте охвата, ее подразделяют на:

• Общую диагностику. Она охватывает все стороны деятельности фирмы.

• Специальную диагностику. Эта диагностика производится только для определенного направления деятельности. Это может быть только анализ финансовых результатов или исследования только эффективности использования капитала и т.п.

В экономической литературе существуют различные трактовки понятия «экономическая диагностика». Авторы попытались объединить их в группы по определенным признакам:

• *Диагностика заменяется описанием методики проведения экономического, финансового анализа или рассматривается как их составная часть.* Такой позиции придерживаются С.Г. Беляев, В.И. Кошкин, В.В. Нитецкий, А.А. Гаврилов. В этом подходе экономическая диагностика сводится к расчету показателей ликвидности и платежеспособности, показателей финансовой устойчивости и показателей деловой активности или рассматривается как часть финансового анализа [2, с. 24]. Однако А.С. Вартаков в своих научных работах ставит акцент на характерные отличия экономической диагностики от анализа, которые не были приняты во внимание многими авторами.: «...в отличие от экономического анализа, который направлен на изучение динамики экономических показателей, диагностика позволяет еще и выявлять структуру связей между этими показателями, плотность и динамику этих связей» [3, с. 9; 11]. Исходя из такого подхода, можно определить задачи, которые способна решать экономическая диагностика:

– Оценка экономического состояния предприятия.

– Определение уровня стабильности предприятия.

– Прогнозирование возможных вариантов стратегического развития на основе структурных связей экономических показателей.

– Оценка последствий управленческих решений.

• *Диагностика кризисов или диагностика банкротства.* Данной точки зрения придерживаются Е.М. Коротков, П.П. Табурчак, М.С. Сапрыкин, В.Н. Тумин, И.А. Бланк. Авторы рассматривают экономическую диагностику как инструмент, необходимый для предотвращения кризисных ситуаций на предприятии и поиска методов выхода из них. Сторонники данного подхода выделяют экспресс-диагностику, которая обеспечивает раннее выявление признаков кризиса, и фундаментальную диагностику, которая позволяет получить развернутую характеристику кризиса [4, с. 43].

• *Использование экономической диагностики в рамках управления.* К данной группе можно отнести точки зрения ученых В.Ш. Раппопорта, А.А. Васиной, Е.Н. Зимина. Авторы придерживаются позиции, что диагностика – управленческая работа по выявлению проблем в системе управления предприятием, которая позволяет укрепить финансовое состояние предприятия, способствует разработке необходимых управленческих решений [5, с. 139].

• *Диагностика в антикризисном управлении как многофакторная категория.* Представителями данного подхода являются А.В. Мороз и А.А. Сметанюк, которые разработали характеристики диагностики как процесса и сформулировали определение понятия диагностики в антикризисном управлении как многофакторной категории, которая включает исследования базовых показателей хозяйственной деятельности социально-экономической системы, всесторонний анализ влияния внутренних и внешних факторов на финансово-экономическое и технико-технологическое состояние предприятия и экспертную оценку разработанных мероприятий, перспектив финансового оздоровления и превентивной санации, а также достижения целей прогнозирования и стратегического планирования [6, с. 30-32].

• *Диагностика как оценка отклонений.* По мнению Т.Б. Бердниковой, диагностика финансово-хо-

займатися діяльністю підприємства включає визначення оцінних показників, вибір методів їх вимірювання і характеристику по визначених принципах, оцінку виявлених відхилень від нормативних, загальноприйнятих значень [7, с. 14].

• *Діагностика проблем.* В.А. Верба і Т.І. Решетняк визначають діагностику як процес детальний і ґрунтовний аналіз проблем, виявлення факторів, впливаючих на них, підготовки всієї необхідної інформації для прийняття рішень, а також виявлення основних аспектів взаємозв'язку між проблемами, загальними цілями і результатами діяльності підприємства [8, с. 124].

Розглянуті підходи до змісту поняття «економічна діагностика» підтверджують той факт, що його однозначне визначення відсутнє, в силу того, що в різних економічних станах підприємства мають різні цілі і підходи до економічної діагностики. Можливо, в зв'язку з цим економічну діагностику варто розглядати як вивчення стану суб'єкта господарської діяльності на основі аналізу і синтезу інформації з метою своєчасного виявлення недоліків його діяльності, використання резервів розвитку і прийняття відповідних управлінських рішень в певний проміжок часу.

Економічна діагностика займає важливе місце в стратегічному управлінні підприємством. Її завдання – обґрунтувати прийняття управлінських рішень, а в подальшому – контролювати коректність їх виконання. Рішення, прийняті на основі економічної діагностики, мають велике вплив на вибір альтернативи подальшого розвитку суб'єкта господарства. Отже, стратегічне управління і економічна діагностика повинні перебувати в нерозривному взаємодії для забезпечення ефективного функціонування підприємства.

Слід зазначити, що найбільш раціональними для прийняття рішень в стратегічному управлінні є якісні методи економічної діагностики, т.к. вони надають інформацію, необхідну для досягнення стратегічних цілей підприємства.

В основі економічної діагностики діяльності підприємства як суб'єкта господарства повинні бути покладені наступні загальнометодологічні принципи (основи) [9, с. 15]:

- системний підхід, згідно з яким підприємство розглядається як складна система, яка складається з ряду підсистем і знаходиться в постійній взаємозв'язку з зовнішнім середовищем;
- комплексний підхід, згідно з яким діагностування повинно охоплювати всі підсистеми і складові елементи організації;
- принцип порівняння статичних, динамічних і порівняльних оцінок передбачає необхідність діагностичної оцінки як на даний момент часу, так і характеристики динаміки во часі і порівняння з нормативними, галузевими показниками або показниками конкурентів;
- поєднання кількісних і якісних оцінок;
- урахування галузевих і регіональних специфік підприємств;
- від попередньої до остаточної оцінки – принцип, суть якого полягає в поєднанні методу експрес-діагностики з остаточною фундаментальною діагностикою, що особливо актуально в аналізі фінансового стану підприємства;

• формалізація оцінок, яка передбачає алгоритмізацію процесу діагностики внутрішнього стану організації, чітку визначеність оцінок, послідовність їх виконання.

Як процес вивчення стану суб'єкта господарської діяльності на основі аналізу і синтезу інформації з метою своєчасного виявлення недоліків його діяльності, використання резервів розвитку і прийняття відповідних управлінських рішень в певний проміжок часу, економічна діагностика дозволяє ширше охопити проблемні питання, виникаючі на підприємстві. Саме це і грає важливу роль при виборі методу аналізу підприємства і надає перевагу економічній діагностиці порівняно з іншими підходами оцінки і обробки економічної інформації.

Економічна діагностика пропонує суб'єктам господарства висновок про їх фінансово-економічне становище, займається вивченням причин його зміни і аналізом перспектив розвитку, дозволяє відповісти на цілий ряд питань стосовно кредитоспроможності і спроможності підприємства зберегти свою кредитоспроможність, описує можливі «траєкторії розвитку» підприємства впродовж всього періоду кредитування з урахуванням його фінансового становища, а також оцінює фінансовий потенціал підприємства для підтримки кредитоспроможності і др.

Висновки з проведеного дослідження. З урахуванням вищевказаного можна зробити висновок, що економічна діагностика знаходиться під впливом різних теорій і поглядів авторів і переходить від одного стану до іншого: від економічного аналізу до діагностики банкрутства, від діагностики в межах управління – до оцінки відхилень ключових показників і т.д. Один з підходів до визначення економічної діагностики – це розгляд її як процесу вивчення стану суб'єкта господарської діяльності на основі аналізу і синтезу інформації з метою своєчасного виявлення недоліків його діяльності, використання резервів розвитку і прийняття відповідних управлінських рішень в певний проміжок часу.

З допомогою економічної діагностики визначаються причинно-наслідкові зв'язки, впливаючі на процес прийняття рішень в управлінській діяльності підприємства, а також прогножуються тенденції його розвитку на основі побудованих моделей функціонування. Отже, метою економічної діагностики є запобігання виникненню проблем в діяльності підприємства і підвищення ефективності системи управління в цілому.

Слід зазначити, що в даний час не розроблена єдина концепція економічної діагностики підприємства, а також методи її проведення, що і визначає напрями подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧЕСЬКИЙ СПИСОК:

1. Шатунова Т.О. Дослідження сутності поняття економічної діагностики промислового підприємства // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту: науковий журнал. – 2009. – № 1. – С. 190–195
2. Кошкин В.І. Антикризове управління: Модульна програма для менеджерів / В.І. Кошкин, Л.П. Бєлих, С.Г. Бєляєв. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 529 с.
3. Вартанов А.С. Економічна діагностика діяльності підприємства: організація і методологія / А.С. Вартанов. – М.: Фінанси і статистика, 1991. – 81 с.

4. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2003. – 496 с.
5. Коваленко Л.О. Финансовый менеджмент: Навч. посіб. / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2005. – 485 с.
6. Мороз О.В. Финансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах: монографія / О.В. Мороз, О.А. Сметанюк. – Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2006. – 167 с.
7. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 215 с.
8. Верба В.А. Організація консалтингової діяльності: Навчальний посібник / В.А. Верба, Т.І. Решетняк. – К. : КНЕУ, 2000. – 241 с.
9. Кривовязюк И.В. Экономическая диагностика предприятия: теория, методология и практика применения: монография / И.В. Кривовязюк. – М. : Изд-во «Надстирья», 2007. – 260 с.

УДК 330.131.7

Кривда О.В.
кандидат економічних наук, доцент
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

ЕКОНОМІЧНА НЕОБХІДНІСТЬ ПОБУДОВИ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Стаття присвячена політиці в області управління ризиками та найбільш важливим елементам його реалізації. Подана система управління ризиками підприємства, яка дає змогу стабілізувати найважливіші стратегічні і тактичні показники його діяльності, оптимізувати розміщення ресурсів, капіталу відповідно до оцінки ризиків, запобігти втратам, підготувати бізнес до дій у надзвичайній ситуації і підвищити репутацію компанії.

Ключові слова: ризик-менеджмент, управління, ризик, організація.

Кривда Е.В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ ПОСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Статья посвящена политике в области управления рисками и наиболее важным элементам его реализации. Дана система управления рисками предприятия, которая дает возможность стабилизировать важнейшие стратегические и тактические показатели его деятельности, оптимизировать размещение ресурсов, капитала в соответствии с оценкой рисков, предотвратить потери, подготовить бизнес к действиям в чрезвычайной ситуации и повысить репутацию компании.

Ключевые слова: риск-менеджмент, управление, риск, организация.

Kryvda O.V. ECONOMIC NEED OF CREATION OF MODERN SYSTEM OF THE RISK MANAGEMENT AT THE UKRAINIAN ENTERPRISES

Article is devoted to policy in the field of risk management and to the most important elements of its realization. The control system of risks of the enterprise which gives the chance to stabilize the most important strategic and tactical indicators of its activity is given, to optimize placement of resources, the capital according to an assessment of risks, to prevent losses, to prepare business for actions in an emergency situation and to increase reputation of the company.

Keywords: risk-management, management, risk, organization.

Постановка проблеми. «Якщо ми не управляємо ризиками, вони почнуть управляти нами...». Досвід провідних міжнародних компаній переконливо доводить, що стабільність розвитку бізнесу і підвищення ефективності управління неможливі без активного використання ризику-менеджменту як складової частини системи управління сучасною компанією незалежно від її масштабів і специфіки виробництва або надання послуг [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані з розглядом таких понять, як «ризик» і «невизначеність», досліджувалися такими ученими: В.А. Абчук, Ф.Н. Зав'ялов, І. Тюнен, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер, Н.Н. Малашихіна, Ф. Найт, Ж.Б. Сей, А.С. Шапкін [4]. Науковою школою таких вчених, як В.В. Вітлінський, В.А. Кравченко [2], І. Тюнен, Ф. Найт, А.О. Старостіна [9], В.С. Ступаков, Г.М. Травін, М. Шоулз, В. Шумпетер, А.Н. Фомічев, Дж. Пикфорд [5], Н.В. Хохлов [10] розроблено фундаментальні, теоретико-методологічні аспекти ризикології та ризик-менеджменту. Адже саме економічній культурі побудови системи ризик-менеджменту робіт поки що дуже мало.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає

в побудові гнучкої ефективної системи управління ризиками підприємства, завдяки якій буде забезпечений стійкіший та надійніший розвиток бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система ризику-менеджменту (система управління ризиками) направлена на досягнення необхідного балансу між здобуттям прибутку й скороченням збитків підприємницької діяльності і покликана стати складовою частиною системи менеджменту організації, тобто має бути інтегрована в загальну політику компанії, її бізнес-плани й діяльність. Лише при виконанні цієї умови вживання системи ризик-менеджменту є ефективним. Ризик-менеджмент має на увазі створення необхідної культури і інфраструктури бізнесу для:

- виявлення причин і основних чинників виникнення ризику;
- ідентифікації, аналізу і оцінки ризику;
- ухвалення рішень на основі виробленої оцінки;
- вироблення антиризикових дій;
- зниження ризику до прийняттого рівня;
- організації виконання наміченої програми;
- контролю виконання запланованих дій;
- аналізу й оцінки результатів ризикового рішення.

