

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

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 14
Частина 2

Херсон
2015

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 Юріївна, 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 (ректор 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).

Грегори 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 № 3 від 30.11.2015 р.

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

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Власова Т.Р.

КАТЕГОРІЯ «ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ» В ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ: ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ.....	9
---	---

СЕКЦІЯ 2

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Азаренкова О.В.

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....	13
--	----

Батракова Т.І., Голянчук А.Р.

АНАЛІЗ ЗМІН ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПОТОКІВ ДО КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, У 2015 РОЦІ У ПОРІВНЯННІ З МИНУЛИМИ РОКАМИ.....	18
---	----

Горіна Г.О.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІВНІВ КОНКУРЕНЦІЇ В ТУРИЗМІ.....	21
---	----

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Батракова Т.І., Сардак А.О.

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЕРЖАВИ, АНТИКРИЗОВІ ЗАХОДИ.....	25
--	----

Горлачук М.А., Горлачук О.А.

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ: ВНУТРІШНЬОРЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ.....	28
--	----

Зборовська О.М.

ВПЛИВ ДЕРЖАВНИХ ІНСТИТУЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО КАПІТАЛУ.....	32
--	----

Ільніцький А.І.

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	35
--	----

СЕКЦІЯ 4

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Алексєєв І.В., Федевич Л.С.

ДІЯЛЬНІСТЬ ГОСПОДАРСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ ТА АНАЛІЗУВАННЯ ПРОБЛЕМ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА НЕЇ.....	39
---	----

Беличенко А.Б., Соколова Л.В.

ГЕЙМИФІКАЦІЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МОТИВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОГО ТРУДА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	42
--	----

Боковець В.В., Мачков А.М.

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	45
--	----

Буняк Н.М.

СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ.....	49
---	----

Водяник М.О.

ТЕЛЕМАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДИРКЕТ-МАРКЕТИНГУ.....	52
---	----

Гончаренко М.Л.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ЕГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....	55
--	----

Горобчук І.С.

ТИПОЛОГІЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ЯК НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	59
---	----

Дуда Г.Б., Мазур Н.А. СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНО-ВИРОБНИЧОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ.....	62
Захарчин Р.М. ОСОБЛИВОСТІ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	66
Каламбет К.М. СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	69
Касьян В.В. ОПЕРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ДЛЯ СТВОРЕННЯ РЕГУЛЯРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	72
Кирчата І.М. РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У ХОДІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	75
Клюс Ю.І. РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ПРИ КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЯМИ.....	78
Коваленко О.В., Биткін С.В., Големба В.С., Балюра Ю.О. РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	81
Ковінько О.М. АКТИВІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ.....	87
Колотова Н.Б. АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	90
Корецька О.В. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	93
Корнійчук А.М., Гончарук Т.В., Коломієць Т.В. КОНВЕРГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМ АГРАРНОЇ ОСВІТИ, НАУКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	96
Кунаєв А.Ю. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	100
Лещенко О. В. ПОКАЗНИК І КРИТЕРІЙ СИСТЕМИ АДАПТИВНОГО ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	105
СЕКЦІЯ 5 РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА.....	108
Зоренко К.Р. АНАЛІЗ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	108
СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА.....	112
Драбик О.М. РОЗВИТОК ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ.....	112
СЕКЦІЯ 7 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ.....	116
Алексеев В.І. ВПЛИВ РЕГУЛЯТОРНИХ РІШЕНЬ НА ПЕРЕХІД КРЕДИТНИХ СПІЛОК ДО ONLINE-ДІЯЛЬНОСТІ.....	116

Бабаніна Н.В. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ.....	119
Батракова Т.І. ЗНАЧЕННЯ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	122
Вовчак О.Д., Рибачук Ю.О. ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ВАРТОСТІ ЙОГО ІНСТРУМЕНТІВ.....	126
Гайбура Ю.А. УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ.....	130
Деркач Ю.Б. УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ В БАНКАХ УКРАЇНИ.....	133
СЕКЦІЯ 8	
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ.....	
Амалян А.В. РОЗКРИТТЯ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ В РАМКАХ КЛІЄНТСЬКИХ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ У СВІТЛІ НОВОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ВИЗНАННЯ ДОХОДУ (МСФЗ 15).....	137
Бурденюк Т.Г. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ.....	141
Здреник В.С. ПРИНЦИПИ ТА ЕЛЕМЕНТИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ.....	145
Іваницька Т.Є., Кононова О.Є. РОЛЬ ОБЛІКУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	148
Котковський Р.В. БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	151
Мезенцева Н.М., Нікульникова Т.Г. ПАРАДИГМА СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УКРАЇНІ.....	154

CONTENTS

SECTION 1

ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Vlasova T.R. CATEGORY „HUMAN CAPITAL” IN THE HISTORY OF ECONOMIC IDEA: EVOLUTION OF APPROACHES.....	9
--	---

SECTION 2

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Azarenkova O.V. GLOBAL ISSUES OF SOCIAL DEVELOPMENT.....	13
Batrakova T.I., Holianchuk A.R. ANALYSIS OF CAPITAL FLOWS TO EMERGING MARKETS CHANGE IN 2015 COMPARED TO PREVIOUS YEARS.....	18
Gorina G.O. SYSTEMATIZATION OF SCIENTIFIC APPROACHES TO DETERMINING THE LEVEL OF ECONOMIC COMPETITIVENESS IN TOURISM.....	21

SECTION 3

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Batrakova T.I., Sardak A.O. MECHANISM OF ANTI-CRISIS STRATEGY OF THE GOVERNMENT, ANTI-CRISIS MEASURES.....	25
Zborovska O.M. PUBLIC INSTITUTIONS INFLUENCE ON THE CORPORATE CAPITAL FORMATION.....	32
Ilitskiy A.I. THE ROLE OF INVESTMENTS IN THE STRATEGIC PLANNING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF RURAL AREAS.....	35

SECTION 4

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Aliexsieiev I.V., Fedevych L.S. ACTIVITIES OF BUSINESS ASSOCIATIONS AND THE ANALYSIS OF ITS PROBLEMS.....	39
Sokolova L.V., Bilichenko A.B. GAMIFICATION AS EFFECTIVE MOTIVATIONAL TOOL OF HIGH QUALITY PERSONNEL WORK.....	42
Bokovets V.V., Machkov A.V. FORMATION AND MANAGEMENT OF THE CORPORATE CULTURE IN THE ENTERPRISE.....	45
Buniak N.M. NATURE AND STRUCTURE OF INNOVATIVE POTENTIAL OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENT.....	49
Vodianyk M.O. TELEMARKETING AS EFFECTIVE INSTRUMENT OF DIRECT MARKETING.....	52
Goncharenko M.L. INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE BUSINESS ENTERPRISE AS THE BASIS OF ITS STABLE DEVELOPMENT.....	55
Gorobchuk I.S. TYPOLOGY OF INTEGRATION STRATEGIES AS TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE IN A GLOBAL ENVIRONMENT.....	59
Mazur N.A., Duda G.B. MODERN CONDITIONS OF SOCIAL-PRODUCTIVE INFRASTRUCTURE OF RURAL LOCALITY.....	62
Zakharchyn R.M. THE FEATURES AND STRATEGIC CHALLENGES OF MODERN MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS.....	66



Kalambet K.M. MODERN APPROACHES FOR FINANCIAL PLANNING SERVICES.....	69
Kasian V.V. OPERATING STOCK CONTROL AS POSSIBILITY OF REGULAR MANAGEMENT FORMATION.....	72
Kirchataya I.M. DEVELOPING COMPETITIVE POTENTIAL AS A BASIS OF COMPETITIVENESS DURING RESTRUCTURING OF ENTERPRISE.....	75
Klus Y.I. REGULATORY INFORMATION FLOWS OF CORPORATE GOVERNANCE INNOVATION.....	78
Kovalenko E.V., Bytkin S.V., Golemba V.E., Balyura Y.O. THE ROLE OF INFORMATION AND ANALYTICAL SOURCES IN SAFETY OF THE ENTERPRISE FUNCTIONING.....	81
Kovinko O.M. INTENSIFICATION OF FOREIGN MEANS OF PRODUCTION ENTERPRISE MARKETING INTERNATIONAL.....	87
Kolotova N.B. ANALYSIS OF FORMING OF COMPLEX OF MARKETING OF INNOVATIVE PROJECTS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES.....	90
Koretska O.V. FINANCIAL SECURITY AS AN COMPONENT OF ECONOMIC SECURITY.....	93
Korniychuk A.M., Goncharuk T.V., Kolomiets T.V. CONVERGENCE OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL EDUCATION, SCIENCE AND BUSINESS AS THE BASIS OF FORMING INTELLECTUAL CAPITAL AT AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	96
Kunaiev A.Yu. KEY MEASUREMENT OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	100
Leshchenko O.V. INDICATOR AND CRITERION FOR THE SYSTEM OF ADAPTIVE OPERATIONAL MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS.....	105
SECTION 5 DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY	
Zorenko K.R. ANALYSIS OF AIR CARRIERS, AS PART OF THE TOURIST ATTRACTIVENESS REGIONS OF UKRAINE.....	108
SECTION 6 DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMY, SOCIAL ECONOMY AND POLITICS	
Drabyk O.M. DEVELOPMENT OF PENSION PROVISION AND SOCIAL PROTECTION OF POPULATION IN UKRAINE BASED ON THE WORLD EXPERIENCE.....	112
SECTION 7 MONEY, FINANCES AND CREDIT	
Alekseyev V.I. THE IMPACTS OF REGULATORY INFLUENCE TO CREDIT UNIONS ESCAPE INTO ONLINE ACTIVITY.....	116
Babanina N.V. THE IMPROVING CREDIT RISK-MANAGEMENT SYSTEM OF THE INSTITUTION.....	119
Batrakova T.I. IMPORTANCE OF COMPREHENSIVE ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION CRISIS MANAGEMENT IN FINANCE COMPANIES.....	122
Vovchak O.D., Rybachuk Y.O. CHOOSING OF THE OPTIMAL SEGMENT OF FINANCIAL MARKET IN THE CONTEXT OF FORECASTING OF THE VALUE OF ITS INSTRUMENTS.....	126

Haybura Y.A. MANAGE PROFITABILITY OF ENTERPRISES AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT.....	130
Derkach Y.B. CURRENCY RISK MANAGEMENT IN BANKS IN UKRAINE.....	133
SECTION 8 ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT	
Amalian A.W. FINANCIAL STATEMENTS DISCLOSURES FOR CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS WITHIN THE NEW GLOBAL INCOME ACCOUNTING CONCEPT (IFRS 15)	137
Burdenyuk T.G. COMPETITIVENESS AS OBJECT STRATEGIC ANALYSIS.....	141
Zdrenyk V.S. PRINCIPLES AND ELEMENTS BY INTERNAL CONTROLS OF FINANCIAL INVESTMENTS.....	145
Ivanytska T.E., Kononova O.E. THE ROLE OF ACCOUNTING IN MANAGEMENT PROCESS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES.....	148
Kotkovskyy R.V. BUDGETING MANAGEMENT ACCOUNTING AS THE BASIS FOR INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	151
Mezenceva N.M., Nykulnykova T.G. THE PARADIGM OF THE E-TAXATION SYSTEM OF THE VALUE ADDED TAX.....	154

СЕКЦІЯ 1 ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.341:316.42

Власова Т.Р.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

КАТЕГОРІЯ «ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ» В ІСТОРІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ: ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ

Статтю присвячено еволюційному розвитку категорії «людський капітал», аналізу даного поняття у працях економістів. Виявлено, що сучасна теорія людського капіталу сформувалася на стику методологічних позицій, є результатом розвитку світової економічної та філософської думки. Представники різних напрямків економічної теорії відзначали і передбачали зростаючу роль у майбутньому виробництві розумових здібностей, сил, знань людини.

Ключові слова: людина, здібності, якості, капітал, людський капітал.

Власова Т.Р. КАТЕГОРІЯ «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ» В ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ: ЭВОЛЮЦИЯ ПОДХОДОВ

Статья посвящена эволюционному развитию категории «человеческий капитал», анализу данного понятия в трудах экономистов. Выявлено, что современная теория человеческого капитала сформировалась на стыке методологических позиций, является результатом развития мировой экономической и философской мысли. Представители различных направлений экономической теории отмечали и предсказывали возрастающую роль в будущем производстве умственных способностей, сил, знаний человека.

Ключевые слова: человек, способности, качества, капитал, человеческий капитал.

Vlasova T.R. CATEGORY „HUMAN CAPITAL” IN THE HISTORY OF ECONOMIC IDEA: EVOLUTION OF APPROACHES

The article is devoted to the evolution of the category of «human capital» and analysis of this concept in the scientific works of economists. The modern theory of human capital formed at the junction of methodological positions is the result of the global economic and philosophical thought. Representatives of various areas of economic theory predicted and noted a growing role of human intelligence, strength and knowledge in the future production.

Keywords: person, capacity, quality, capital, human capital.

Постановка проблеми. Існуюча концепція людського капіталу в її сучасному вигляді не виникла сама собою, а стала закономірним результатом розвитку світової економічної та філософської думки. Розвиток економічних поглядів на капітал не відбувався шляхом однозначного лінійного руху до сучасних істин. Тим не менше, на наш погляд, не слід відноситися до гіпотез минулого як підбору часом помилкових думок, оман, непослідовності або суперечливості. Набагато продуктивніше сприймати їх як джерело проникливих передбачень, припущень щодо внутрішніх можливостей розвитку виробництва, що породжує нові види капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми сутності та еволюції категорії «людський капітал» знайшли висвітлення в публікаціях таких зарубіжних дослідників, як Г. Беккер, Й. Бен-Порет, С. Боулс, Б. Вейсброд, Ф. Махлуп, Дж. Мінцер, Дж. Псахаропулос, Л. Туроу, Т. Шульц, Б. Чізвік та ін. Вагомий внесок у дослідження людського капіталу також зроблено у працях вітчизняних вчених. Зокрема, Т.Н. Шкода [1] та Н.М. Гвоздик у своїх дослідженнях розглядають теорію та практику ефективного інвестування та стратегічного управління людським капіталом на рівні підприємства. Д.П. Мельничук [2] всебічно досліджує формування людського капіталу у контексті поліпшення якості життя населення. У працях М.І. Хромова [3] вивчається механізм реалізації стратегії розвитку люд-

ського капіталу в Україні. Л.І. Гальків досліджує теорію, методологію та практику попередження втрат людського капіталу. М.В. Ніколайчук [4] розглядає проблеми теорії та практики управління людським капіталом за умов розвитку економіки знань. Незважаючи на численні публікації з даної проблематики, багато питань теоретичного та методологічного характеру потребують поглиблених досліджень, що і визначає актуальність даної статті.

Мета статті полягає в окресленні й обґрунтуванні методологічних аспектів вивчення категорії «людський капітал» та підходів щодо його визначення. Виходячи з даної мети, постають наступні завдання: здійснити аналіз основних підходів до розуміння сутності капіталу; визначити й охарактеризувати основні види капіталу в історії економічної думки, що є підґрунтям формування теорії людського капіталу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виникнення капіталу як економічного явища було відзначено вченими античності і середньовіччя. До фізіократів зустрічаються спостереження і міркування головним чином щодо лихварського капіталу (Аристотель, Фома Аквінський, Ж. Кальвін). Ф. Кене і його прихильникам належить перше в історії економічної думки досить глибоке теоретичне обґрунтування положень про капітал, одна з перших спроб розкрити його економічну сутність. Якщо меркантилісти ототожнювали капітал, як правило, із грошми, то Ф. Кене вважав, що «гроші самі по

собі – це безплідне багатство, яке нічого не виробляє...» [5, с. 533]. У своїй загальновідомій «Економічній таблиці» (1758 р.) Ф. Кене демонструє, що продуктивні витрати складають основу відтворення багатства, капіталу. Ф. Кене поклав початок традиції розгляду капіталу, що складається з декількох груп «авансів» (advances), у сучасному звучанні, інвестицій, потоків витрат.

Поняття «капітал» отримало свою визначеність у працях класиків англійської політекономії і згодом без істотних змін знайшло відображення в сучасній неокласиці. Першу спробу визначити грошову вартість продуктивних корисних якостей людини та врахувати її в національному багатстві Великобританії здійснив У. Петті. У «Політичній арифметиці» (1676 р.) він запропонував метод розрахунку цінності здібностей людини як форми капіталу: цінність основної маси людей, за аналогією із землею, дорівнює двадцятикратному річному доходу, який вони створюють. Однак здібності і якості людини він усе-таки не виділяв, пропонуючи враховувати «живі діючі сили», «вартість людей» як елемент багатства країни. «Представляється доцільним, щоб те, що ми називаємо багатством, майном чи запасом країни і що є результатом минулої праці, не вважалося б чимось відмінним від живих діючих сил, а оцінювалося б однаково й ідентично брало участь у покритті суспільних нужд» [6, с. 79]. Лише наприкінці ХХ ст. людський капітал почав враховуватися в системі національних рахунків як повноправний елемент національного капіталу (національного багатства) [7, с. 20].

Основні ідеї та підходи до оцінки якостей людей, вперше сформульовані У. Петті, дістали подальший розвиток у працях А. Сміта. Особливе місце у створенні багатства А. Сміт відводив здібностям і навичкам робітників, стверджуючи, що зростання продуктивності праці залежить в першу чергу від вміння та вправності працівника, а вже потім від покращення машин та інструментів.

Особливо слід відзначити те, що Сміт включав цінність здібностей, знань та майстерності працівників до «основного капіталу» суспільства. До складу основного капіталу, за його припущенням, включаються не тільки знаряддя праці, корисні машини, поліпшення землі та дохідні будівлі, але й капіталізована цінність «набутих і корисних здібностей усіх мешканців або членів суспільства» [8, с. 171]. А. Сміт вважав, що дійсні витрати на освіту і навчання людини є, за аналогією з капіталовкладеннями в речовий капітал, інвестиціями в здатність більше заробляти в майбутньому. Ці витрати відшкодовуються, на його думку, протягом трудового періоду життя людини [8, с. 67]. Однак у цьому випадку виникає протиріччя: прибуток на капітал, обумовлений вкладеннями в навчання працівника, одержує і він сам за допомогою вищої заробітної плати, і власник основного капіталу у вигляді частки приросту прибутку підприємства. А. Сміт не дає відповіді, хто і як привласнює додатковий дохід, одержуваний завдяки вкладенням у розвиток людини, чи відбувається його розподіл між двома цими основними суб'єктами, і тоді виникають визначені соціально-економічні відносини між ними. Подібне протиріччя має місце і в сучасних інтерпретаціях теорій людського та інтелектуального капіталу.

А. Сміт розглядає знання як «капітал людини», як особливий різновид майна, особливого роду запас (stock), використовуючи який вона може отримати додатковий дохід. Важливим у методологічному

змісті є його висновок про те, що набуті та корисні здібності всіх мешканців або членів суспільства є капіталізованою цінністю. Таким чином, А. Сміта справедливо можна вважати вченим, який заклав основи сучасних теорій людського та інтелектуального капіталу.