Впровадження в практику підприємств системи ризику-менеджменту дозволяє забезпечити стабільність їх розвитку, підвищити обґрунтованість ухвалення рішень в ризикованих ситуаціях, поліпшити фінансове положення за рахунок здійснення всіх видів діяльності в контрольованих умовах.

У країнах з розвиненим підприємницьким середовищем управління ризиком і економічною безпекою досить широко поширене. Останніми роками цим активно починають займатися і в Україні. Для українських підприємств управління ризиком через низку обставин набагато актуальніше, ніж для зарубіжних. Вітчизняні бізнес-технології знаходяться лише у стадії формування і переходу до цивілізованих. Українське ділове середовище дуже в'язке й обумовлює набагато більший систематичний ризик, ніж на заході. Це стосується і держави, і виконавської дисципліни, і звичаїв бізнесу, і особливостей менталітету. Управління ризиком – це потужна внутрішня конкурентна перевага, що носить не лише тактичний, але і стратегічний характер. Це те, що роблять не для порятунку, а для забезпечення стійкішого і надійнішого розвитку бізнесу [2].

Однак, щоб елементи ризик-менеджменту були більш дієвими, вкрай необхідна економічна культура його реалізації.

Під економічною культурою реалізації ризик-менеджменту частіш за все розуміється комплекс економічних і організаційних знань і навичок, що дозволяють планувати і реалізовувати дії з реагування на негативні чи позитивні події, які з деякою часткою ймовірності можуть проявитися в процесі функціонування економічної організації в умовах невизначеності і ризику. Нині все більшого поширення набуває інтегрований підхід до управління ризиками, коли управління здійснюється для всього спектру погроз бізнесу на основі уніфікованих методик і алгоритмів, що і визначає високі вимоги до економічної культури ризик-менеджера. В ефективній системі управління ризиками стратегічне управління ними має бути централізовано. Оперативне управління ризиками необхідно здійснювати в місці їх виникнення. Наприклад, при централізації управління фінансовими потоками або процесами забезпечення сировиною і матеріалами оперативне управління виникаючими ризиками логічно здійснювати у відповідних підрозділах центрального офісу компанії. При цьому оперативне управління операційними ризиками повинно проводитися на підприємствах, де виникають, наприклад, виробничі чи екологічні ризики. У виробничих компаніях, де величезний вплив на бізнес робить успішна стратегія управління операційними ризиками, прийнято говорити про систему управління операційними ризиками (або системі запобігання позапланових втрат), як частини загальної системи з управління ризиками.

На практиці можна виділити три основні сфери діяльності спеціалістів з управління ризиками:

- управління корпоративними ризиками;
- управління проектними ризиками;
- підтримка корпоративних процедур по взаємодії із зовнішніми агентами (фінансовими і страховими ринками, державними інспектуючими органами, так звана комунікативна функція).

Співвідношення різних напрямків діяльності в конкретній економічній організації визначається ініціатором впровадження процедур управління ризиками. В економічних організаціях система управління ризиками зазвичай включає три основні елементи: створення критеріїв управління ризиками

(установлення різного роду лімітів), для чого виявляється прийнятність ризику (ступінь ризикованості) особами, які приймають ключові рішення. При необхідності проводиться узгодження інтересів сторін, оскільки прийняття ризиків у всіх, як правило, різна; ідентифікація (розпізнавання) ризиків на підприємстві, їх оцінка і вимір; заходи щодо оптимізації ризиків. Для виконання цих функцій необхідно створення системи управління ризиками в економічній організації. Для цього необхідно: визначити замовника діяльності (акціонери, генеральний, фінансовий директори); вибрати організаційну модель підрозділу з управління ризиками; розробити політику в області управління ризиками. Сьогодні традиційно замовником виступає фінансова дирекція, адже саме цей підрозділ зацікавлений в ефективному управлінні фінансовими потоками і більшої передбачуваності процесу планування, що є, в тому числі, результатом ефективного управління ризиками. Крім того, управління фінансовими ризиками є невід'ємною частиною роботи фінансової дирекції. У дирекцію, як правило, входить підрозділ, відповідальний за забезпечення процесу страхування. Здається, саме фінансові підрозділи в українських компаніях є найбільш підготовленими до впровадження сучасних корпоративних стандартів управління, а часто і ініціюють ці процеси, в тому числі запровадження практики управління ризиками. Незважаючи на те, що часто вимога замовників про побудову системи управління ризиками представляється формальним, це питання дуже важливе. Якщо не буде осіб, дійсно зацікавлених у впровадженні системи управління ризиками, то вона не принесе жодних результатів і буде працювати тільки на папері, а не на практиці. У сучасному корпоративному управлінні існує тенденція розділення функцій контролінгу та виконавчих підрозділів. Йде процес виведення функцій з управління ризиками за межі фінансових служб у відокремлені підрозділи по контролінгу, підлегли генеральному директору або раді директорів. Найбільш істотно організаційна структура з управління ризиками трансформується, коли замовником процесу впровадження корпоративних процедур з управління ризиками виступають акціонери компанії. У такій системі управління ризиками остаточно трансформується в аудіовану функцію, покликану співвіднести реальний і уявний акціонерами рівні ризику.

Узагальнено всі моделі організації управління ризиками можуть бути розподілені на дві групи. До першої групи належать структури, що розробляють загальну стратегію управління ризиками компанії і координують процес управління через формальне включення цілей з управління ризиками в загальний список цілей певного підрозділу, де безпосередньо виникають ризики. У такій структурі підрозділ з управління ризиками не бере участь в оперативному управлінні ризиками (так звана розподілена модель). До другої групи можна віднести таку модель управління ризиками, при якій всі функції концентруються в рамках одного підрозділу, яка оперативно впливає на всі аспекти управління ризиками (так звана концентрована модель). У вітчизняних компаніях зустрічаються обидва типи організаційних структур. Вони мають як переваги, так і недоліки, і їх вибір залежить від поставлених завдань. Так, на деяких підприємствах підрозділ ризик-менеджменту керуючої компанії організований наступним чином: [8]

1) орієнтований на напрями бізнесу. За кожен напрям відповідає окремий ризик-менеджер, який

підпорядковується керівнику департаменту ризик-менеджменту. Це дозволяє ефективно враховувати специфіку напрямків бізнесу в холдингу;

2) орієнтований на різні види ризиків. Можна запропонувати наступну структуру: страхова програма та операційні ризики управляються одним ризик-менеджером, а кредитні та стратегічні ризики, а також активи та пасиви – іншим.

Політика в області управління ризиками в конкретній економічній організації повинна бути сформульована в одному всеосяжному документі. Даний документ визначає основи побудови системи управління ризиками в економічній організації. Він повинен бути доступний для будь-якого співробітника компанії (наприклад, розміщений на корпоративному сайті). Документ повинен об'єднувати всі основні політики щодо запобігання несприятливого впливу бізнесу на середу і впливи середовища на бізнес (політика управління фінансовими ризиками, політика в галузі охорони праці та промислової безпеки, політика по захисту навколишнього середовища та інше). Подібний документ повинен починатися спільною заявою про безліч ризиків, яким піддається економічна організація. Можна перерахувати основні типи, уникаючи зайвої деталізації. Далі заявляються цілі побудови системи по управління ризиками, а саме мінімізація впливу несприятливих факторів на бізнес в цілому (підвищення стійкості бізнесу) і на його окремі складові (захист життя і здоров'я співробітників, активів власників, навколишнього середовища – як соціального, так і природного). Потім дається опис загального процесу оцінки ризиків. У висновку вказуються підрозділ, відповідальний за управління ризиками, повноваження з управління, порядок моніторингу.

Так, наприклад, в ПАТ «Оболонь» вся регламентна документація по управлінню ризиками компанії складає величезну кількість сторінок. При цьому велика частина доводиться на положення по управлінню ризиками, які повинні застосовуватися на підприємствах (бізнесі-одиницях), оскільки вони гранично деталізовані. Також в компанії існує політика по управлінню ризиками, в якій заявлена мета управління – «Гарантувати акціонерам підконтрольність всіх основних ризиків компанії». Політика була прийнята в компанії в 2000 році і після цього кілька разів уточнювалася і доповнювалася. У ній містяться такі положення, як: декларація цілей і принципів, визначення основних понять; перелік типів ризиків; повноваження і принципи функціонування комітету з управління ризиками; визначення обов'язків і повноважень бізнесу-підрозділів компанії по управлінню ризиками; терміни переоцінки ризиків та ін.

Для ефективного управління ризиками в економічній організації повинна бути сформульована концепція управління ризиками, яка повинна включати: прогнозування ризиків; опис і класифікацію ризиків; принципи ранжирування ризиків за ступенем значущості; опис процесів компанії і їх ув'язку з виявленими ризиками; методики управління ризиками, реалізовані в компанії; рольову модель управління ризиками (повноваження співробітників компанії в системі управління ризиками).

В обов'язковому порядку необхідно впровадження інформаційної системи, що підтримує прийняті в концепції процедури і накопичує інформацію про ризикових подіях. Її використання при управлінні ризиками дозволить забезпечити суворе виконання прийнятих процедур і скоротити обсяг роботи з аудиту системи.

Необхідною стадією для побудови стратегії з управління ризиками є побудова карти ризиків економічної організації. Використання результатів прогнозування, поряд з іншими такими способами побудови карти ризиків: інтерв'ю з ключовими фахівцями; аналіз документації, дозволить зібрати більш повну і якісну інформацію про можливі ризики економічної організації. Що, в свою чергу, призведе до демпфірування ризиків майбутніх періодів. Для економічної організації карта ризиків повинна бути базовим документом, що містить прогноз можливих ризиків, класифікатор ризиків, матрицю ризиків та іншу одержану інформацію. Використання прогнозування при побудові карти ризиків визначає те, як вона має виглядати. Карту ризиків можна розділити на дев'ять квадратів у осях «Ймовірність настання ризикової події» і «Збиток від настання ризикової події». Дуже складно дати точну оцінку можливого збитку по кожному ризику або спрогнозувати його ймовірність.

Збиток від настання ризикової події і його ймовірність ділимо на три категорії: високий, середній і низький рівні. Для кожної категорії має бути складено докладний опис того, який збиток і яка ймовірність повинні бути віднесені в ту чи іншу категорію.

У вітчизняній літературі основний акцент робиться на розгляд ризиків фінансових компаній, а економічні організації виробничого типу залишаються за рамками уваги вчених. Тому є необхідність сформувати декілька функцій, які можна оптимізувати, використовуючи механізм реалізації управління ризиками.

Забезпечення промислової безпеки. Функція забезпечення промислової безпеки в світовій практиці відноситься до будь-яких об'єктів власності, у вітчизняній практиці – тільки до небезпечних виробничих об'єктів, зарахованим до цієї категорії державними регулюючими органами, тобто не відноситься до всього об'єкта власності. Тим часом почастишали техногенні катастрофи, які призводять до великих фінансових і людських втрат, котрих можна уникнути шляхом прогнозування і попередження ризиків.

Забезпечення охорони праці. Ця функція регулюється українським законодавством, тому, мабуть, не варто очікувати, що компанії будуть нести істотні втрати через порушення норм охорони праці у короткостроковому періоді. Тим не менш важливо враховувати, що у світовій практиці збитки пов'язані з порушеннями в галузі охорони праці, є одними з найбільш істотних для промисловості поряд із забезпеченням екологічної відповідності.

Забезпечення ефективного обслуговування устаткування. У західній практиці немає поділу функцій забезпечення безпеки виробничого обладнання та безпеки експлуатації будівель і споруд. У вітчизняній практиці ці функції розділені, більш того – часто належать до компетенції різних дирекцій. Це призводить до поділу фінансових потоків на забезпечення діяльності по запобіганню позапланових втрат і робить їх контроль з точки зору ефективності вкладень більш складним. У свою чергу, для вирішення конфлікту, що виникає між бажанням збільшити виробничі показники за рахунок більш інтенсивного використання обладнання і необхідністю гарантувати певний рівень надійності роботи обладнання, підрозділи з управління ризиками повинні курирувати розробку політики по обслуговуванню обладнання та перевіряти її дотримання. Збільшення міжремонтних періодів – одна з основних причин виникнення великих збитків на підприємствах у вітчизняній практиці.

Забезпечення пожежної безпеки. Забезпечення пожежної безпеки підприємства – одна з важливих функцій у системі запобігання позапланових втрат. Внутрішній конфлікт закладено в самому принципі функціонування підрозділів, що забезпечують пожежну безпеку на українських підприємствах, коли основна мета полягає в задоволенні вимог державних регулюючих органів, а не в ефективному захисті майна власників. Це важлива і часто недооцінена стаття витрат підприємства. У наявності конфлікт інтересів, що повинен бути пильним об'єктом уваги ризик-менеджменту.

Забезпечення діяльності по роботі в надзвичайних ситуаціях. Як правило, операційні ризики в промислових компаніях виникають на підприємствах і саме ефективність виконання даної функції відразу після виникнення інциденту дозволяє мінімізувати фінансові втрати і час, необхідний для відновлення бізнес-процесу. Очевидно, що на корпоративному рівні ця функція покладена на підрозділ з управління корпоративними ризиками і формалізується шляхом написання плану забезпечення безперервності бізнесу. На локальному рівні окремого підприємства повинні розроблятися і періодично оновлюватися плани ліквідації надзвичайних ситуацій.