Розробку ідей А. Сміта було продовжено Д. Рікардо на початку ХІХ ст. Підтримуючи в цілому систему поглядів А. Сміта, Д. Рікардо ототожнив процес формування здатностей людини із споживанням життєвих благ, впроваджуючи термін «витрати відтворення робочої сили» [9, с. 35]. Ж.Б. Сей розробив основи традиційного розуміння чинників виробництва, перетворивши ідею А. Сміта. На думку Ж.Б. Сей, багатство виробляється трьома головними галузями прикладання людської праці – землеробством, промисловістю і торгівлею, а природа, праця і капітал є головними чинниками виробництва. Ж.Б. Сей у «Трактаті політичної економії» (1803 р.) писав: «Капітал ґрунтується на трьох властивих людині здібностях – передбачати, розуміти й утримуватися. Бути капіталом означає готувати припаси, дах, притулок, дозвілля, освіту, незалежність, гідність для майбутніх поколінь» [10, с. 212]. Ж.Б. Сей зазначає також, що людина при народженні не володіє здібностями і силами, яких було б достатньо для роботи у майбутньому. Оскільки навички і здатності здобуваються за допомогою витрат та ведуть до зростання продуктивності праці, вони можуть розглядатися як капітал, що утворюється в результаті щорічного нагромадження, стверджував Ж.Б. Сей.

На думку С. Сімонді, «...якщо називати будь-яку корисність багатством, то такого роду багатство розтрачується в момент свого створення, а «майстерність», що досягається працівниками, до якого б класу вони не належали, є свого роду основним капіталом» [11, с. 209, 211, 212].

Дотримуючись концепції продуктивної праці А. Сміта, Дж.С. Мілль характеризує продуктивну працю як таку, що створює багатство, і вона складає сутність ідеї про багатство, здатне бути накопиченим. До багатства, як він відзначає, належать насамперед інструменти, машини і кваліфікація робочої сили, сукупність яких ми зараз назвали б сумою речового і людського капіталу. На нашу думку, важливим є вислів Дж.С. Мілля: «Людина слугує метою, заради якої багатство існує. Але її здобуті здібності, що виступають тільки як засіб і реалізуються тільки за допомогою праці, повною мірою можна віднести до категорії капіталу» [12, с. 139].

Особливий, відмінний від попередніх, методологічний підхід був у К. Маркса, який досліджував соціально-економічний аспект капіталу, виявивши природу, джерела і механізм його самозростання. Він аргументовано обґрунтовував у праці «Капітал», що «капітал – це мертва праця, що, як вампір, оживає лише тоді, коли всмоктує живу працю і живе тим повніше, чим більше живої праці він поглинає» [13, с. 244].

У своєму масштабному дослідженні К. Маркс не дав єдиного, універсального визначення капіталу. Це не випадково, оскільки капітал ним розглядається як складне, багаторівневе поняття. У цілому воно охоплює всю систему виробничих відносин капіталістичної економіки. Можна виділити ряд характеристик, що розкривають якісну визначеність капіталу, його системоутворюючі властивості. По-перше, капітал – це самозростаюча вартість [13, с. 163, 166; 14, с. 121], по-друге, «...капітал – це не річ, а визначене, суспільне, належне до конкретної історичної

формації суспільства, виробниче відношення, яке представлено в речі та додає цій речі специфічного суспільного характеру» [15, с. 380–381]. По-третє, капітал реалізується у процесі кругообігу, що проходить різні стадії. К. Маркс відзначав, що «...капітал можна зрозуміти лише як рух, а не як річ, що перебуває в спокої» [14, с. 121].

У своєму дослідженні К. Маркс не тільки надавав великого значення знанням і розвитку продуктивних здібностей людини, як це було подано в працях багатьох економістів, але й пояснив їх соціально-економічну природу. Ним було сформульовано концепцію продуктивних сил людини і суспільства. Маркс зазначав, що головним багатством суспільства є як сама людина, так і накопичені за багато поколінь її творчі здібності. Людина, взаємодіючи з природою та іншими індивідами у прагненні задовольнити свої потреби, розвиває свої здібності, самореалізується. Вся «інша» природа – це результат людської праці. «Природа не буде ні машин, ні локомотивів, ні залізниць, ні електричного телеграфу... Усе це – продукти людської праці, природний матеріал, перетворений на органи людської волі, що панує над природою, або людської діяльності у природі. Усе це – створені людською рукою органи людського мозку, упредметнена сила знань», – відзначав К. Маркс [16, с. 215]. Ця ідея важлива для розуміння взаємозв'язку праці, людської діяльності та знань, оскільки багато сучасних економістів подають знання та інформацію як самостійні чинники виробництва. Перефразуючи ідею К. Маркса, правомірно дійти висновку: знання самі по собі нічого не будують, не створюють нової вартості. Насправді збільшення вартості обумовлене продуктивним використанням робочої сили, що володіє інтелектуальними здібностями. Знання не реалізуються поза людською діяльністю без розумових та фізичних зусиль.

Розвиток продуктивної сили людини, суспільства відбувається насамперед за допомогою генерування нового знання, зміни якості робочої сили. К. Маркс підкреслював, що «розвиток науки, цього ідеального і разом із тим практичного багатства, є лише однією зі сторін, однією з форм, у яких виступає розвиток продуктивних сил людини» [16, с. 33].

Заперечуючи правомірність розгляду в умовах капіталістичної системи робочої сили як капіталу, а заробітної плати – як відсотка від його використання, К. Маркс аргументував це двома положеннями: «... по-перше, робітник повинен працювати, щоб одержати ці відсотки, і, по-друге, він не може перетворити на дзвінку монету капітальну вартість своєї робочої сили шляхом передачі її іншому» [17, с. 8].

Робоча сила, а саме її властивості, можуть стати елементом капіталу тільки після її продажу (чи свого роду оренди) власникові засобів виробництва. Після цього робоча сила, здобуваючи форми змінного капіталу, інтегрується з постійним капіталом у процесі продуктивного споживання і функціонує як частина сукупного капіталу, приносячи додаткові доходи, але не працівникові, а власникові капіталу. Це був, безсумнівно, крок уперед по шляху розкриття соціально-економічної природи використання інтелектуальних здібностей, знань, накопичених працівником.

А. Маршалл відносив здібності, якості та знання людей до нематеріальних і невідчужуваних благ. На його думку, вони складають особисте багатство людини, її «персональний» (особистий) капітал. Заслугою А. Маршалла є аналіз не тільки особливостей використання цих благ, але також проблеми їх привласнення. Він стверджував, що «значну час-

тину капіталу складають знання та організація, причому з них одна частка знаходиться в приватній власності, а інша – ні. Знання – це найпотужніший двигун виробництва. Воно дозволяє нам підкоряти природу і змушувати її сили задовольняти наші потреби» [18, с. 208]. «Персональний» капітал розглядався А. Маршаллом аналогічно до речового, оскільки ці обидва види капіталу здатні приносити дохід його власнику, а витрати на освіту подібні до інвестицій у речовий капітал. А. Маршалл зазначав: «Зарплата й інші доходи людини мають багато спільного з відсотком на капітал. Тут існує повна відповідність між причинами, що керують ціною пропозиції матеріальних і персональних капіталів: мотиви, що спонукають людину накопичувати персональний капітал у вигляді внесків в освіту, подібні до тих, що визначають нагромадження матеріального капіталу» [19, с. 79]. Розмежовуючи «матеріальний» і «персональний» капітал, А. Маршалл до останнього відносив головним чином витрати батьків на навчання дітей.

Однак А. Маршалл не сформулював ясної концепції, обмежившись окремими, багато в чому суперечливими положеннями. Він уперше проаналізував роль ділових зв'язків і торгової репутації підприємства, того, що століттям пізніше західні фахівці визначать як «клієнтський» капітал, включивши його до інтелектуального капіталу фірми. Він вважав, що вартість підприємства може бути обумовлена «наявністю монополії – або повної монополії, що, можливо, дає патент, або часткової монополії, забезпеченої тим, що вироби даного підприємства краще відомі, ніж вироби інших, за якістю фактично рівнозначних першим» [20, с. 119]. При цьому вчений припускав, що в цьому випадку немає приросту реального багатства країни, однак ділові зв'язки і торгова репутація сприяють повнішому задоволенню потреб усього суспільства, і в цьому змісті призводять до збільшення національного багатства [20, с. 119].

І. Фішер вважав капіталом усе, що протягом певного часу приносить дохід, причому будь-який дохід завжди є продуктом капіталу [21, с. 68–69]. Він зазначає, що в принципі ніщо не заважає відносити до капіталу також і людський чинник, економічна оцінка якого також буде ґрунтуватися на заробітку, отриманому індивідом протягом життя. Таким чином, І. Фішеру належить сміливе припущення: людський капітал накопичується так само, як фізичний капітал. Отже, будь-який елемент багатства, яким володіє економічний суб'єкт, незалежно від того, чи є це засіб виробництва або інформаційний продукт, що приносить його власникові постійний дохід протягом тривалого часу, можна розглядати як капітал. І далі, оскільки капітал – єдиний чинник виробництва, тоді увесь підлягаючий розподілу дохід складається з відсотка, заробітна плата є процентними платежами на людський капітал, а національний дохід цілком складається зі споживчих витрат. Оскільки кожна людина володіє тим чи іншим запасом багатства й одержує від своєї власності дохід, І. Фішер формулює концепцію «всеосяжного капіталу».