Комунікативна функція. Ця функція є ключовою при організації ефективного управління ризиками компанії в цілому і на окремих підприємствах зокрема. На практиці часто функція задовільно виконується в центральному офісі компанії, але на кожному підприємстві, що входить в компанію, повинен існувати координатор процесу управління операційними ризиками, на якого покладена і комунікативна функція.

Важливими елементами системи управління ризиками є випереджаюче розпізнавання тривожних ситуацій, тобто їх прогнозування, і накопичення інформації про ймовірних втратах. Незалежно від того, на якому рівні здійснюється управління ризиками, сигнал про ризики повинен надходити негайно до ризик-менеджера. При цьому здійснюється моніторинг можливих наслідків і видаються рекомендації щодо їх усунення. Це дозволяє контролювати роботу з управління ризиками на підприємствах.

Ефект від впровадження системи управління ризиками оцінити нескладно. Будь-який ризик – це ймовірні втрати компанії. Запроваджуючи систему управління ризиками, ми скорочуємо ці втрати, тобто, підвищуємо прибутковість і рентабельність компанії. Співвідношуючи отримані результати з витратами на впровадження системи управління ризиками, можна оцінити ефективність такого рішення. Аналітична компанія «РБК» в 2010 році спробувала провести дослідження і з'ясувати, якими темпами на російських підприємствах впроваджується ризик-менеджмент [12]. Для чого в 500 найбільших підприємств Росії по електронній пошті була розіслана анкета, яку пропонувалося заповнити головному ризик-менеджеру підприємства. Дане дослідження не увінчалось успіхом, так як було отримано всього 37 відповідей, які в цілому зводилися до того, що інформація щодо ризиків, з якими стикається їхня економічна організація, не розголошується. Подібна інформація ретельно приховується. Все це підкреслює важливість проблеми управління ризиками в економічній організації. Це неодмінно стосується й українських компаній.

дження не увінчалось успіхом, так як було отримано всього 37 відповідей, які в цілому зводилися до того, що інформація щодо ризиків, з якими стикається їхня економічна організація, не розголошується. Подібна інформація ретельно приховується. Все це підкреслює важливість проблеми управління ризиками в економічній організації. Це неодмінно стосується й українських компаній.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Крупному і середньому бізнесу необхідно використання професійних технологій ризик-менеджменту, що базуються на економічній культурі. Грамотно побудована система управління ризиками підприємства дає змогу стабілізувати найважливіші стратегічні і тактичні показники діяльності (наприклад, вартість бізнесу, прибутковість), оптимізувати розміщення ресурсів, капіталу відповідно до оцінки ризиків, запобігти втратам, підготувати бізнес до дій у надзвичайній ситуації і підвищити репутацію компанії. Зовнішні прояви успішного ризик-менеджменту, в свою чергу, відбиваються на здешевленні страхових програм, на підвищенні кредитних рейтингів і зниженні вартості залученого фінансування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Руководство по риск-менеджменту / Д.А. Марцынковский, А.В. Владимирцев, О.А. Марцынковский; Ассоциация по сертификации «Русский Регистр». Санкт-Петербург : Береста, 2007.
2. Кравченко В.А. Функціональний та інтегральний підходи до управління підприємницькими ризиками: теорія та практика / Володимир Кравченко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2008. – № 2.
3. Кривда О.В. Механізм ризик-менеджменту та чинники, що його формують. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». [Текст]: Зб. наук. праць. – Вип. 10. – К. : НТУУ «КПІ», 2013. – С. 268–273.
4. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рисков ситуаций: Учебник. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. – 880 с.
5. Пикфорд Дж. Управление рисками. – М. : ООО Вершина, 2004. – 352 с.
6. Коробова С.С. Развитие риск-менеджмента в предпринимательстве: [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.kycherova.ru/delopment/index.html.
7. Куташенко М.В. Суть ризику і причини його виникнення // Інвестиції: практика та досвід, 2009. – № 6. – С. 45–48.
8. Кузьмак О.М. Ефективна система ризик-менеджменту як дієвий засіб забезпечення стійкості фінансових установ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/portat>.
9. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. – К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. – 200 с.
10. Хохлов Н.В. Управление риском. – М. : ЮНИТИ-ДАНАБ, 2009. – 239 с.
11. Enhancing Shareholder Wealth by Better Managing Business Risk. International Federation of Accountants New York, USA. – 54 p.
12. Електронний ресурс. – Режим доступу : www.finrisk.ru.
13. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.obolon.ua/>.

УДК 005.35:334.716

Кужель В.В.кандидат економічних наук,
директорВідокремленого структурного підрозділу
Агротехнічного коледжу

Уманського національного університету садівництва

**МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
БІЗНЕСУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ**

Стаття присвячена теоретичному узагальненню методів, об'єктів та показників діагностики соціальної відповідальності. Розглянуто підходи до оцінки соціальної відповідальності бізнесу та ефективності соціальних інвестицій, рівні діагностики соціальної відповідальності, види ефективності соціальних програм, методи діагностики соціального ефекту. Розроблені методичні рекомендації щодо удосконалення інструментарію соціальної відповідальності агропродовольчої сфери.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціальні інвестиції, соціальні програми, соціальний ефект, соціальна інфраструктура.

Кужель В.В. МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ

Статья посвящена теоретическому обобщению методов, объектов и показателей диагностики социальной ответственности. Рассмотрены подходы к оценке социальной ответственности бизнеса и эффективности социальных инвестиций, уровни диагностики социальной ответственности, виды эффективности социальных программ, методы диагностики социального эффекта. Разработаны методические рекомендации по совершенствованию инструментария социальной ответственности агропродовольственной сферы.

Ключевые слова: социальная ответственность, социальные инвестиции, социальные программы, социальный эффект, социальная инфраструктура.

Kuzhel V.V. TOOLS OF SYSTEMATIC SOCIAL RESPONSIBILITY BUSINESS SERVICES AGRIFOOD

The article is devoted to the theoretical generalization methods, facilities and diagnostic indicators of social responsibility. Approaches to the evaluation of social responsibility of business and the effectiveness of social investment, diagnostics levels of social responsibility, efficiency kinds of social programs, diagnostic methods of social effect. Developed recommendations to improve the tools of social responsibility agrifood sector.

Keywords: social responsibility, social investment, social programs, social impact, social infrastructure.

Вступ. Переосмислення методологічних підходів щодо механізмів адаптації соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу агропродовольчої сфери в контексті потенціалу розвитку національної економіки, її пріоритетних галузей та окремих суб'єктів господарювання диктує необхідність створення сучасного методичного інструментарію, що сприятиме розумінню необхідності та економічної ефективності соціальних інвестицій, широкого практичного впровадження принципів соціальної відповідальності підприємствами і становлення інноваційної моделі агропромислового виробництва України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу останнім часом знайшли відображення в працях українських науковців, зокрема, І.О. Крюкова, акцентує увагу на соціальній відповідальності бізнесу агропродовольчої сфери в аспекті продовольчої безпеки національної економіки [1]. О.Г. Чирва, В.С. Негоденко, О.В. Митяй, Ю.М. Мельник пропонують розглядати соціальну відповідальність в контексті управління конкурентоспроможністю, екологічної безпеки продуктів харчування та підвищення інвестиційної привабливості агропродовольчої сфери [2-4]. Заслужують на увагу наукові розробки Т.С. Шабатури, яка досліджує проблему соціальної відповідальності бізнесу як інноваційного інструменту нарощення економічного потенціалу підприємств харчової промисловості [3]. Дослідження механізмів впливу соціальної відповідальності на ринкову вартість бізнесу та сталого розвитку національної економіки в сучасних умовах віддзеркалені у працях І.Ю. Гришовой, Т.С. Шабатури та ін. [4-10]. Різ-

новекторність та масштабність наукового пошуку, широкий діапазон наукових розробок дослідження соціальної відповідальності бізнесу та її сучасних економічних характеристик в агропродовольчій сфері вимагає формування комплексної системи всебічної діагностики їх впливу на результативність діяльності підприємств та потенціалу їх розвитку. Проте методичний інструментарій оцінки ефективності та реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу досліджено фрагментарно, що вимагає наукового узагальнення, систематизації та структурування.

Метою дослідження є теоретичне узагальнення методів, об'єктів та показників діагностики соціальної відповідальності та вироблення методичних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу. В Україні відсутні зрозумілі критерії оцінювання соціальної відповідальності бізнесу в агропродовольчій сфері, уявлення про те, якими є етичні принципи сучасного бізнесу й економічні вигоди соціально відповідальної поведінки, а також обґрунтування та розуміння переваг соціальної відповідальності для українських підприємств аграрного виробництва та харчової промисловості. Участь у розвитку соціальної інфраструктури є важливим фактором забезпечення сприятливих умов ведення економічної діяльності; вкладення ресурсів у розвиток внутрішнього середовища існування (персонал, екологія, співтовариство) приносить певні вигоди, зокрема у вигляді покращення репутації. Слід зауважити, що свою репутацію світові корпорації розглядають як найприбутковіший та найліквідніший актив, що сприяє залученню інвестиційних потоків, формуванню економічного потенціалу та наро-

щентно ринкової вартості бізнесу [1].

Оцінка соціальної відповідальності бізнесу та ефективності соціальних інвестицій в світовій практиці базується на декількох підходах: за результатами нефінансової звітності та за допомогою індексного, рейтингового, якісного і кількісного методів. Про активізацію соціальної відповідальності бізнесу в Україні, зокрема в агропродовольчій сфері, свідчать результати опитування: майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6%) або як частину загального звіту компанії (11,8%) [2, с. 388]. За останніми дослідженнями в підготовці соціальних звітів в Україні в 2010–2013 рр. лідирують великі компанії у сфері фінансових послуг та підприємства харчової промисловості, що пов'язане для перших – із прихильністю фінансових компаній до агресивної моделі нарощення обсягів продажу фінансових продуктів, для других – із необхідністю та новими можливостями користування перевагами членства в СОТ та підвищенням своєї конкурентоспроможності на відкритому світовому ринку.

Імплементация світового досвіду у практичну діяльність потребує узагальнення методичних інструментів, що дозволяють забезпечити основні економічні пропорції довгострокового розвитку підприємств агропродовольчої сфери в контексті запровадження системи соціальної відповідальності бізнесу. Вибір напрямку соціальної відповідальності бізнесу агропродовольчої сфери як об'єкту оцінки залежить від трактування економічної природи та структури елементів дефініції та мети такої оцінки. Так, Л.А. Грицина [20, с. 9-10] пропонує показники екологічності, суспільної, трудової та економічної відповідальності, О.В. Ворона [15] критеріями показників соціальних інвестицій визначила: проблеми суспільства, соціальні, інших зацікавлених сторін, а якісних показників: персонал, бізнес, суспільство, імідж. О.В. Черних [19] зосередила увагу на групах стейкхолдерів. О.В. Мазурик [15, с. 128] виділяє загальний якісний індекс соціальних інвестицій, який показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, а до часткових показників відносить якісний індекс соціальних інвестицій для певного підприємства, що показує рівень комплексності соціальної діяльності підприємства, та якісний індекс соціальних інвестицій для певної ознаки, що показує ступінь присутності цієї якісної ознаки в статистичній вибірці підприємства.

Якісні показники оцінки соціальної відповідальності бізнесу в аграрній сфері наведені в таблиці 1.

Хоч вивчення досвіду іноземних корпорацій корисне для розуміння змісту соціальної відповідальності, однак просте копіювання західних принципів і стандартів без урахування особливостей розвитку агропродовольчої сфери України може бути лише базою для формування її методичного інструментарію та вимагає уточнення формулювань, визначення принципів і критеріїв оцінок щодо методичних підходів дослідження й аналізу дефініції.

На наш погляд, діагностика соціальної відповідальності бізнесу повинна мати декілька рівнів. На першому рівні з урахуванням досвіду міжнародних аграрних корпорацій та світових стандартів щодо забезпечення якості продукції аграрного виробництва та продовольчої сфери, відповідальності перед споживачами та іншими суб'єктами економічних відносин, ділової етики, екологічної та продовольчої безпеки необхідно ідентифікувати основні напрямки реалізації соціальної відповідальності та спрямуван-

Таблиця 1

Показники якісної оцінки соціальної відповідальності аграрного бізнесу

Група показників соціальної відповідальності перед співробітниками:	Група показників зовнішньої середої:	Група показників поведінки підприємства на аграрному ринку:
- плинність кадрів; - оплата та умови праці з співставності зі середньогалузевими; - структура людського капіталу в гендерному розрізі; - оцінка підприємства власними співробітниками	- вплив та витрати підприємства на охорону природи; - використання вторинної сировини; - енергоємність виробництва; - штрафні санкції за перевищення екологічних нормативів	- недобросовісна реклама; - штрафні санкції антимонопольного комітету; - сервісне обслуговування покупців; - кредиторська заборгованість; - рівень відповідності стандартам та сертифікація продукції; - участь у стратегічному розвитку регіону

ня соціальних інвестицій. Наступний етап включає формування системи показників та аналіз у розрізі реальних напрямів за масштабом (обсягом, кількістю), якістю реалізації, оптимізації джерел фінансового забезпечення та ефективності використання програм реалізації соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням специфіки галузі.

Найбільш поширеними в науковій літературі є такі дуже узагальнені види ефективності програм соціальної відповідальності бізнесу:

- *результативність* = P / M – відношення отриманого результату до поставленої мети, що характеризує економічні зусилля підприємства щодо досягнення певного результату. Проте цей показник не віддзеркалює рівень ризиків, при якому було отримано очікуваний результат, а отже, не має стратегічної спрямованості та характеризує лише досягнення минулого періоду та не розкриває потенціалу ефективності соціальних програм в майбутньому;

- *економічність* = P / B – відношення результатів до витрат ресурсів. Показник характеризує досягнення результату за умов найменших витрат, що, в свою чергу, певною мірою обмежує обсяги та розвиток соціальної діяльності підприємств агропродовольчої сфери;

- *доцільність* = M / Π – відношення цілей до реальних соціальних проблем, що характеризує ступінь вирішеності реальних соціальних проблем.

Причому ефективність може оцінюватися з двох основних позицій: для суспільства (сукупність раніше недоступних благ, кількість людей що їх отримали тощо) та для бізнесу (досягнення більшої популярності, поліпшення громадської думки, зростання фінансових показників, капіталізація) [10].

На нашу думку, в площині взаємовідносин вітчизняних підприємств агропродовольчої сфери зі споживачами і суспільством, поряд із зобов'язаннями загального напрямку, мають бути передбачені цілеспрямовані показники соціальної відповідальності бізнесу в розрізі наступних аспектів:

- використання системи соціального маркування продукції;
- використання принципів оцінки життєвого циклу продукту;
- моніторинг впливу на оточуюче довкілля,
- урахування культурної специфіки споживача;
- зв'язок зі споживачами на зворотній основі;
- надання вичерпної інформації про якість і безпеку продукції;

- сертифікація відповідності управлінням якістю, здоров'ям і безпекою;
- запобігання вживання модифікованих продуктів;
- соціально –відповідальний маркетинг та соціальні інвестиції;
- добродійність та інвестиції в соціальні програми місцевої громади та інше.

Виконання зазначених соціальних зобов'язань можливо лише за умови ефективного використання та постійного моніторингу з боку держави, що наголошує на відповідній ролі соціальних інвестицій у забезпеченні соціальної орієнтованості бізнесу шляхом створення передумов для передачі частини еко-

номічних ресурсів на розвиток соціальної сфери та соціальні потреби.

В практиці оцінки соціальних інвестицій використовують індекс питомих соціальних інвестицій, що характеризує загальну суму соціальних інвестицій в розрахунку на одного працівника.

Так, за проведеним опитуванням підприємств продовольчої сфери Т.С. Шабатуро встановлено, що потоки соціальних інвестицій спрямовуються ними переважно на реалізацію внутрішніх соціальних програм, ціллю розробки яких є розвиток власного інтелектуального потенціалу та задоволення вимог працівників (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація соціальних інвестицій підприємств агропродовольчої сфери [3]
(за результатами проведеного опитування підприємств)

Внутрішні соціальні інвестиції	%	Зовнішні соціальні інвестиції	%
1. Розвиток персоналу	50,7	1. Інвестиції, спрямовані на розвиток місцевих громад	21,4
в тому числі:		в тому числі:	
– підвищення безпеки праці;	2,1	– розвиток освіти, науки, технологій та інновацій;	6,2
– охорона здоров'я;	3,1	– підтримка культури та спорту;	2,5
– підвищення кваліфікації та професійний розвиток;	37,3	– розвиток місцевого самоврядування;	10,1
– можливості гармонійного розвитку та дозвілля;	6,2	– благодійна допомога вразливим верствам населення	1,6
– оздоровлення	2,0		
2. Ресурсозбереження	27,8	2. Охорона навколишнього середовища	1,1

Поряд з цим пріоритетними векторами спрямування соціальних інвестицій є підвищення кваліфікації працівників та їх професійний розвиток, а також запровадження ресурсозберігаючих заходів.

Вирішення проблеми соціального інвестування майбутнього розвитку підприємства агропродовольчої сфери з позиції комплексного підходу враховує:

- гнучкість та адаптаційну спроможність підприємства залучати інвестиційні ресурси та адекватно відповідати їх появі;

- функціонально-організаційну готовність підприємства до ефективного використання соціальних інвестицій;

- здатність підприємства в результаті здійснення інвестиційної діяльності, зокрема соціального інвестування, нарощувати ринкову вартість бізнесу.

Висновки. Оцінку соціальної відповідальності підприємств агропродовольчої сфери необхідно супроводжувати моніторингом основних показників діяльності підприємств. Для найбільш повної і всебічної оцінки соціальної відповідальності необхідно скористатися комбінацією і якісних, і кількісних методів, що дозволить провести всебічну діагностику та оцінити ефект.

Найбільше поширення і наукове обґрунтування мають кількісні методи, що будуються на методах та процедурах аналізу показників господарської діяльності підприємства. Кількісні методи оцінки більше підходять для оцінки причинно-наслідкових зв'язків на основі реєстрованих кінцевих кількісних результатів. Використання якісних методів дає можливість у повній мірі оцінити інтереси і потреби представників соціальної групи, позиції всіх зацікавлених сторін і систему їх пріоритетів, допомагає зрозуміти економічний, політичний, соціальний контекст процесу КСВ [11].

Фахівці виділяють такі напрями (об'єкти) оцінювання соціальної відповідальності бізнесу: соціальні інвестиції (та в їх межах соціальна політика) та ефективність/результативність соціальної відповідальності бізнесу.

Основними напрямками подальших досліджень з теорії, методології та практики оцінки соціальної відповідальності бізнесу, на нашу думку, мають стати: розробка комплексної системи оцінок, адекватної сучасним міжнародним стандартам та цілям сталого розвитку, вирішення проблеми порівнянності різногалузевих критеріїв оцінки соціальної відповідальності бізнесу, створення методик наскрізної оцінки соціальної відповідальності аграрного бізнесу на мікро- та макrorівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.
2. Гришова І.Ю. Імплементация принципів соціально-орієнтованого бізнесу в площину економічного розвитку потенціалу харчових підприємств/ І.Ю. Гришова, Т.С. Шабатура // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3. – С. 7 – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
3. Гришова І.Ю. Инновационная модель развития предприятий молокоперерабатывающей отрасли / И.Ю. Гришова, И.А. Крюкова // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. – Тольятти. Россия. – 2014. – № 1 – С. 20–24.
4. Березіна О.Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій / О.Ю. Березіна // Вісник Української академії банківської справи. – 2012. – № 1(32). – С. 97–101.
5. Доклад о социальных инвестициях в России 2008 год. роль бизнеса в общественном развитии / под общ. ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2008. – 80 с.
6. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 1. – С. 21–25.
7. Черних О.В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / О.В. Черних. – Донецьк, 2012.
8. Бондаренко А.В. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави / А.В. Бондаренко, Л.О. Омелянович // Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2009. – № 5(79). – С. 201–203.



9. Кужель В.В. Очікуваний результат соціальної відповідальності бізнесу та його вплив на стратегічний розвиток економіки агропродовольчої сфери [Електронний ресурс] / В.В. Кужель // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3. – Режим доступу до журн. : <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
10. Чупіс А.В. Оцінка, аналіз, планування фінансового становища підприємства: науково-методичне видання / [А.В. Чупіс, М.Х. Корецький, О.Л. Кашенко та ін.]. – Суми : Довкілля, 2001. – 404 с.
11. Зайкіна Г.М. Удосконалення системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції підприємств / Г.М.Зайкіна // Науково-практичний журнал. Агросвіт. – № 11. – 2014. – С. 28–33.

УДК 334.758.4:303.823-057.17

Лазарева М.Г.

*кандидат економічних наук,
докторант кафедри управління персоналом та економіки праці
Донецького національного технічного університету*

ВНУТРІШНІЙ РИНОК РІШЕНЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДИНАМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ХОЛДИНГА

Стаття присвячена розкриттю поняття ринку внутрішніх рішень в холдингу. Розглянуті функції ринку внутрішніх рішень в системі управління динамічною стійкістю холдингу. Представлена організація ринку внутрішніх рішень в холдингу.

Ключові слова: динамічна стійкість, ринок внутрішніх рішень, холдингова компанія, організація торгів, патерни станів.

Лазарева М.Г. ВНУТРЕННИЙ РЫНОК РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ДИНАМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ХОЛДИНГА

Статья посвящена раскрытию понятия рынка внутренних решений в холдинге. Рассмотрены функции рынка внутренних решений в системе управления динамической устойчивостью холдинга. Представлена организация рынка внутренних решений в холдинге.

Ключевые слова: динамическая устойчивость, рынок внутренних решений, холдинговая компания, организация торгов, паттерны состояний.

Lazareva M.G. INTERNAL MARKET OF DECISIONS AT THE DYNAMIC STABILITY CONTROL SYSTEM OF HOLDINGS

The article is devoted to the notion of disclosure the internal market of decisions in holding companies. It was considered the functions of the internal market of decisions. It was suggested the organization of the internal market of decisions at holding companies.

Keywords: dynamic stability control system, internal market of decisions, holding company, organization of auctions, patterns of states.

Постановка проблеми. В умовах турбулентного оточення для сучасної холдингової компанії необхідно мати добре організовану систему управління динамічною стійкістю. Це дозволить підвищити адаптаційні здатності фірми та скоротити час реагування на збудження зовнішнього і внутрішнього характеру. Такий підхід базується на поєднанні індивідуальних і колективних рішень, що значною мірою підвищує їх точність, достовірність та дозволяє приймати рішення вчасно з великим ступенем надійності. Реалізація колективних рішень в ринках внутрішніх рішень значною мірою визначає актуальність і важливість проблеми для сучасних холдингових компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання колективних прийнятих рішень цікавить фахівців-соціологів, економістів, філософів та Проводяться численні експерименти, що мають на меті вивчити ефекти колективних прийнятих рішень. Вперше описав широкі можливості ринку рішень професор економіки університету Джорджа Мейсона А. Робін Хенсон [1].

Зі штучними ринками експериментувала компанія Hewlett-Packard в кінці 1990-х з подачі економістів Чарльза Р. Плотта і Кай-Юг Чена для прогнозування обсягу продажів принтерів [2]. Для оцінки колективних рішень використовується метод аналізу ієрархій (MAI), який дозволяє «об'єднати вигоди, витрати, можливості та ризики для групи, учасники якої заповнюють узгоджені ієрархії власними судженнями і отримують індивідуальні результати багатокрите-

ріального ранжування» [1, с. 71]. При оцінці групових рішень використовуються або середні арифметичні, або середні геометричні. Т.Л. Сааті показав, що найбільш точні результати можна отримати завдяки використанню середніх геометричних при прийнятті складних колективних рішень, тому що вони дозволяють врахувати думку всіх учасників групи, навіть тих, хто не голосував (див. [1, с. 71]). Використання методу аналізу ієрархій знайшли застосування при стратегічному плануванні [3]. Велика робота проведена в області синтезу колективних рішень [4].

У теорії трансакційних витрат Г. Хансманн виділив в окрему категорію витрати колективного прийняття рішень [5]. Він стверджує, що такі витрати тим вище, чим більш численна група, залучена в процес прийняття рішень і чим вона різномірніша.

Останнім часом отримує велике поширення система управління знаннями, в основу якої покладено твердження про те, що система-організація володіє великим знанням, ніж усвідомлює, за рахунок об'єднання знань різномірних фахівців на всіх рівнях ієрархії (синергетичний ефект).

Однак, створення баз знань на практиці пов'язане з рядом психологічних особливостей людей, які не охоче діляться своїми знаннями. Крім того, прийняття рішень часто супроводжується емоційним сприйняттям проблеми, що спонукає до прийняття суб'єктивних рішень. Існує ряд розробок, що дозволяють нівелювати частину проблем, пов'язаних з прийняттям колективних рішень. Наприклад, колек-

тивом російських вчених розроблений програмний продукт «Загальний мозок», який дозволяє обробляти індивідуальні рішення і отримувати колективні рішення при вирішенні найрізноманітніших завдань (див. [6]).

Колективні рішення в практичній діяльності використовуються досить рідко і здебільшого як система підтримки прийняття рішень для топ-менеджменту у великих корпораціях. У WGB Construction за допомогою внутрішньої соціальної мережі часто користуються колективними рішеннями, особливо важливими в період криз [7]. В українській практиці застосування внутрішніх ринків рішень явище також рідке.

Постановка завдання. Під колективними рішеннями, як в теорії, так і в практиці, як правило, розуміють залучення більшого числа учасників у процес прийняття рішень: збір думок, обговорення, формування спільного агрегованого рішення. При цьому при великому числі учасників та їх різноманітності виникають проблеми із знаходженням компромісного варіанту рішень (не кажучи про оптимальне рішення), що пов'язано зі значними транзакційними витратами.