Представники класичної і неокласичної шкіл економічної теорії висловили припущення щодо існування неречових форм багатства і капіталу у формі здібностей працівника, його майстерності, кваліфікації (У. Петті, А. Сміт, Ж.Б. Сей, Дж.С. Мілль, А. Маршалл, І. Фішер), які залишилися передбаченням і не одержали завершення у вигляді цілісної концепції. Очевидно, для подібної концепції ще не було достатньої бази. Разом із тим, ці вчені послі-

довно виробили методологічні підходи до аналізу капіталу.

На рубежі XIX–XX ст. в економічній теорії з'явилася течія, яка трактувала людину та її здібності як капітал і поєднувала прихильників різних методологічних позицій. Причому основна частина авторів оголосила капіталом саму людину (Л. Вальрас, Дж.Б. Кларк, Дж. МакКуллох, Г.Д. Маклеод, Й. фон Тюнен, Т. Уїтштейн, У. Фарр, І. Фішер). Ряд економістів відстоювали точку зору про те, що капіталом є не сама людина, а тільки успадковані і набуті людиною характеристики і здатності (Ф. Ліст, В. Рошер, Н.Сеніор, Г. Сіджвік, Дж.С. Уолш). Однак науковий авторитет А. Маршалла, який стверджував, що капітал повинний включати тільки ті види багатства, що можуть бути придбані і продані на ринку, сприяв обмеженню подальшого вивчення форм капіталу нематеріального характеру.

Усі ці дослідження капіталу в історії економічної думки підготували фундамент, на якому вибудовуються теорії людського та інтелектуального капіталу. Логіка становлення наукової економічної думки, включаючи історію теорії капіталу, показує зміну суспільних пріоритетів і ступені розвитку методології економічної теорії. Незважаючи на протиріччя та незавершений характер підходів, їх теоретичний синтез розкриває можливість цілісного розуміння сутності людського капіталу. Представники різних напрямків економічної теорії відзначали і передбачали зростаючу роль у майбутньому виробництві розумових здібностей, сил, знань людини.

Висновки. Таким чином, теорія людського капіталу формується на стику методологічних позицій. Однак виникнення даної теорії пояснюється не тільки методологічними передумовами, але й практикою сучасного господарювання. Друга половина XX – початок XXI ст. характеризуються розгортанням науково-технічної революції, що підсилює роль інтелектуальної складової у виробництві. Загальний рівень освіти працівника, його професійно-кваліфікаційна підготовка стають вирішальним чинником економічного зростання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шкода Т.Н. Людський капітал підприємства: теорія і практика стратегічного управління : [монографія] / Т.Н. Шкода ; Нац. авіац. ун-т. – Київ : Світ Успіху, 2015. – 423 с.
2. Людський капітал України: демографічні передумови та соціально-економічні чинники формування : [колект. Монографія] / За ред. Д.П. Мельничука ; Житомир. держ. технол. ун-т. – Житомир : ЖДТУ, 2014. – 317 с.
3. Хромов М.І. Механізм реалізації стратегії розвитку людського капіталу України : [монографія] / М.І. Хромов ; Донец. нац. ун-т, Ін-т економіки пром-ті НАН України. – Донецьк : Ноулідж, 2013. – 254 с.
4. Ніколайчук М.В. Управління людським капіталом за умов розвитку економіки знань: проблеми теорії та практики : [монографія] / М.В. Ніколайчук. – Хмельницький : ХНУ, 2012. – 201 с.
5. Кене Ф. Избранные экономические произведения / Ф. Кене ; пер. с франц. ; ред.- сост. А.И. Казарин. – М., Соцэкгиз, 1960. – 550 с.
6. Петти У. Экономические и статистические работы : т. 1–2 / У. Петти ; пер. с англ. под ред. М. Смит ; предисл. Д. Розенберга. – М. : Соцэкгиз, 1940. – 324 с.
7. Нестеров Л.И. Новые веяния в статистике национального богатства России / Л.И. Нестеров // Вопросы статистики. – 2000. – № 10. – С. 20–23.
8. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. – К. : Port-Royal, 2001. – 594 с.
9. Курганский С.А. Человеческий капитал: теория и практика / С.А. Курганский. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2004. – 160 с.
10. Сэй Ж.-Б. Трактат политической экономии / Ж.-Б.Сэй ; перевод Е.Н. Коменецкой. – М. : Солдатенков, 1896. – 327 с.
11. Сисмонди Ж.С. Новые начала политической экономии, или О богатстве в его отношении к народонаселению : в 2-х т. Т. 1 / Ж.С. де Сисмонди ; пер. с франц. под ред. А.Ф. Кона. – М. : Соцэкгиз, 1935–1937. – 386 с.
12. Милль Дж.С. Основы политической экономии : в 3-х т. Т. 1 / Дж.С. Милль ; пер. с англ. А.А. Калинина, В.Т. Стоплер ; под общ. ред. А.Г. Милейковского ; вступит. ст. А.Г. Милейковского, Ю.Б. Кочеврина. – М. : Прогресс, 1980–1981. – 495 с.
13. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Том первый. Книга I: Процесс производства капитала. Отдел третий. – Производство абсолютной прибавочной стоимости. Глава восьмая – Рабочий день / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения ; 2-е изд. – М. : Политиздат, 1960. – Т. 23. – 907 с.
14. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Том второй. Книга II: Процесс обращения капитала. Отдел первый. – Метаморфозы капитала и их кругооборот. Глава четвертая – Три фигуры процесса кругооборота / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения ; 2-е изд. – М. : Политиздат, 1961. – Т. 24. – 648 с.
15. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Том третий. Книга III: Процесс капиталистического производства, взятый в целом. Часть вторая (главы XXIX–LII). Отдел седьмой. – Доходы и их источники. Глава сорок восьмая. – Трехдневная формула / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения ; 2-е изд. – М. : Политиздат, 1962. – Т. 25. – Ч. II. – 551 с.
16. Маркс К. Экономические рукописи 1857–1859 годов. (Первоначальный вариант «Капитала»). Часть вторая. Критика политической экономии (черновой набросок 1857–1858 годов). [Вторая половина рукописи]. Глава о капитале / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения ; 2-е изд. – М. : Политиздат, 1969. – Т. 46. – Ч. II. – 618 с.
17. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Том третий. Книга III: Процесс капиталистического производства, взятый в целом. Часть вторая (главы XXIX–LII). Отдел пятый. – Деление прибыли на процент и предпринимательский доход. Капитал, приносящий проценты (продолжение). Глава XXIX. – Составные части банковского капитала / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения ; 2-е изд. – М. : Политиздат, 1962. – Т. 25. – Ч. II. – 551 с.
18. Маршалл А. Факторы производства. Земля, труд, капитал и организация, гл. I. Вводная : Кн. 4 / А. Маршалл // Принципы экономической науки : в 3-х т. Т. 1 ; пер. с англ. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – 416 с.
19. Маршалл А. Распределение национального дохода, гл. XI. Общий взгляд на распределение : К 4 / А. Маршалл // Принципы политической экономии : в 3-х т. Т. 3 ; пер. с англ. Р.И. Стоплера ; общ. ред. и вступ. ст. С.М. Никитина. – М. : Прогресс, 1983–1984. – 351 с.
20. Маршалл А. Некоторые основные понятия, гл. IV. Доход. Капитал : Кн. 2 / А. Маршалл // Принципы экономической науки : в 3-х т. Т. 1 ; пер. с англ. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – 416 с.
21. Fisher I. The Nature of Capital and Income. L., 1927. – 427 p.

СЕКЦІЯ 2 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 316:32:35

Азаренкова О.В.*здобувач кафедри міжнародних економічних відносин
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Статтю присвячено дослідженню та специфіці глобальних проблем суспільного розвитку. Розглянуто глобальні проблеми сучасності у контексті розвитку міжнародних економічних відносин, зокрема енергетичну проблему. Запропоновано можливі напрями вирішення енергетичної проблеми людства.

Ключові слова: глобалістика, глобалізація, глобальні проблеми, енергетична проблема, енергетична концепція.

Азаренкова О.В. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

Статья посвящена исследованию и специфике глобальных проблем общественного развития. Рассмотрены глобальные проблемы современности в контексте развития международных экономических отношений, в частности энергетическая проблема. Предложены возможные направления решения энергетической проблемы человечества.

Ключевые слова: глобалистика, глобализация, глобальные проблемы, энергетическая проблема, энергетическая концепция.

Azarenkova O.V. GLOBAL ISSUES OF SOCIAL DEVELOPMENT

The article investigates development and specifics of global issues. The paper considers global issues in the context of international economic relations, in particular energy issues. The author suggests possible ways to solve the energy issues of mankind.

Keywords: globalism, globalization, global issues, energy issues, energy concept.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується перманентною трансформацією національних економічних політик, поки що невдалими спробами здійснювати наддержавне регулювання в межах світового господарства та поглибленням економічної і політичної взаємодії країн світу. Глобалізація є об'єктивним незворотнім процесом і виступає постійно діючим чинником внутрішнього, міжнародного економічного життя і характеризує завершення початкового етапу формування економічної єдності світу і підсистем світового господарства. Глобалізація створює нові протиріччя і проблеми у світовій економіці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті теоретичного обґрунтування виникнення, існування і вирішення ключових глобальних проблем розвитку протягом останніх десятиріч значну увагу приділяли у своїх дослідженнях ряд зарубіжних та вітчизняних вчених: О. Білорус, А. Голіков, О. Довгаль, В. Загладін, Г. Задорожний, Г. Климко, Д. Лук'яненко, М. Максимова, Д. Медоуз, В. Рокоча, А. Румянцев та ін.