Метою статті є дослідження питання застосування внутрішніх ринків рішень в сучасних холдингах у процесі управління їх динамічної стійкістю: як врахувати оптимальним чином колективну думку з мінімальними транзакційними витратами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з ключових елементів системи управління динамічної стійкості холдингу є система прийняття рішень. У такій системі повинні бути встановлені правила, які формалізують процес прийняття рішень, спрямовані на скорочення часу їх прийняття та зменшення кількості помилок. Відповідно будуть оптимізовані транзакційні витрати з прийняття рішень. Пропонується включити до системи прийняття рішень наступні елементи: ефектне розділення повноважень і відповідальності з прийняття рішень між власниками і топ-менеджментом, між керуючою компанією і підприємствами холдингу; ефективно працюючий координаційний центр (центр з підготовки та прийняття рішень), систему експертних оцінок і внутрішній ринок рішень. Ринки рішень доцільно застосовувати в холдингах, оскільки вони (ринки) дозволяють уникнути проблем, пов'язаних з отриманням достовірної інформації при виробленні рішення, тобто вони фактично нівелюють інформаційну блокаду керівника, яка характерна для великих компаній і викликана внутрішньополітичною боротьбою, чиношануванням і підміною знань службовим становищем. «Анонімність ринків і той факт, що вони забезпечують відносно чітке рішення, безсумнівно, заохочуючи при цьому індивідумів добувати якісну інформацію і діяти на її основі, означає, що потенційне значення цих ринків дійсно важко переоцінити» [2, с. 211].

Колективні рішення, як показують численні дослідження (див., наприклад, [8; 9; 10]), призводять до кращих (точнішим) результатам, ніж це б зробив самий компетентний представник групи (тієї, яка приймає ці рішення). На думку Дж. Шуровьескі група, яка приймає рішення, повинна відповідати таким чотирьом ознакам. Це «різноманіття думок (кожна людина повинна володіти власною думкою, хай це навіть сама неймовірна інтерпретація відомих фактів), незалежність учасників (думка окремих членів групи не залежить від суджень оточуючих), децентралізація (люди мають можливість ґрунтуватися на локальних відомостях) і агрегування (механізм

об'єднання особистих думок в колективне рішення). Якщо в групі дотримані всі перераховані умови, її загальне «судження» з великим шансом ймовірності виявиться точним» [2, с. 23]. Дотримання цих вимог необхідно з двох причин. По-перше, це відсіває помилки, що виникають у процесі прийняття рішень. Якщо люди залежні один від одного, висока ймовірність впливу на кінцеве рішення. По-друге, коли люди незалежні, тоді насправді вони будуть користуватися різноманітною інформацією з різних джерел, що підвищує різноманітність і розширює спектр можливих варіантів рішень, тобто сприяє пошуку вірного рішення.

Пропонований підхід ґрунтується на математичній логіці: «Якщо ви попросите досить велику групу різних, незалежних один від одного людей зробити прогноз або оцінити ймовірність настання тієї чи іншої події, а потім знайдете їх загальну «відповідь», помилки учасників взаємно виключать один одного» [2, с. 23].

Під ринком внутрішніх рішень будемо розуміти (для цілей постановки системи управління динамічної стійкістю холдингу) процеси прийняття колективних рішень на основі незалежності думок їх учасників, засновані на принципах анонімності із застосуванням методів аналітичних мереж (МАН) або методів аналізу ієрархій (МАІ) або інших способів знаходження загальної колективної думки всіх учасників. Сферою інтересів ринків рішень в холдингу є будь-яке когнітивне дослідження, що вимагає використання інформації з різних джерел для отримання оцінок (ймовірності потенційних результатів, наприклад) і прогнозів варіантів реалізації ситуації, пов'язаних із високим ступенем невизначеності, для створення патернів і т.п. Принциповим моментом тут є застосування кардиналістського підходу, який передбачає кількісну вимірність думок учасників.

Ринок внутрішніх рішень працює наступним чином. Спочатку визначається проблема, яку потрібно вирішити, здійснити оцінку ймовірності настання тієї чи іншої події, зробити прогноз і т. п. Вона формулюється в центрі підготовки та прийняття рішень керуючої компанії. Для кожного конкретного випадку форма (документ, який використовується для роботи) може бути різною, але учасникам ринку повинна бути надана можливість робити свій вибір. Наприклад, якщо необхідно визначити ймовірність настання якої небудь події, то учаснику пропонується або самому написати свою оцінку, або вибрати із запропонованого списку діапазон, в який потрапляє його оцінка. Якщо потрібно оцінити вже наявну інформацію будь-якого роду (прогноз, рішення про покупку і т. п.), то учасникам пропонується анкета, в якій він повинен зазначити бажаний варіант. Дані збираються, обробляються в центрі підготовки рішень, і виводиться середнє геометричне (відповідно до МАІ). Наприклад, висновок може виглядати наступним чином: купівля підприємства схвалена 70% респондентів, які вважають, що вона буде вигідною (спрощений варіант подачі інформації). Це означає, що з ймовірністю 70% покупка буде доцільною. Такий ринок легко організувати в рамках холдингу. Для цього необхідно розробити правила функціонування такого ринку, проінформувати (у разі необхідності навчити) всіх співробітників холдингу. Анкети для оцінок повинні бути створені в доступному вигляді, щоб будь-який співробітник незалежно від його спеціальності або службового становища міг зробити свою оцінку. Для скорочення часу збору думок і обробки рішень доцільно використовувати

внутрішню корпоративну мережу. Якщо доцільно, то купується спеціальне програмне забезпечення по типу «Загальний мозок».

У Правилах необхідно передбачити різні форми функціонування таких ринків. Якщо досліджується ймовірність настання кризового становища, то необхідно залучати більшу кількість співробітників. Тоді це можуть бути відкриті торги, тобто в оцінках можуть брати участь абсолютно всі співробітники без спеціальної реєстрації. Якщо ж інформація носить конфіденційний характер, то проводяться закриті торги, до яких допускаються лише зареєстровані учасники. Головна умова проведення торгів – це анонімність. Для обмеження опортуністичного поведінки з боку співробітників (шпигунство, жарти і пр.) після оголошення торгів бажано відправляють електронною поштою на спеціально створений для цього електронну адресу свою заявку. Відповідальна особа (у центрі підготовки та прийняття рішень) проводить ідентифікацію особи (що це жива людина, співробітник і т. п.) і приймає рішення допускати його до торгів чи ні. Після чого цьому співробітнику присвоюється кодове слово або номер та надсилається електронною поштою анкета для оцінки. Оцінка проводиться одночасно для всього холдингу у встановлений час торгів. Весь процес відбувається у віртуальному середовищі: обмін інформацією відбувається в електронному вигляді. Для заохочення співробітників в участі в торгах розробляється система мотивації. Наприклад, ведеться облік учасників, і фіксуються кількість разів участі в торгах і результати фактичної реалізації події. Залежно від цих двох характеристик визначається величина винагороди (чим частіше бере участь у торгах і чим точніше прогноз, тим вище величина винагороди).

Для визначення нових патернів станів внутрішньої та/або зовнішнього середовища ринок рішень працює трохи інакше. Оголошується період для подачі пропозицій. Пропозиція оформляється письмово (в паперовому або електронному вигляді) і передається у вказаний період з кодовим словом до центру підготовки та прийняття рішень. Пропозиції реєструються, розглядаються і обробляються. Після закінчення торгів у призначений період «розкриття» учасник зобов'язаний розкрити свою анонімність перед центром підготовки та прийняття рішень. Період «розкриття» встановлюється після проведення експертизи фахівцями керуючої компанії. Учаснику залежно від цінності пропозиції виплачується винагорода.

Ще однією важливою функцією внутрішнього ринку рішень є сприяння процесу самоорганізації в кризові періоди і в цілому, процесу розвитку холдингу-системи. Дуже корисно використовувати ринки рішень при виборі венчурного інвестування, тобто пошуку нових напрямків бізнесу. Процес організації такий, як описано вище.

Висновки з проведеного дослідження. Внутрішні ринки рішень в системі управління динамічної стійкості холдингу дозволяють певною мірою підвищити точність прийнятих рішень та служать базисом для прийняття рішень з багатьох питань, що носять імовірнісний характер (прогнозування різного роду ситуацій), а також при прийнятті важливих стратегічних рішень (купівля, продаж бізнесів, введення нових продуктів і послуг та ін.). Вивчення ринків прийняття рішень є перспективним та доцільним для подальшого дослідження з метою включення його в систему реагування холдингової компанії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Саати Т.Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях. Аналитические сети. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 360 с.
2. Шуровьески Д. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум влияет на бизнес, экономику, общество и государство/ Джеймс Шуровьески ; пер. с англ. Вячеслава Логвинова. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 320 с.
3. Corbin R., Marley A.A.J. Random Utility Models with Equality: An Apparent, but Not Actual, Generalization of Random Utility Models / Journal of Mathematical Psychology. – № 11. – 1974. – P. 274–293.
4. Tversky A., Slovic P., Kahneman D. The Causes of Preference Reversal / The American Economic Review. – № 80/1. – 1990. – P. 204–215.
5. Hansmann H. The ownership of the firm / Journal of Law, Economics, and Organization. – № 2(v. 4). – 1998.
6. Ларичев О., Красненко А., Стернин М. Принятие решений в организациях с использованием коллективного опыта менеджеров – методика и автоматизированная система поддержки. – Режим доступа : <http://www.osp.ru/cio/2002/03/172085/>.
7. Дейвенпорт Т. Коллективная мудрость сотрудников / Harvard Business Review. – № 8. – 2012. – Режим доступа : <http://hbr-russia.ru/liderstvo/prinyatie-resheniy/a11312/>.
8. Gordon K.H. Group Judgments in the Fields of Lifted Weights// Journal of Experimental Psychology. – № 7. – 1924. – P. 398–400.
9. Hanson R. Could Gambling Save Science? Encouraging an Honest Consensus / Social Epistemology. – № 9. – 1995. – P. 3–33.
10. Shaw M. A Comparison of Individuals and Small Groups in Rational Solution of Complex Problems// American Journal of Psychology. – № 44. – 1932. – P. 491–504.

УДК 330.3.338

Лановська Г.І.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів
Національного університету харчових технологій

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Стаття присвячена дослідженню економічної сутності стратегії, інноваційної стратегії та її ролі у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Розглянуті теоретичні аспекти формування інноваційної стратегії. Досліджено формування типів інноваційної стратегії та їх різноманітність з погляду різних вчених. Визначено вплив інноваційної стратегії на формування інноваційної політики підприємства.

Ключові слова: стратегія, інноваційна стратегія, інноваційна політика, типологія стратегій, конкурентоспроможність підприємства.

Лановская Г.И. ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Статья посвящена исследованию экономической сущности стратегии, инновационной стратегии и её роли в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Рассмотрены теоретические аспекты формирования инновационной стратегии. Исследовано формирование типов инновационной стратегии и их разнообразие с точки зрения различных ученых. Определено влияние инновационной стратегии на формирование инновационной политики предприятия.

Ключевые слова: стратегия, инновационная стратегия, инновационная политика, типология стратегий, конкурентоспособность предприятия.

Lanovska G.I. INNOVATION STRATEGY IN THE CONTEXT OF INNOVATION POLICY

The article investigates the economic substance «strategy», «innovation strategy» and its role in ensuring competitiveness. Theoretical aspects of innovative strategies. Formation of types of innovation strategies and their diversity in terms of different scientists. The influence innovation strategy for the formation of innovation policy of the company.

Keywords: strategy, innovation strategy, innovation policy, types of strategies, the competitiveness of enterprises.

Постановка проблеми. Інноваційний характер економіки за своїм визначенням вимагає від суб'єктів господарської діяльності постійних пошуків і використання на практиці винаходів, нових технологічних концепцій і практично значущих результатів наукових досліджень. Суттєвою характеристикою інноваційного процесу є його цілеспрямованість, розвиток в чітко визначеному і заздалегідь заданому напрямку, чому і сприяє інноваційна політика підприємства. Саме вона включає в себе розробку інноваційної стратегії та рішення тактичних завдань щодо задоволення попиту споживачів на інноваційну продукцію. Отже, необхідність дослідження формування інноваційної політики в контексті розробки інноваційної стратегії та вирішення тактичних завдань є важливою проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти формування інноваційної політики підприємства висвітлювалися у дослідженнях багатьох зарубіжних вчених: Р. Акмаєва, І. Ансофф, В. Аньшіна, В. Голубков, П. Дойль, А. Івасенко, Н. Макаркин, М. Мескон, Р. Фатхудинов, Н. Шаборкіна та ін. Вагомий внесок у дослідження з-агальнотеоретичних питань щодо інноваційної політики та стратегії зробили вітчизняні вчені: М. Йохна, А. Гальчинський, В. Стадник, С. Ілляшенко, І. Павленко, І. Тульпа, Н. Краснокутська, Л. Федулова, Н. Чухрай тощо.