Сучасна українська глобалістика представлена цілими дослідницькими групами (Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України – Ю. Пахомов, Ю. Павленко та ін.; Міжнародний інститут глобалістики – О. Білорус та ін.; Інститут філософії НАН України – М. Попович, В. Лях, Я. Любимий, М. Кісілюв, А. Крисаченко та ін.; Харківський національний університет ім. В. Каразіна – Є. Афонін, О. Вандурка, О. Мартинов) і окремими дослідниками, такими як С. Баришніков, В. Дергачов, Ф. Канак, В. Лукашевич, В. Попов, П. Саух та ін.

В.І. Сідоров [1] робить спробу системного теоретичного осмислення загальних закономірностей традицій та інновацій в системі трудової мотивації в умовах перехідної економіки. Інтерес більшості

сучасних українських вчених-глобалістів прикутий до процесів глобалізації, які перетворюють такі сфери життя українського суспільства, як економічна, соціальна, політична та духовна. Зокрема, ідентичність перетворюється на глобальну проблему, оскільки її багаторівнева фактура пов'язана з загальноісторичними змінами.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Предметом дослідницьких підходів переважно були групування та класифікація глобальних проблем людства, проте поза увагою залишилися питання оцінки впливу глобальних проблем на стійкий розвиток суспільства, формування міжнародних та національних механізмів оптимізації споживання ресурсів у окремих країнах.

Мета статті полягає в аналізі сучасних глобальних проблем розвитку та обґрунтуванні шляхів їх подолання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як самостійний науковий напрям і сфера суспільної практики глобалістика виникла з кінця 60-х років ХХ ст., коли різні науки постали перед необхідністю вирішувати комплексні проблеми планетарного масштабу. Вперше ці проблеми найчіткіше виявили себе в системі «суспільство – природа», але дуже скоро список їх розширився, і вони отримали узагальнену назву «Глобальні проблеми сучасності». Термін же «глобалістика» хоча і зустрічався в спеціальній літературі вже в ті роки, широкого поширення тоді ще не набув. Серйозно про його зміст заговорили лише в другій половині 1990-х років, коли після розпаду соціалістичної системи і кардинальних змін в геополітичній реальності основна увага вчених зосередилась на процесах глобалізації [2, с. 25].

До цього часу був накопичений значний теоретичний і фактичний матеріал в сфері планетарних

процесів і явищ, а терміни «глобалізація», «глобалістика», «глобальні проблеми», «глобальний світ», «антиглобалізм» і тому подібне набули широкого поширення не лише в науковій літературі, але й в засобах масової інформації, політичному лексиконі і буденній мові. Так склалися передумови і необхідні умови для формування нового наукового напрямку – глобалістики, яка, однак, і сьогодні ще не всіма сприймається однозначно.

Поняття «глобалістика» ввів в обіг видатний польський письменник і мислитель Станіслав Лем у праці «Планета земля. Століття XXI», опублікованій у 1992 р. Глобалістику він назвав методологією наддержавного розв'язання сучасних світових проблем. Ці проблеми примушують (вимагають) по-новому осмислити взаємовідносини Заходу й Сходу, країн-лідерів і країн, що розвиваються. На думку Лема, необхідність розвитку глобалістики пов'язана із загрозою існування людства (або всі ми спільними зусиллями врятуємося, або не врятуємося ніхто) [3, с. 200].

Виникнення глобалістики є наслідком інтеграційних процесів у сучасній науці. Глобалістика має міждисциплінарний характер, тому що різні науки, виходячи зі свого предмета та об'єкта, аналізують різні аспекти глобалізації, визначають власні бачення шляхів розв'язання глобальних проблем, розглядаючи їх як окремо одна від одної, так і як цілісну систему.

Глобалістика (globalstudies) – науковий напрям, що останні роки набуває ознак нової самостійної науки. Як і в будь-якій науці, у глобалістики є свій предмет дослідження – походження, прояв і шляхи вирішення глобальних проблем, а також макросоціопримродні системи та їх динаміка. У центрі уваги нової науки знаходиться взаємодія екологічних, економічних, соціальних, кліматичних та інших процесів на Земній кулі, а також можливості управління цими процесами заради збереження самого життя на Землі. Відповідно до такої предметної сфери, глобалістику можна визначити як науку про глобальний світ і його проблеми [4, с. 14].

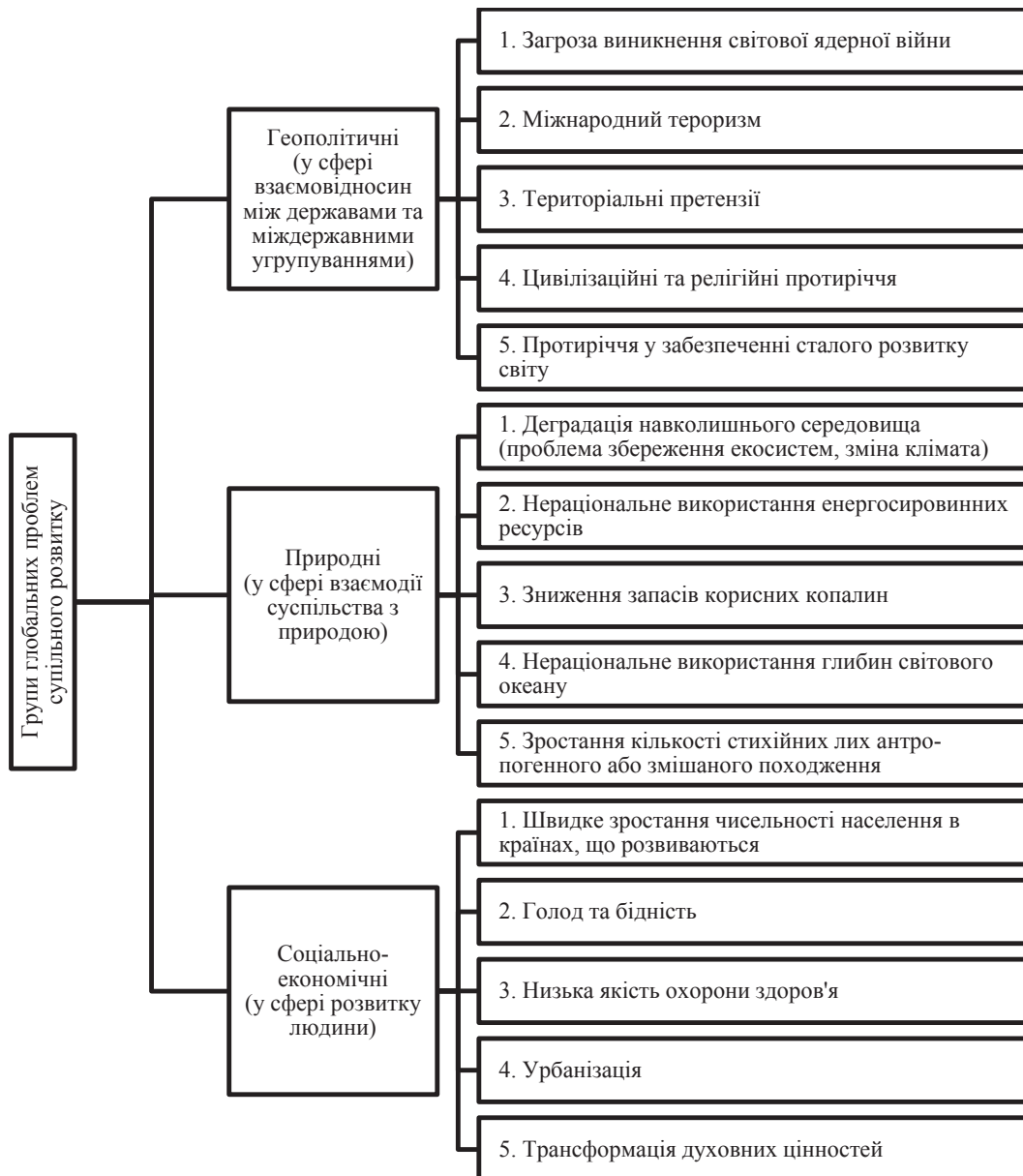


Рис. 1. Класифікація глобальних проблем за сферами виникнення [8; 9]

При визначенні предметного поля глобалістики думки наукового співтовариства з самого початку розділилися. Досить чітко окреслилися межі двох основних підходів – вузького і широкого: одні вчені побачили предмет досліджень у вивченні актуальних глобальних проблем, інші – у дослідженні цілісності буття людства.

Глобальні проблеми мають комплексний характер, умовно їх можна згрупувати у два основних блоки: 1) проблеми, пов'язані з протиріччям між суспільством і навколишнім середовищем (система «суспільство – природа»); 2) соціальні проблеми, пов'язані з протиріччями всередині суспільства (система «людина – суспільство»).

Перелічені проблеми виникали послідовно. Англійський економіст Т. Мальтус ще на початку XIX ст. зробив висновки про загрозу надмірного зростання населення. Після 1945 р. постала наступна загроза розвитку – застосування зброї масового знищення. В 60–70-х роках XX ст. Д. Медоуз, О. Тоффлер, Р. Фолк, Дж. Форрестер, Р. Хейлбрнер, аналізуючи особливості розвитку світової економіки, політичних та соціальних процесів, відокремили такі глобальні проблеми, як збереження миру, перенаселення планети, порушення екологічної рівноваги, вичерпання ресурсів [3, с. 243].