Постановка завдання. Незважаючи на значну кількість публікацій в сфері дослідження формування інноваційної політики та її місце у загальній стратегії розвитку підприємства, необхідно вирішити ряд завдань: уточнення економічного аспекту у дефініції «стратегія», «інноваційна стратегія» та її роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, принципів і методів управління інформаційними потоками на різних етапах життєвого циклу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Очевидно, що глибина можливостей науково-технічного

потенціалу та мотивація до інноваційної діяльності підприємств залежать, насамперед, від рівня розвитку вже існуючих виробничих технологій і розвиненості інформаційного забезпечення виробничої сфери. Розвиток будь-якого підприємства неможливий без вироблення стратегічних напрямків своєї діяльності, що ґрунтуються на нововведеннях. Існують різні тлумачення інноваційної стратегії підприємства, і типи стратегій вчені також визначають по-різному.

Так, І. Ансофф стверджує, що стратегія – складне і потенційно потужне знаряддя, за допомогою якого сучасна фірма може протистояти мінливим умовам. Але це непросте знаряддя. Його впровадження та використання обходяться недешево [2, с. 224]. Пітер Дойль трактує стратегію як комплекс рішень по розподілу ресурсів підприємства, що приймаються менеджментом та досягнення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках [5, с. 422]. Отже, стратегія встановлює напрямки діяльності підприємства: у які конкретно товари і ринки компанія направляє грошові та трудові ресурси, а також як саме це буде зроблено, тобто яким чином буде організована робота з формування споживчих переваг у цих галузях.

По-своєму визначає сутність стратегії Фатхудинов, а саме: «Це програма, план, генеральний курс суб'єкта керування по досягненню ним стратегічних цілей у будь-якій області діяльності» [13, с. 80].

Є.П. Голубков вважає, що стратегії представляють сукупність переконань, що розділяються співробітниками організації, але вони стосуються того, як найкращим чином досягти мети організації [4, с. 56].

М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі визначають стратегію як детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей. Стратегія фірми полягає в тому, щоб за допомогою своєї операцій-

ної функції надавати продукти або послуги для задоволення основних потреб споживачів [9, с. 46].

Отже, незважаючи на тривалу еволюцію даної категорії, серед вчених до цього часу немає єдиного підходу до визначення поняття «стратегії». Якщо узагальнити всі поняття, то, на нашу думку, більш точно і змістовно визначив стратегію Пітер Дойль, звертаючи увагу на досягнення довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках.

Традиційне розуміння стратегії підходить тільки до деяких випадків, коли керівники досить чітко формулюють цілі і способи їх досягнення. В інших випадках слід говорити про стратегію в сенсі сформованої програми, що реалізовується в рамках більш-менш продуманого задуму. Як правило, програма є відносно початковою стадією інноваційного процесу, а необхідність додаткових змін (реорганізації виробництва, зміни режиму роботи і збільшення чисельності колективу) сприймається як щось несподіване. Програми змін в інших сферах діяльності підприємства відсутні повністю або представлені в самому загальному вигляді. Тому ми вважаємо неможливим визначити стратегію сучасних українських підприємств як закінчений перспективний план, в який на основі концептуальної ідеї внесені глобальні перспективні цілі і принципово нові рішення для їх досягнення.

Дослідження інноваційної стратегії підприємства пов'язана з розвитком будь-якого сучасного підприємства, що зорієнтоване на інноваційну діяльність та націлене на спроможність використовувати комплексні інновації.

Теоретичне дослідження питань розробки, реалізації та оцінки ефективності інноваційної стратегії показало, насамперед, багатоманітність визначення цього поняття та відсутність єдиної наукової класифікації інноваційних стратегій.

Так, ряд науковців пов'язують інноваційну стратегію з бажанням фірми досягти технічного і ринкового лідерства шляхом створення й упровадження нових продуктів. Така стратегія передбачає тісний зв'язок фірми зі світовими досягненнями науки і технології, пряму залежність від наукових розробок, що фінансуються і здійснюються самою фірмою, можливість останньої швидко реагувати і пристосовуватися до нових технологічних можливостей [12, с. 137]. Колектив російських учених вважають, що «особливість інноваційних стратегій полягає у виборі напрямлення та визначенні масштабів передбачуваних змін» [6, с. 159]. М.А. Йохна та В.В. Стадник теж вважають, що інноваційна стратегія – стратегія, націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації та пошукові масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства [7, с. 390].

І.А. Павленко визначає, що «інноваційна стратегія, будучи складовою загальної стратегії підприємства, являє собою ціленаправлену діяльність щодо визначення найважливіших напрямів, вибору пріоритетів перспективного розвитку підприємства і вироблення комплексу заходів, потрібних для їх досягнення» [11, с. 95]. Схожої думки російський науковець Р.І. Акмаєва: «Інноваційна стратегія являє собою ціленаправлену діяльність за визначенням пріоритетів перспективного розвитку підприємства та їх досягненню, в результаті якої забезпечується нова якість виробництва і управління» [1, с. 133].

Аналізуючи визначення, можна стверджувати, що у багатьох учених досить чітко простежуються в контексті сутності інноваційної стратегії – ціленаправленість діяльності підприємства та визначен-

ня і досягнення його найважливіших напрямків. Але все ж більш змістовним визначенням ми вважаємо визначення українських вчених М.А. Йохна та В.В. Стадник, які наголошують на необхідності передбачення глобальних змін і забезпечення стабільного розвитку підприємства. Різноманіття інноваційних стратегій, виявлених нами в процесі дослідження, багато в чому пояснюється вихідними відмінностями між підприємствами і варіативністю умов, в яких їм доводиться діяти. Економічні реформи поставили перед такими підприємствами цілий ряд проблем, пов'язаних з необхідністю відновлення й розвитку.

Отже, на початковому етапі формування інноваційної стратегії підприємству слід визначити її тип, який допоможе реалізувати його ринкові позиції та інноваційні можливості. Теоретично обґрунтовано кілька типів інноваційної стратегії. Проте економісти визначають їх по-різному. Багатоманітність типів інноваційних стратегій, яке існує на теперішній час, суттєво ускладнює вибір стратегії підприємствам. Деякі вчені визначають три типи стратегії: наступальна (активна), імітаційна та комбінована [10, с. 355].

Якщо підприємство обрало імітаційну стратегію з поступовим переходом до наступальної, то досягнувши певного успіху, керівництво не повинно чекати стадії спаду. А має відразу ж придбати нову ліцензію або провести розробки з метою підвищення технологічного рівня інноваційної системи, щоб перейти до виробництва власного нового продукту. Таким чином підприємство перейде до наступальної стратегії, яка ґрунтується не на окремій інновації, а на їх серії. Обравши адаптаційну (пасивну) стратегію, підприємство може поступово опинитися серед відсталих спочатку в техніко-технологічному, а згодом і в економічному відношенні.

Ступінь реалізації стратегії фірми для досягнення конкурентоспроможності продукції, що випускається, багато в чому залежить від оптимальності організаційної форми інноватора (фірми). А.Ю. Юданов розглядає 4 типи компаній (або типу стратегій) в залежності від їх цілей: віоленти, коммутанти, патієнти, експлеренти [15, с. 41].

Віолентна (силова) стратегія характерна для фірм, що діють у сфері великого, стандартного виробництва. Фундаментальне джерело сил – масове виробництво продукції хорошої (середньої) якості за низькими цінами. За рахунок цього фірма забезпечує більший запас конкурентоспроможності.

Патієнтна стратегія є типовою для фірм, що стали шлях на вузької спеціалізації для обмеженого кола споживачів. Свої дорогі і високоякісні товари вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція. Їх девіз: «Дорого, зате добре». Вони прагнуть ухилитися від прямої конкуренції з провідними корпораціями. Ці фірми називають «хитрими лисами» економіки. Для вітчизняних фірм ця стратегія може бути прийнята в якості підприємницької філософії. Вона закликає не боротися безпосередньо з провідними корпораціями, а вишукувати недоступні для них сфери діяльності. Такий підхід серйозно підвищує шанси слабого в суперництві з сильними. Ймовірно, надалі в патієнти перетворяться багато наших передових підприємств.

Коммутантна стратегія переважає при звичайному бізнесі в місцевих (локальних) масштабах. Сила місцевого неспеціалізованого підприємства в його кращій пристосованості до задоволення невеликих за обсягом (а нерідко і короткочасних) потреб конкретного клієнта. Це шлях підвищення споживчої

цінності не за рахунок надвисокої якості (як у патієнта), а за рахунок індивідуалізації послуги. «Ви доплачуєте за те, що я вирішую саме Ваші проблеми» – гасло коммутантів.

Віоленти і патієнти не завжди можуть задовольнити індивідуальні потреби, тоді на сцену виступають коммутанти, готові скористатись будь-якою можливістю для бізнесу. Вони отримали назву «Сірі миші». Підвищена гнучкість коммутантів дозволить їм утримувати свої позиції в конкурентній боротьбі. Коммутантна стратегія характерна для багатьох приватних українських фірм.

Експлерентна (піонерська) стратегія пов'язана зі створенням нових або з радикальним перетворенням старих сегментів ринку. Це першопрохідники в пошуку та реалізації революційних рішень. Сила експлерентів обумовлена впровадженням принципових нововведень. Вони отримують вигоду від початкової присутності на ринку.

На нашу думку, ця типологія досить недосконала. Підприємство можливо назвати по типу стратегії тільки в тому випадку, якщо воно спеціалізується на одному виді інноваційного товару або послуги. У випадку випуску декількох видів продукції підприємство звичайно буде використовувати різні стратегії. Отже, стає неможливим визначити належність фірми до віолентів чи коммутантів і т. д.

Р.А. Фатхутдинов визначає такі види стратегій: переходу країни на ринкові відносини; збереження екосистеми; підвищення якості життя; розвитку окремої галузі; організації, що охоплює всі сторони її діяльності; соціального розвитку колективу організації; досягнення конкурентних переваг; підвищення якості товарів; ресурсозбереження; організаційно-технічного розвитку виробництва; ціноутворення та інші [13, с. 79].

Згідно класифікації Кріса Фрімана розрізняють наступні модифікації інноваційної стратегії підприємства [16]:

- традиційна інноваційна стратегія – відсутність технологічних змін на підприємстві шляхом закріплення певних інноваційних форм на тривалий період їх життєвого циклу;

- опортуністська інноваційна стратегія – підприємство зайнято пошуками такого продукту, який не потребує великих витрат на дослідження і розробки, але з яким воно може одноосібно бути присутнім на ринку;

- імітаційна інноваційна стратегія пов'язана з копіюванням технології виробництва продукції фірм-піонерів і передбачає придбання ліцензії виробництва такого продукту

- захисна інноваційна стратегія відбиває реакцію підприємства на дії конкурентів і побічно – на потреби і поведінку споживачів;

- залежна інноваційна стратегія: характер інноваційних змін на підприємстві залежить від політики інших фірм, які виступають як основні у коопераційних технологічних зв'язках та підприємства не роблять самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані вимогами до неї провідного підприємства;

- наступальна інноваційна стратегія охоплює: активні НДДКР, орієнтовані на маркетинг; стратегію злиття та стратегію придбання.

На думку Н.П. Макаркина та Л.В. Шаборкиної, в залежності від умов мікро- та макросередовища підприємство може обрати один із основних типів інноваційної стратегії, а саме адапційний, оборонний, пасивний або творчий, наступальний, активний. В рамках адапційної стратегії вони виділяють:

- захисну стратегію;
- стратегію інноваційної імітації;
- стратегію вичікування;
- стратегію безпосереднього реагування на потреби і запити споживачів.

В рамках наступальної стратегії виділяють :

- активні НДДКР;
- стратегію орієнтовану на маркетинг;
- стратегію злиття та придбання. [8, с. 59-66].

Досить схожі за своєю сутністю інноваційні стратегії запропонувала О.М. Хотяшева. Вона також виділяє спочатку дві групи: активних та пасивних стратегій. До активних стратегій підприємства на її думку можна віднести:

- стратегію технологічного лідерства – реагування на можливі та ті, що відбуваються, зміни в зовнішньому середовищі шляхом проведення постійних технологічних інновацій;

- імітаційні стратегії, які, в свою чергу, поділяє на: стратегію наслідування лідера, стратегія копіювання і стратегія залежності та удосконалення.

Пасивні інноваційні стратегії, на думку О.М. Хотяшевої, пов'язані з фокусуванням уваги підприємства на постійних маркетингових інноваціях або шляхом модифікування товару (незначним удосконаленням продукції без змін базової технології її виробництва). Вона пропонує маркетингові інноваційні стратегії розділити на три групи в залежності від меж їх застосування:

- нова диференціація продукту (і відповідно, її репозиціонування – зміни в позиціонуванні, що має на меті зберегти ринкову привабливість товару в нових умовах);

- стратегія виходу на нові цільові ринки;
- стратегія інновацій в межах збутової, цінової і комунікаційної політики [14, с. 321].

Ряд вчених виділяє такі типи інноваційної стратегії: наступальна, захисна, стратегія поглинання та проміжна [9, с. 254].

Наступальній стратегії притаманні великий ризик, але й можливість високої окупності. В більшості випадків потрібне орієнтування на дослідження з урахуванням та впровадженням нових технологій.

Захисна стратегія теж є високо ризикованою і придатна для підприємств, які можуть отримувати прибуток в умовах конкуренції. Для цього потрібно завоювати значну частку ринку і підтримувати норму прибутку за рахунок низьких витрат виробництва, також бути наготові, щоб швидко реагувати на нововведення впроваджені конкурентами.

Стратегія поглинання має відношення до тих випадків, коли придбана ліцензія реалізується в принципово новій продукції з високим прибутком та освоєнням нового ринку.

Проміжна стратегія зводиться до розумної конкуренції, а успіху можна досягти за рахунок самостійного проведення ефективної інноваційної політики. Цю стратегію можна ще назвати пасивною, оскільки відбувається заміна товару того, який не потребує особливих змін в технології виробництва, в значних затратах розумової праці та не приводить до докорінних змін в техніко-технологічних характеристиках.

Л.Г. Кудінов пропонує інноваційні стратегії розділити на дві основні групи: стратегія проведення НДДКР; стратегія впровадження і адаптації нововведень.

В свою чергу, в стратегію проведення НДДКР він включає: ліцензійну стратегію, дослідного лідерства, проходження життєвого циклу, паралельних розробок та випереджаючої наукоємності. Стратегія впро-

вадження і адаптації нововведень включає: стратегію підтримки продуктового ряду та збереження технологічних позицій; стратегію ретро нововведень та процесової імітації; стратегію продуктової імітації та слідування за ринком; технологічного трансферта та технологічного зв'язку; вертикального запозичення та радикального випередження; стадійності подолання і вичікування лідера [2].

Таким чином, в наведених класифікаціях інноваційних стратегій велика увага приділяється технологічним розробкам, проведенням НДДКР та впровадженням нових продуктів.

Проведення НДДКР, що застосовуються підприємствами, у багатьох галузях вимагають величезних фінансових вкладень. Але перш ніж виділяти кошти на НДДКР, будь-якому підприємству необхідно розробити, на нашу думку, науково-інноваційну стратегію. Згідно цієї стратегії підприємство може: прагнути або стати технологічним лідером (мета науково-інноваційної стратегії – розробка інноваційної технології); опинитися піонером якогось інноваційного продукту (мета стратегії – розробка інноваційного продукту або послуги); зайняти певну ринкову нішу (це стратегія диференціації – розробка нових властивостей, якостей продукції); слідувати за кимось, асимілювати отримані кимось результати НДДКР; дотримуватися комбінованого підходу.

Ефективність інноваційної діяльності на підприємстві багато в чому визначається способом організації НДДКР. Великі підприємства можуть організувати НДДКР по-різному. Наприклад, вони можуть створити у своїй структурі централізовані дослідні лабораторії, які дозволять координувати і концентрувати ресурси на стратегічних напрямках НДДКР, але вимагають комунікаційних механізмів, що пов'язують їх з виробничими центрами, споживачами та постачальниками. Інший шлях – це створити ряд окремих лабораторій, які дозволять ближче контактувати з виробничими структурами, але при цьому зростає ризик дублювання, погану координацію їх діяльності. Вибрати відповідний спосіб організації НДДКР на підприємстві – один з важливих питань регулювання інноваційної діяльності.

Деякі дослідники намагаються поєднати класичну класифікацію інноваційних стратегій з базовими стратегіями, які визначені в теорії стратегічного управління. Але все-таки інноваційна стратегія повинна охоплювати всі зміни, які відбуваються на підприємстві та направлені на його розвиток.

Таким чином, інноваційну стратегію підприємства потрібно розглядати як опорну для всього кола питань і проблем, які має вирішувати товаровиробник.

Виходячи з нашого дослідження наукових праць, багатоманітності типологій інноваційних стратегій підприємства стає зрозумілим, яким важким завданням є для підприємств визначення інноваційної стратегії щодо власного інноваційного розвитку.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені нами дослідження дозволяють зробити наступні висновки: розробка інноваційних стратегій на підприємстві повинна орієнтуватися на загальну стратегію

і базуватися на вирішенні тактичних завдань. Також на початковому етапі розвитку підприємства, з огляду на ступінь відсталості його техніко-технологічного рівня, неможливо починати проведення інноваційної стратегії наступу. Ступінь готовності такого підприємства дає змогу здійснити тільки традиційну стратегію. Однак зміна інноваційної стратегії підприємством залежить від того, наскільки швидко воно зуміє перейти від становища імітатора, що користується чужими результатами технологічного розвитку, до інноваційної стратегії наступу. Єдиною успішною для всіх підприємств інноваційної стратегії не існує. Вибір стратегії залежить від великої кількості факторів, у тому числі від ринкової позиції підприємства, динаміки її зміни, виробничого і технічного потенціалу підприємства; продукту чи послуг, що виготовляються; стану економіки, культурного середовища та сформованої інноваційної політики тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Акмаева Р.И. Инновационный менеджмент : учеб. пособ. / Р.И. Акмаева. – Ростов на Дону : Феникс, 2009. – 347 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление : пер. с англ. / [под ред. Л. И. Евенко]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Аньшин В.М. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития (3-е изд., перераб. и доп.): учеб. пособие. / Аньшин В.М., Колоколов В.А., Дагаев А.А., Кудинов Л.Г. – Москва : Издательство Дело, 2007. – 584 с.
4. Голубков Е.П. Основы маркетинга : учеб. / Е.П. Голубков. – Москва : Издательство «Финпресс», 1999. – 656 с.
5. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль : [пер. с англ. под. ред. Ю.Н. Кантуревского]. – Питер : СПб, 1999. – 560 с.
6. Ивасенко А.Г. Инновационный менеджмент : учеб. пособ./ А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, А.О. Сизова.– Москва : КНО-РУС, 2009. – 416 с.
7. Йохна М.А. Економіка і організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / М.А. Йохна, В.В. Стадник.– К. : Видавничий центр «Академія», 2005. – 400 с.
8. Макаркин Н.П., Шаборкина Л.В. Инновационный менеджмент:уч.пос. / Н.П. Макаркин, Л.В. Шаборкина–Саранск: изд. Мордов. Университ., 1997 – 86 с.
9. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – [перевод с английского, общ. ред. док. экон. наук Л.И.Евенко]. – Москва : Издательство «ДЕЛО», 2004. – 482 с.
10. Навчальний економічний словник-довідник : Терміни, поняття, персоналії / В.С. Іфтемчук, В.А. Григорев, М.І. Манілич, Г.Д. Шутакза. – [наук. ред. Г.І. Башнянина, В.С. Іфтемчука]. – Львів : «Магнолія 2006», 2008. – 688 с.
11. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / І.А. Павленко. – [2-ге вид. без змін]. – К. : КНЕУ, 2006. – 204 с.
12. Тульпа І.А. Інноваційні стратегії : навч. посіб. / І.А. Тульпа, О.М. Сумець. – Харків : Студцентр, 2005. – 208 с.
13. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учеб. / Р.А. Фатхутдинов. – [2-е изд.]. – Москва : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 624 с.
14. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент. / О.М. Хотяшева. – [2-е изд.]. – Санкт-Петербург : СПб., 2006. – 384 с.
15. Юданов А. Теория конкуренции: прикладные аспекты // Мировая экономика и международные отношения. – 1997. – № 6. – С. 41–53.
16. Freeman C. Policies for Developing New Technologies (SPRU). – 2003. – URL: www.sussex.ac.uk/spru/documents/sewp98.

УДК 339.137.22.25.001.73(100):629.351

Латишев К.О.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу**Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського***Пирогов Д.Л.***кандидат технічних наук,
доцент кафедри економіки**Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ВАЖКОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ

У статті висвітлюється проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності продукції автомобілебудівного підприємства, вирішення якої сприятиме залученню новітніх технологій, створенню нових робочих місць, зростанню експортних можливостей країни, розширенню асортименту продукції. На основі аналізу підходів до визначення основних чинників впливу на рівень конкурентоспроможності продукції автомобілебудування розроблено їх класифікацію, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони діяльності підприємств досліджуваної галузі, та спонукає розробці заходів щодо підвищення її міжнародної конкурентоспроможності. Розроблено організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівного підприємства, основою якого є сукупність елементів, взаємодія яких визначає здатність підприємства відповідати вимогам конкурентного середовища, зовнішнім та внутрішнім чинникам світового авторинку, інтересам національної економіки та мінливим споживчим уподобанням.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність продукції, автомобілебудування, управління, конкурентне середовище, світовий авторинок.

Латышев К.А., Пирогов Д.Л. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЯЖЕЛОГО АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

В статье освещается проблема повышения международной конкурентоспособности продукции автомобилестроительного предприятия, решение которой будет способствовать привлечению новейших технологий, созданию новых рабочих мест, росту экспортных возможностей страны, расширению ассортимента продукции. На основе анализа подходов к определению основных факторов влияния на уровень конкурентоспособности продукции автомобилестроения разработана классификация, позволяющая выявить сильные и слабые стороны деятельности предприятий исследуемой отрасли и побуждающая к разработке мероприятий по повышению международной конкурентоспособности продукции. Разработан организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью продукции автомобилестроительного предприятия, основой которого является совокупность элементов, взаимодействие которых определяет способность предприятия отвечать требованиям конкурентной среды, внешним и внутренним факторам мирового авторынka, интересам национальной экономики и меняющимся потребительским предпочтениям.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность продукции, автомобилестроение, управление, конкурентная среда, мировой авторынok.

Latyshev K.A., Pyrogov D.L. IMPROVING THE MANAGEMENT OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF PRODUCTION HEAVY AUTOMOTIVE

The article reveals the problem of increasing international competitiveness of automobile enterprise, the resolution of which will attract new technologies, create new jobs, increase export opportunities for the country, expand the product range. Based on the analysis of approaches to determine the main factors influencing the level of competitiveness of automotive products was developed their classification, which allows to identify the strengths and weaknesses of the companies studied area, and encourages the development of measures to improve international competitiveness. Was developed organizational and economic management mechanism of competitiveness on automobile enterprise, basis of which is set of elements whose interaction determines the company's ability to meet the demands of the competitive environment, external and internal factors of the global automotive market, the interests of the national economy and changing consumer preferences.

Keywords: international competitiveness of products, automotive, management, competitive environment, the global car market.

Постановка проблеми. Під час здійснення діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств на світовому ринку особливо актуальним питанням національного масштабу є підвищення міжнародної конкурентоспроможності їх продукції. Міжнародна конкуренція сприяє залученню новітніх технологій, створенню нових робочих місць, зростанню експортних можливостей країни, розширенню асортименту продукції. Багаторічний досвід провідних автомобільних компаній свідчить, що здобути успіх на зовнішньому ринку можна за рахунок більш високої якості або низьких цін. Для будь-якої країни наявність однієї національної автомобілебудівної компанії на світовому ринку вантажівок є свідченням значного рівня науково-технічного розвитку її еко-

номіки. Конкурентна автівка – це результат ефективної кооперації автовиробників із багатьма підприємствами суміжних галузей. Холдингова компанія «АвтоКрАЗ» є єдиним міжнародним брендом важкого автомобілебудування України. Її автомобілі користуються попитом як в Україні, так і у багатьох країнах ближнього та дальнього зарубіжжя. Аналіз характеристик зарубіжних вантажівок, які є аналогами автомобілів КрАЗ, дозволяє стверджувати, що вітчизняна автомобільна продукція за деякими специфічними показниками не відповідає сучасним світовим вимогам. Отже, виникає необхідність розробки відповідних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних автовиробників на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкурентоспроможності вивчаються на міжнародному рівні. Вагомий внесок у розробку теоретико-методологічних засад конкурентоспроможності зробили І. Ансофф, Р. Вентуччі, А. Дайан, Ф. Котлер, Л. Нассер, Р. Пейс, Р. Ротвелл, Б. Скотт, Й. Шумпетер. Актуальним питанням конкурентних відносин у вітчизняній економіці присвячені роботи І. Балабанової, І. Вовк, Ю. Іванова, О. Кратта, Н. Красностанової, П. Перерви, І. Цветкової, В. Юхименко. Серед авторів з країн СНД конкурентні відносини досліджували А. Дагаєв, О. Попова, Е. Торгунаков, Р. Фатхутдінов, Л. Шеховцева, О. Шигапова, А. Юданов. Зростання конкурентоспроможності підприємства залежить, з одного боку, від управлінських рішень на рівні самих підприємств, з іншого – від державної та регіональної політики у сфері створення відповідного економіко-правового середовища й державної підтримки зусиль суб'єктів господарювання щодо управління їх конкурентоспроможністю.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає в розробці механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю продукції підприємств важкого автомобілебудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний плановірно, відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку, зі врахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [1, с. 43-244]. Саме тому у сучасних умовах функціонування підприємств, коли існує загострення конкуренції на ринку сировини та продукції, виникає необхідність формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств автомобілебудівної галузі, який представляє собою сукупність організаційно-правових та соціально-економічних взаємодіючих елементів та інструментів, що сприяє посиленню конкурентних переваг та забезпеченню конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств в цілому. Однією з важливих передумов формування організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства є визначення сукупності чинників, вплив яких може підвищувати та знижувати її загальний рівень. Аналіз таких чинників допомагає виявити сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства так і його конкурентів, розробити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства [2, с. 58]. На основі аналізу різних підходів до визначення основних чинників [1; 3; 4; 5], які впливають на рівень конкурентоспроможності продукції автомобілебудівного підприємства, розроблена і представлена їх класифікація (рис. 1). Таким чином, на конкурентоспроможність продукції підприємств автомобілебудівної галузі впливає ряд чинників, які можна віднести у три групи: техніко-



Рис. 1. Класифікація чинників конкурентоспроможності продукції автомобілебудівних підприємств

економічні, нормативно-правові та комерційні. Техніко-економічні чинники включають якість, ціну реалізації та витрати на виробництво автомобільної продукції, рівень технологічної оснащеності, забезпечення висококваліфікованим персоналом, що в сукупності впливає на виробництво якісної продукції. У свою чергу, комерційні фактори включають кон'юнктуру ринку, рівень обслуговування, розвиток маркетингової діяльності на підприємстві, наявність і дієвість рекламної політики, імідж підприємства та репутація торговельної марки, що характеризує умови реалізації автомобільної продукції на конкретному ринку.