У 70–80-ті роки XX ст. значно збільшилась кількість досліджень глобальних проблем. Групою вчених із Голландії, Японії та Великобританії (Х. Ліннеман, Й. Кайа, Й. Судзукі, Я. Тінберген, Е. Ласло, Д. Габора та ін.) було доведено, що обмеженість джерел енергії, продуктів, мінералів не абсолютна, це відносний параметр, який є наслідком структурних диспропорцій.

У 70-ті роки помітно посилюється інтерес до глобальних проблем світового розвитку у радянському суспільствознавстві [4–7]. Характерна особливість більшості з цих робіт – критичний підхід не лише до результатів досліджень і висновків зарубіжних фахівців, але й до самого переліку глобальних проблем сучасності.

Глобальні проблеми за сферами їх виникнення доцільно поділяти на три групи: геополітичні, природні, соціально-економічні (рис. 1).

Кожна глобальна проблема об'єктивна за своїм характером і має матеріальну основу. В основі формування глобальних проблем знаходяться суперечності глобального масштабу, загострення суперечностей в одній ланці світового господарства веде до деструктивних процесів у цілому, породжує нові проблеми. При аналізі глобальних проблем потрібно врахувати загальні закономірності історичного процесу; загальні тенденції розвитку виробничих сил та впливу на них НТР; соціальні фактори.

Існує безліч проблем, які мають першочергове значення лише для окремих країн або навіть соціальних груп. Тому визначити міру глобальності тієї або іншої проблеми виявляється далеко не простою справою. Проте в глобалістиці вже на початку 80-х років склалися певні критерії, згідно з якими проблема може розглядатися як глобальна. Відповідно до цих критеріїв, глобальними можна вважати проблеми, які виникають у результаті об'єктивного розвитку суспільства; носять планетарний, загальносвітовий характер, торкаються інтересів усіх народів і держав; загрожують усьому людству (якщо не буде знайдено шляхів їх вирішення, земна цивілізація може загинути); потребують невідкладних рішень; вимагають зусиль усієї світової спільноти [10]. Г.С. Хозін до критеріїв глобальності відносить ще два чинники:

комплексність і складний внутрішній взаємозв'язок цих проблем, а також їх високий динамізм. Оскільки глобальні проблеми викликані сукупністю безлічі різних чинників, то і їх стан у конкретних історичних умовах та географічних регіонах постійно змінюється. Тому постійно змінюються як самі глобальні проблеми, так і їх місце в системі пріоритетів світової спільноти і окремих держав, а разом з ними і сам зміст цих проблем [11]. Так, зокрема, Ю.Н. Гладкий не без підстав відзначає, що такі проблеми, як освоєння космосу, знехтування прав людини у ряді країн, криза культури та ін., навряд чи несуть у собі загрозу для існування людства. Крім того, далеко не всі з них вимагають для свого вирішення об'єднання зусиль всього людства, а деякі, що мають природний характер, ніяк не пов'язані з людською діяльністю [11]. У наш час, як зазначає В.А. Тураєв [12], за загальним визнанням більшості фахівців, глобальними можна вважати наступні проблеми:

- збереження миру, зміцнення всесвітньої безпеки і роззброєння;
 - перенаселення планети, реалізацію розумної демографічної політики;
 - ліквідацію відсталості, зростаючого розриву в рівні розвитку;
 - розвинених країн та країн, що розвиваються;
 - подолання екологічної кризи, перехід до стійкого розвитку;
 - боротьбу з голодом, убогістю і хворобами;
 - раціональне використання мінерально-сировинних ресурсів;
 - використання Світового океану і космічного простору на користь усієї світової спільноти.
- Окрім вищезазначених, які стали вже традиційними глобальними проблемами, до їх переліку останніми роками додалися такі як:
- запобігання поширенню наркотиків;
 - проблеми науки і науково-технічного прогресу;
 - розвиток самої людини, соціально-політичних змін;
 - глобального масштабу і цілий ряд інших.

Проблеми енергії, навколишнього середовища, демографії, розвитку і наявності продовольства і води складають взаємопов'язаний і взаємообумовлений комплекс в рамках глобальної проблематики. З огляду на важливість взаємодії цих проблем не має сенсу братися за кожен елемент окремо. Провідні футурологи світу в другій половині XX ст. підкреслювали необхідність одночасного впливу на всі елементи в рамках узгодженої міжнародної стратегії.

У своїх прогнозах зарубіжні футурологи приділяють багато уваги енергетичній проблемі, як основоположній, як проблемі номер один, на глобальному та національному рівні, серед них: Дж. Коатс, Р. Костанца, В. Халал, М. Кулл, Е. Лефман, Е. Корніш, М. Сетрон, О. Девіс та ін. Врахування світових тенденцій дозволяє стверджувати, що протягом найближчих десятиліть, і передусім вже протягом першої декади XXI ст., відбудеться значне зростання обсягів матеріалів та енергоносіїв, що залучаються до виробничого процесу. Зокрема, згідно з експертними оцінками, взагалі мають відбутися зміни у світовому енергетичному балансі, передусім через збільшення обсягів енергоспоживання. Причому окремі прогнози свідчать про можливість збільшення сьогоденних обсягів загальносвітового споживання енергії (близько 8 млрд. т. нафтового еквіваленту) протягом століття в 4–6 разів (тобто до 35–50 млрд. т) [14].

Сказане підтверджує та конкретизує аналіз національних моделей енерго-сировинного сектора. На

початку нового тисячоліття економіка держави, яка зорієнтована на неефективне природокористування, приречена перетворитися на сировинний придаток для передових національних та регіональних господарських систем, місце розміщення шкідливих виробництв та промислово-аграрних механізмів, які потребують докладання низькокваліфікованої робочої сили. Всі наведені проблеми працюють на сферу геополітики, геоekonomіки. При цьому слід відзначити, що ця сфера не тільки відображає їх, але й додає нових суперечностей та нюансів, які потрібно враховувати при виробленні практичних заходів.

Обмеженість ресурсів на глобальному рівні проявляється не тільки в необхідності для держав, які відчувають нестачу певних видів ресурсів, закуповувати їх, але й в боротьбі за перерозподіл природних ресурсів. Політика в сфері розподілу й перерозподілу природних ресурсів за своїми особливостями відрізняється від політики в сфері регулювання відносин з приводу інших ресурсів – матеріальних та трудових, а також фінансових.

Особливості стану та розвитку ринку енергоносіїв наочно ілюструють взаємну залежність країн та регіонів світу. Адже енергетика є особливо чутливою сферою економіки, вартість енергоносіїв безпосередньо закладається в загальну собівартість продукції, а самі постачання повинні здійснюватися на безперервній основі. Саме тому факт обмеженості енергетичних ресурсів інколи постає причиною економічної нестабільності, спільні обмежувальні або дискримінаційні дії окремих країн (наприклад, провідних нафтоекспортерів, які входять до ОПЕК) можуть призвести до значних потрясінь на світових ринках.

Слід визнати, що світовий ринок енергосировинних ресурсів має свої особливості та закономірності розвитку, і це відрізняє його від інших ринків, які постають об'єктами міжнародних економічних досліджень. Важливою характерною рисою даного ринку є те, що його органічний «предмет» є фізично обмеженим у конкретних, практично цілком відомих рамках. Отже, якщо обмеженість, яка вважається, в принципі, критерієм економіки як науки, як правило, пов'язана з неможливістю залучити до виробництва усі його фактори у даний момент часу, то у випадку з вичерпуваними ресурсами до такої обмеженості додаються ліміти, що їх фактично встановлено природно.

Особливо сказане є актуальним для України. Адже для неї нові геоekonomічні реалії після здобуття незалежності постають передусім у зв'язку зі зміною статусу чистого енергоекспортера (як елемента колишнього СРСР) на чистого енергоімпортнера (як країни, що має енергоресурси, зокрема вуглеводневі поклади, енерговитратна економіка якої потребує надвисокого вмісту енергоносіїв у кінцевій ціні товарів). Крім того, Україна фактично успадкувала таку систему відтворення, за якої енергомисткі галузі виробництва замикались самі на собі. Це відбувалося тому, що сам процес виробництва потребував великих матеріальних витрат, які, в свою чергу, породжували додаткові матеріальні витрати. Така ситуація суперечила тенденціям світового ринку як в цілому, так і по окремих галузевих сегментах.

В цьому контексті справедливою слід визнати позицію В. Саприкіна, який підкреслює, що «забезпечення сталого розвитку паливно-енергетичного комплексу є необхідною передумовою відродження національної економіки і особливо важливе на етапі її входження до світового економічного простору, оскільки від його стану значною мірою залежить ступінь економічної та політичної незалежності держави». Причому логіч-

ним висновком зі сказаного є думка про потребу в розробці «довгострокової Концепції державної енергетичної політики України, зорієнтованої на: подолання кризових явищ в енергетиці; підвищення рівня енергетичної безпеки України в умовах переходу до сталого розвитку; визначення базових орієнтирів для формування довгострокових завдань розвитку паливно-енергетичного комплексу» [15].

Наша планета володіє величезними ресурсами енергії. Проблема полягає лише в розробці технологій, які б дозволили всі їх використовувати. Проте дуже часто виникають енергетичні проблеми, зумовлені все зростаючими потребами країн світу в енергії і в ряді випадків невмінням людини вести своє енергетичне господарство. Очевидно, що наявні у нас природні джерела енергії ми використовуємо у вищій мірі нераціонально. В основному людина розробляє природні ресурси енергії, які загрожують повним вичерпанням (нафта, газ, вугілля тощо), або ті, які можуть використовуватися обмежено (гідроенергія). Парадоксальність ситуації полягає в тому, що чим ближче ці ресурси до виснаження, тим інтенсивніше вони розробляються. У той же час інші джерела або зовсім не використовуються, або використовуються у винятково рідких випадках (наприклад, геотермальна енергія, сонячна енергія, енергія вітру та ін.). Але ж саме вони практично невичерпні.

Сучасні енергетичні проблеми пов'язані із оцінкою ролі й впливу енергетики на життя людства та стан навколишнього природного середовища. Без запасів вільної енергії неможлива боротьба за існування цивілізації, природний відбір тощо. Будь-яка енергія, вироблена на Землі, тим чи іншим шляхом впливає на характер теплового балансу планети і нагріває її атмосферу. Тому великі обсяги енерговиробництва можуть спричинити в найближчому майбутньому як енергетичну, так і екологічну кризу і стати найголовнішими проблемами ХХІ ст. (а не виключено, що і всього тисячоліття). За підрахунками фахівців, виробництво енергії можливо довести лише до 3–5% від кількості енергії, яка надходить на Землю від Сонця. При перевищенні цього параметру можливе перегрівання оболонки Землі з глобальними наслідками: виникнення пустель у теплих регіонах, підвищення рівня Світового океану.

Хоча використання паливно-енергетичних ресурсів у промислово розвинутих країнах повільно стабілізується, зростання забруднюючих викидів триває. Згідно з прогнозами, до 2050 р. глобальне споживання енергії збільшиться більш ніж удвічі. Водночас, близько 2 млрд. осіб, переважно у сільських районах малорозвинутих країн, не мають доступу до джерел електричної енергії.

Центральна проблема розвитку в ХХІ ст. – мінімізувати енергетичні витрати для того, щоб рухатися еволюційною траєкторією у напрямі гармонізації відносин людини з природою. Такий підхід дозволить сформувати оптимальну, науково обґрунтовану систему взаємовідносин аграрного і енергетичного секторів зі світовою економікою та природним середовищем, виходячи із загальних закономірностей розвитку єдиної мегасистеми – біосфери.

Сучасне енерговиробництво, що будується на принципах мінімізації вартості енергії і максимізації валового національного доходу, все більш негативно впливає на здоров'я людей, необоротно змінює природні процеси тощо. Подальший розвиток енергетики, що спирається на принцип сучасної економіки – максимізації прибутку, робить її все більш несумісною з існуванням людської цивілізації.

А.П. Федотов вважає, що в основу стратегії розвитку енергетики світу в ХХІ ст. повинні бути покладені два фундаментальних положення. По-перше, це стабілізація світового споживання енергії на рівні близько 15 ТВт на рік при одночасній стабілізації на нинішньому рівні світової економіки і чисельності населення Землі. По-друге, перехід від енергетики, заснованої на невідновлюваних, убуваючих органічних джерелах, до енергетики, заснованої на невичерпних, поновлюваних джерелах [16].

Висновки. При розробці енергетичної стратегії також слід враховувати досвід енергетичної історії. Час впровадження кожного органічного енергоносія – вугілля, нафти, газу – в глобальну енергетику склало близько 100 років. Це говорить про те, що нові технології в галузі енергетики, які за своїми характеристиками невичерпні, тобто вічні, треба починати розробляти вже зараз.

Енергетична стратегія світу в ХХІ ст. повинна бути науково обґрунтованою, плановою, керованою. Загальносвітова енергетична концепція має сприяти вирішенню проблеми довгострокового екологічно і соціально прийнятого енергозабезпечення, яке повинно базуватися на законах функціонування природних екосистем. Ігнорування сучасною світовою економікою законів розвитку біосфери призводить до деградації людини як біологічного виду. Завдання науки полягає у виявленні допустимих рівнів енергоспоживання (як у промисловості, так і в АПК), визначенні меж допустимості спроектованих людиною техногенних процесів, раціональному плануванні процесів виробництва енергії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сидоров В.И. Единство традиций и инноваций в системе трудовой мотивации трансформационной экономики / В.И. Сидоров, Т.В. Тарасенко, Т.Е. Шедякова ; Харьк. нац. ун-т им. В.Н. Каразина. – Х. : ХНУ, 2009. – 335 с.
2. Буянов В.С. Сущность глобализации / В.С. Буянов // Глобализация : [учебник] ; под общ. ред. В.А. Михайлова и В.С. Буянова. – М. : РАГС, 2008. – 544 с.
3. Гелд Д. Глобальні трансформації. Політика, економіка, культура / Д. Гелд, Е. МакГрю, Д. Голдблатт, Дж. Перратон ; пер. з англ. та передмов. Ю. Павленка. – К. : Фенікс, 2003. – 584 с.
4. Василенко И.А. Политическая глобалистика : [учеб. пособ.] / И.А. Василенко. – М., 2000. – С. 14.
5. Мировой демографический взрыв и его проблемы / А.Г. Вишневский. – М., 1978.
6. Иноземцев И. Мир социализма и общие проблемы человечества / И. Иноземцев // Политика и экономика. – М., 1979.
7. Хозин Г.С. Глобальные проблемы современности / Г.С. Хозин. – М., 1982.
8. Пітерз Я. Глобалізація як гібридизація / Я. Пітерз // Глобальні модерності ; за ред. М. Фезерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона ; пер. з англ. Т. Цимбала. – К. : Ніка-Центр, 2008. – 400 с.
9. Делокаров К.Х., Демидов Ф.Д. Методологические принципы анализа процесса глобализации / К.Х. Делокаров, Ф.Д. Демидов // Глобализация : [учебник] ; под. общ. ред. В.А. Михайлова и В.С. Буянова. – М. : РАГС, 2008. – 544 с.
10. Хозин Г. Каким быть международным отношениям в XX веке / Г. Хозин // Международная жизнь. – 2001. – № 2(78).
11. Гладкий Ю. Глобалистика: трудный путь становления / Ю. Гладкий // Мировая экономика и международные отношения. – 1994. – № 10. – С. 105–106.
12. Тураев В.А. Глобальные вызовы человечеству / В.А. Тураев. – М. : Логос, 2002. – 192 с.
13. 2014 Survey of Energy Resources // World Energy Council [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.worldenergy.org/documents/ser_2014_report_1.pdf.
14. European figures / Eurostat Yearbook 2014. – Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2015. – 692 p.
15. Саприкін В. Про «Концепцію державної енергетичної політики України на період до 2020 року» / В. Саприкін [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uceps.com.ua/ukr/publications>.
16. Федотов А.П. Введение в глобалистику. Наброски науки о современном мире / А.П. Федотов ; 2-е изд. доп. – М. : СИМС Слово, 1999. – 186 с.

УДК 330.142.211.005:(4+5+6)

Батракова Т.І.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Запорізького національного університету***Голянчук А.Р.***студентка
Запорізького національного університету*

АНАЛІЗ ЗМІН ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПОТОКІВ ДО КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, У 2015 РОЦІ У ПОРІВНЯННІ З МИНУЛИМИ РОКАМИ

Статтю присвячено дослідженню основних тенденцій інвестиційних потоків до країн, що розвиваються. В ході роботи проаналізовано динаміку, географічну і компонентну структуру іноземних інвестицій до таких країн. В результаті проведених досліджень виявлено основні зміни в обсягах та напрямках руху іноземного капіталу до країн, що розвиваються, у 2015 р. порівняно з попередніми роками та причини таких змін.

Ключові слова: міжнародний рух капіталу, міжнародні інвестиції, країни, що розвиваються, міжнародні інвестиційні потоки, іноземний капітал.

Батракова Т.И., Голянчук А.Р. АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ В 2015 ГОДУ ПО СРАВНЕНИЮ С ПРЕДЫДУЩИМИ ГОДАМИ

Статья посвящена исследованию основных тенденций инвестиционных потоков в развивающиеся страны. В ходе работы проанализированы динамика, географическая и компонентная структуры иностранных инвестиций в такие страны. В результате проведенных исследований выявлены основные изменения в объемах и направлениях движения иностранного капитала в развивающиеся страны в 2015 г. по сравнению с предыдущими годами и причины таких изменений.

Ключевые слова: международное движение капитала, международные инвестиции, развивающиеся страны, международные инвестиционные потоки, иностранный капитал.

Batrakova T.I., Holiianchuk A.R. ANALYSIS OF CAPITAL FLOWS TO EMERGING MARKETS CHANGE IN 2015 COMPARED TO PREVIOUS YEARS

The article deals with the main trends of investment flows to emerging markets. There were analyzed dynamics, geographical and component structure of foreign investment to such countries. Results of the research show the main changes in foreign capital movement volume and directions to emerging markets in 2015 compared to previous years and the main reasons of these changes.

Keywords: international capital movement, international investment, emerging markets, international investment flows, foreign capital.

Постановка проблеми. Сьогодні міжнародний рух капіталу є одним з важливих чинників розвитку країн, що розвиваються, та має значний вплив на їх економіку. Завдяки тому, що міграція капіталу дозволяє отримати значні прибутки, міжнародний рух капіталу має місце майже в усіх галузях промисловості (від харчової до видобутку та переробки нафти), у сфері послуг, у галузі освіти та науки і особливо у фінансовій сфері. Саме тому дослідження обсягів та напрямів залучення інвестицій сьогодні є важливим для визначення лідерів серед країн, що розвиваються, та прогнозування їх економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Причини та стимули міграції капіталу досліджувалися представниками класичної та неокласичної шкіл, зокрема, Дж.С. Міллем, Д. Рікардо, Е. Хекшером та Б. Оліном. Серед сучасних науковців проблемами міжнародного руху капіталу в умовах глобалізації займалися Л.А. Юнусов, Е.М. Лимонова, К.С. Архипова та ін. Моніторингом та дослідженням основних тенденцій інвестиційних потоків займаються такі міжнародні установи, як Інститут міжнародних фінансів, Міжнародний валютний фонд, Світовий банк тощо.