Тому в умовах посилення конкуренції високого рівня невизначеності й ризику вітчизняних ринків вважаємо за доцільне рекомендувати українським підприємствам систему управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, яка являє собою специфічну багатофункціональну та багатокомпонентну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, що відчують на собі вплив зовнішніх та внутрішніх чинників і створюють певну цілісність [6, с. 162]. Основними видами ресурсів, що використовуються підприємством для здійснення виробничо-господарської діяльності, а відтак і забезпечення належного рівня його конкурентоспроможності пропонується виділяти такі [7]: 1. Технічні ресурси. Це, насамперед, основні фонди: обладнання, устаткування, будівлі, споруди, виробничі площі, інвентар. 2. Технологічні ресурси – використовувані технології та особливості організації виробничого процесу, динамічність технологічних змін, інновацій, наявність конкурентоспроможних ідей та наукових розроблень. 3. Матеріальні ресурси. Це сировина, матеріали, особливості їхнього використання, обробки, збагачення, утилізації. 4. Трудові

ресурси. Люди, здатні до праці, становлять основний елемент продуктивних сил суспільства, оскільки саме вони сполучають засоби і предмети праці, і в результаті трудових зусиль створюється готова продукція. 5. Фінансові ресурси. Придбання технічних і матеріальних ресурсів та найм робочої сили неможливо здійснити без важливого елемента фінансових ресурсів – грошових коштів. 6. Нематеріальні ресурси. Вони забезпечують економічну користь протягом тривалого періоду, але не мають матеріальної основи для отримання доходів. 7. Просторові ресурси. Це характер виробничих приміщень й території підприємства, наявність і стан комунікацій, можливість їх розширення, місцезнаходження і розташування підприємства, відстань від постачальників та споживачів, наближеність до транспортних шляхів. 8. Інформаційні ресурси. Важливе значення мають характер інформації, доступ до неї, можливість розширення інформації і підвищення її ймовірності та інше. 9. Час. Він є специфічним і, на відміну від інших, не відновлюваним ресурсом. 10. Ресурси організаційної структури управління – характер та гнучкість керівної системи, способи підпорядкування, обсяги повноважень та відповідальності, швидкість проходження керівних впливів.

Під організаційно-економічним механізмом управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівних підприємств необхідно розуміти сукупність елементів, взаємодія яких визначає здатність підприємства відповідати вимогам конкурентів, наблизеність до транспортних шляхів. 8. Інформаційні ресурси. Важливе значення мають характер інформації, доступ до неї, можливість розширення інформації і підвищення її ймовірності та інше. 9. Час. Він є специфічним і, на відміну від інших, не відновлюваним ресурсом. 10. Ресурси організаційної структури управління – характер та гнучкість керівної системи, способи підпорядкування, обсяги повноважень та відповідальності, швидкість проходження керівних впливів.

Під організаційно-економічним механізмом управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівних підприємств необхідно розуміти сукупність елементів, взаємодія яких визначає здатність підприємства відповідати вимогам конкурентів

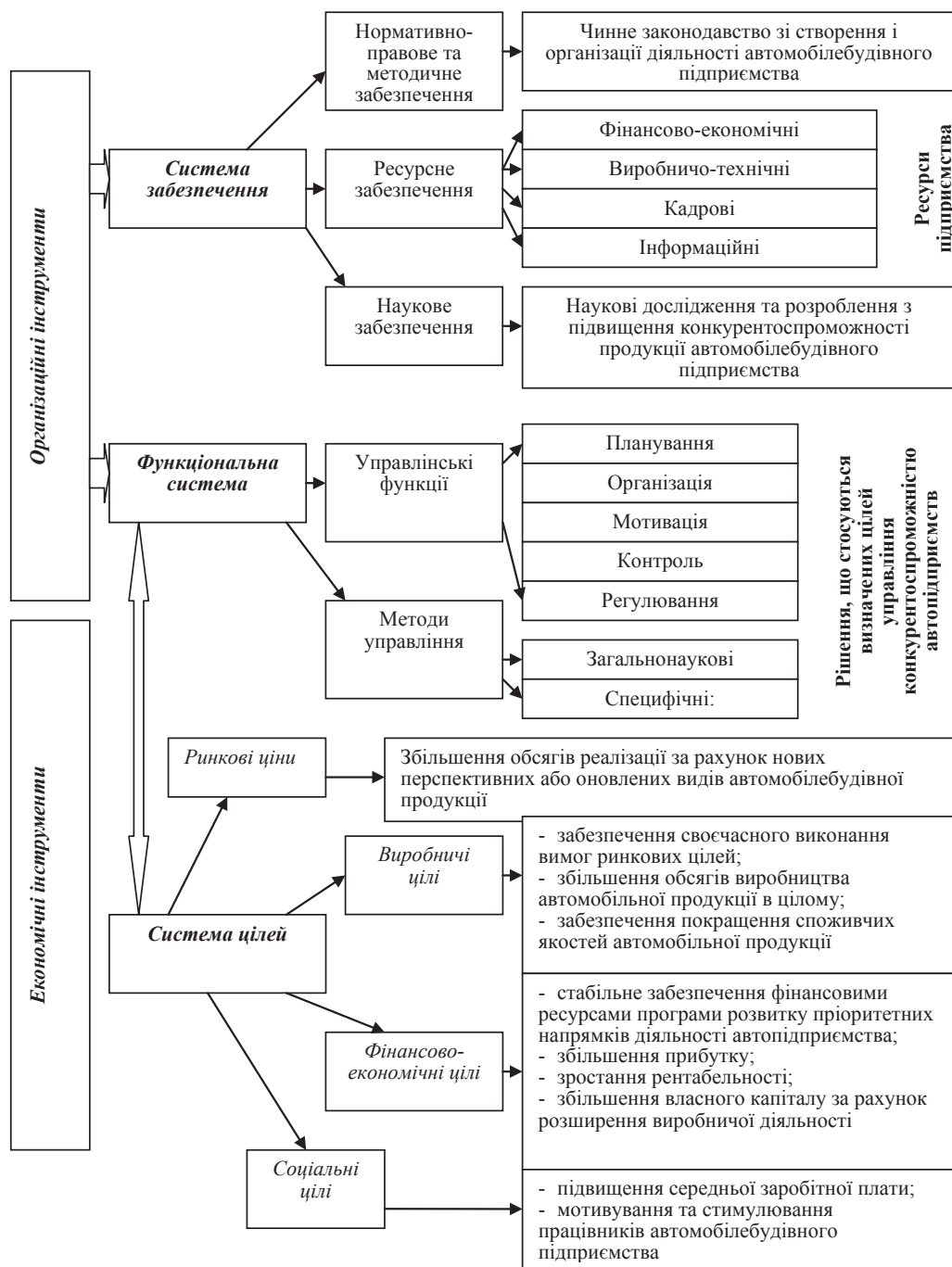


Рис. 2. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівного підприємства

ного ринку, запитам покупців, протистояти іншим виробникам, що поставляють на ті ж ринки аналогічні товари. Виходячи з вищенаведеного визначення поняття організаційно-економічного механізму, доцільно виділити три його компонентні складові: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему, які забезпечують управління підвищенням конкурентоспроможності продукції підприємств автомобілебудівної галузі (рис. 2). Система забезпечення являє собою нормативно-правове, ресурсне та наукове забезпечення управління підвищенням конкурентоспроможності продукції автомобілебудівного підприємства, на основі визначення його ресурсного потенціалу, використання розроблених нововведень та регулювання діяльності на основі вимог чинного законодавства. Функціональна система базується на організації та здійсненні управлінського процесу, яка включає виділення функцій, методів управління та відповідних управлінських рішень, що впливають на систему цілей діяльності підприємства. У свою чергу, реалізація управлінських рішень із забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства автомобілебудівної галузі залежить від таких функцій, як планування, організація, мотивація, контроль та регулювання виробничого процесу. Наступним етапом управлінського процесу забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції є перетворення методів управління у відповідні управлінські рішення. Управлінське рішення – це результат застосовуваних методів менеджменту, на основі яких організовується і скеровується у певне русло діяльність трудового колективу, що забезпечує досягнення мети, поставленої перед підприємством. Практикою перевірено, що на даний момент на більшості підприємств автомобілебудівного виробництва при прийнятті управлінських рішень керівництво намагається робити ставку на якнайшвидшому отриманні прибутку, а не на довготермінову перспективу, що відповідно призводить до відсутності інвестицій в інноваційну діяльність підприємств. Розвиток підприємництва у напрямку максимізації прибутку сприяє ігноруванню критеріїв збільшення вартості власного капіталу як необхідної умови для стійкого розвитку. З огляду на це необхідно розвинути стратегічне управління, що базується на вартісному підході [9, с. 205]. Не менш важливим елементом організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю продукції автомобілебудівного підприємства є система цілей, від правильного визначення якої залежить його успішне функціонування. Загалом цілі управління конкурентоспроможністю продукції підприємства автомобілебудівної галузі пропонується структурувати таким чином [8, с. 27]: ринкові цілі (критерії: частка ризику, обсяг реалізації, зміна пропорцій, пріоритетів у товарній політиці); виробничі цілі (критерії: обсяг виробництва, показники якості); фінансово-економічні цілі (критерії: прибуток, рентабельність, фінансова стійкість, приріст власності тощо); соціальні цілі (критерії: рівень життя працівників, заробітна плата, соціальний захист та інше). У результаті проведеного

дослідження було встановлено, що існує ряд чинників, які можуть позитивно та негативно впливати на конкурентоспроможність продукції автомобілебудівних підприємств. Запропоновано класифікувати ті чинники за трьома групами: техніко-економічні, нормативно-правові та комерційні. Проведення аналізу їх впливу на діяльність підприємства дозволить своєчасно виявити слабкі сторони, розробити та застосувати заходи по підвищенню конкурентоспроможності його продукції. Саме тому з метою ефективного та стабільного функціонування, необхідно створення систем управління підприємством, які повинні бути адаптовані до ринкових відносин.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонований механізм управління конкурентоспроможністю продукції підприємств автомобілебудівної галузі представляє собою сукупність організаційно-економічних інструментів, які на організаційному рівні забезпечують реалізацію управлінських функцій, що направлені на досягнення цілей управління підприємством. У свою чергу, економічна складова механізму забезпечує досягнення результатів діяльності за рахунок правильного використання елементів систем забезпечення та функціонування, що в цілому дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності продукції підприємств важкого автомобілебудування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Міценко Н.Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н.Г. Міценко, О.С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 243–247.
2. Бондаренко С.А. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства. / С.А. Бондаренко, В. Боній // Економіка підприємств. – 2001. – Вип. 9 – С. 58–59.
3. Печеркина Е.В. Классификация факторов конкурентостойкости предприятия / Е.В. Печеркина // Вестник ОГУ. – 2005. – № 8. – С. 89–95.
4. Гаркавенко С.С. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю продукції / С.С. Гаркавенко // Збірник наукових праць Східноукраїнського національного ун-ту ім. В. Даля. – Луганськ : СНУ, 2002. – № 8. – С. 38–44.
5. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки // АПЕ. – 2003. – № 2. – С. 70–73.
6. Козакевич А.С. Організаційно-економічний механізм системи управління конкурентоспроможністю підприємства / А.С.Козакевич // АПЕ. – 2006. – № 5. – С. 161–166.
7. Вовк І. Класифікація ресурсів підприємства. Сучасні підходи [Електронний ресурс] / І. Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 1(4). – Режим доступу до журн. : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11vipssp.pdf>.
8. Торгунаков Е.А. Управление конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях трансформации рыночной среды: автореф. дис. канд. экон. наук: спец. 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством / Е.А. Торгунаков; Санкт-Петербургская академия управления и экономики. – Ст.-Петербург, 2011. – 30 с.
9. Мельник Л. Організаційно-економічний механізм управління забезпеченням конкурентоспроможності підприємства меблевого / Л. Мельник, А. Грод // Соціально- економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 2(7). – С. 200–208.

Наукове видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Збірник наукових праць

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 6

Частина 2

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 27,9. Замов. № 14/14. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105.
Телефон +38 (0552) 39-95-80
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.