Мета статті полягає у визначенні основних тенденцій міграції капіталу до країн, що розвиваються, як у 2015 р., так і в попередніх роках, порівнянні отриманих результатів та виявленні впливу економічних і політичних подій на інвестиційні потоки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні значна частина іноземних інвестицій спрямо-

ується у країни, що розвиваються. Це пов'язано з наявністю сприятливіших умов для розвитку бізнесу, таких як дешева робоча сила, низькі ціни на ресурси, відносно невисокий рівень оподаткування, менша кількість конкурентів тощо. У сучасному світі країнами, що розвиваються, є країни Африки та Середнього Сходу, Східної Європи, Латинської Америки та Азії. На рис. 1 відображений загальний потік інвестицій до країн, що розвиваються, поквартально у 2013–2014 рр. та прогнози, складені у 2014 р. на 2015 р. [1, с. 1].

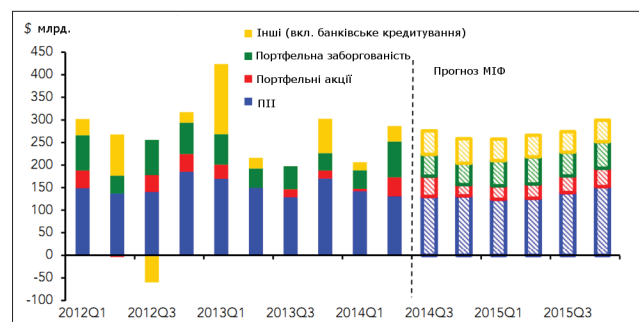


Рис. 1. Сукупний рух капіталу у 2013–2015 рр. до країн, що розвиваються, за складовими

Джерело: ІМФ

У 2014 р. найбільше інвестицій було залучено у такі країни, як Індонезія, Індія та Бразилія. Водночас відтік інвестицій серед країн, що розвива-

ються, спостерігався в Угорщині, Україні й Таїланді (рис. 2) [2, с. 3]. Це свідчить про те, що країни Азії та Латинської Америки були більш інвестиційно привабливими, ніж країни Східної Європи. Зокрема, за літній період 2014 р. суттєве збільшення обсягу випуску компаніями в Індії акцій та облігацій, а також позитивні очікування від реформ призвели до значного притоку інвестицій у цю країну (рис. 3) [1, с. 2].

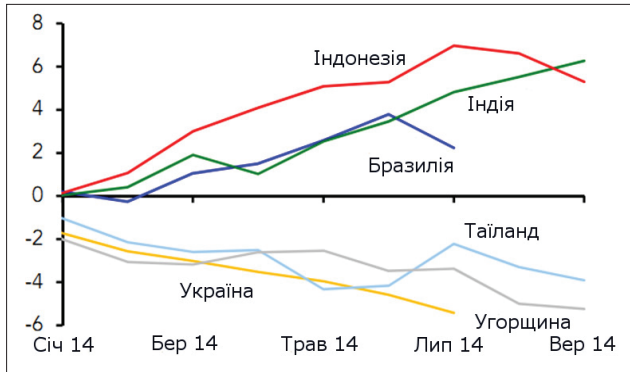


Рис. 2. Країни з найбільшою та найменшою кількістю надходжень інвестицій у 2014 р.

Джерело: ІМФ

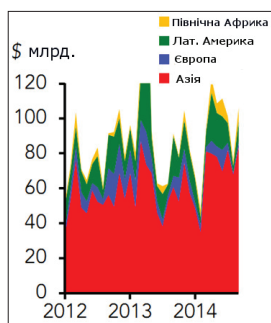


Рис. 3. Випуск акцій та облігацій в країнах, що розвиваються, за регіонами

Джерело: ІМФ

Діаграма на рис. 3 ілюструє переважання інвестиційних надходжень до країн Азії та відносно малу частку руху капіталу в країни Північної Африки

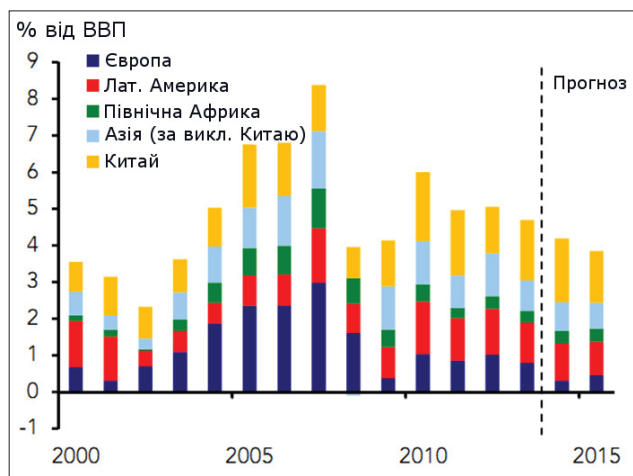


Рис. 4. Міжнародний рух капіталу до країн, що розвиваються, за регіонами у 2000–2015 рр. у % до ВВП

Джерело: ІМФ

та Східної Європи. Відповідно до досліджень ІМФ, частка інвестицій до азійських країн у 2014 р. становила 60% проти 51% у 2010–2012 рр. У цей самий час обсяг інвестицій у європейські країни, що розвиваються, зменшився на 60% у порівнянні з 2013 р. [1, с. 3].

Водночас на фоні зростаючих об'ємів економік країн, що розвиваються, потік інвестицій до них поступово зменшувався з 2,4% від ВВП у 2010–2012 рр. до 2,0% у 2013–2015 рр. (рис. 4) [1, с. 3]. Причиною цього не обов'язково було зменшення чистого притоку капіталу, а можливо також стрімке збільшення обсягів ВВП таких країн.

За рис. 1, найбільшу частку серед сукупних інвестицій мають прямі інвестиції. У 2013–2014 рр. їх обсяг залишався стабільним та становив \$560–\$580 млрд. [1, с. 3]. Велика частка прямих іноземних інвестицій спричинена їх перевагами над іншими видами руху капіталу. Оскільки прямі інвестиції передбачають не лише придбання цінних паперів компанії, а й участь в управлінні нею, інвестор має можливість впливати на рішення та напрями діяльності цієї компанії. Все це дає змогу спрямовувати її діяльність відповідно до власних потреб. Найчастіше прямі іноземні інвестиції мають місце у транснаціональних корпораціях.

Портфельні інвестиції є менш стабільними, ніж прямі. Це добре проілюстровано на рис. 5: якщо у травні-липні обсяг портфельних інвестицій становив \$37 млрд. за місяць, то вже у серпні він становив \$12 млрд., а у вересні – \$18 млрд. [1, с. 2]. Такі різкі зміни в розмірах інвестицій даного виду зумовлені їх характером. Портфельні інвестиції обмежуються лише купівлею цінних паперів та не передбачають участі інвестора в управлінні компанією. Таким чином, вкладник може швидко вилучити власні кошти з фонду даної компанії шляхом продажу частини або всіх акцій. Саме тому в період економічної нестабільності, якими були 2013–2014 рр., обсяги портфельних інвестицій характеризувалися різкими змінами.

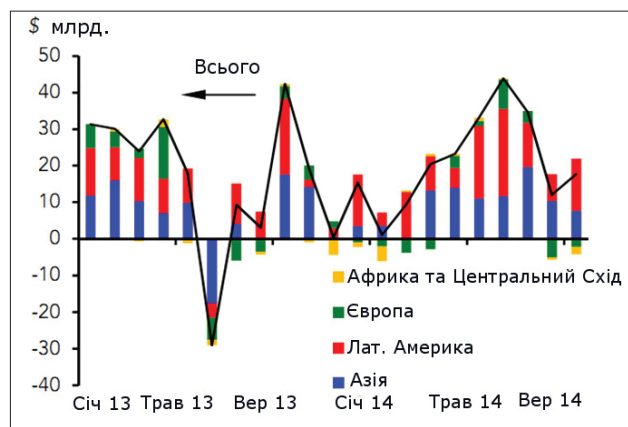


Рис. 5. Обсяги портфельних інвестицій до країн, що розвиваються, за регіонами у 2013–2014 рр.

Джерело: ІМФ

Варто також зауважити, що розміри портфельних інвестицій в країнах Латинської Америки значно наближувалися, а іноді перевищували розміри таких інвестицій в азійські країни. Це свідчить про те, що умови для інвестування шляхом надання портфельних інвестицій були найбільш сприятливими як у латинських, так і в країнах Азії.

Таким чином, можна зробити висновок, що впродовж останніх років зберігалася тенденція зростання

сукупного обсягу інвестицій до країн, що розвиваються. Найбільші інвестиційні потоки спрямовувалися до країн Азії та частково Латинської Америки.

Кінець 2014-го та 2015 р. були насичені як численними економічними, так і політичними подіями, які не могли не вплинути на рух капіталу між країнами. За даними ІМФ, обсяги інвестицій до країн, що розвиваються, у 2015 р. різко зменшилися майже вдвічі. Зокрема, чистий приток капіталу в 2015 р. досягне лише \$548 млрд., у той час як у 2014 р. цей показник становив \$1074 млрд. [3]. За останній час такі значення мали місце лише у кризових 2008–2009 рр. Динаміку інвестиційних потоків країн, що розвиваються, подано на рис. 6.

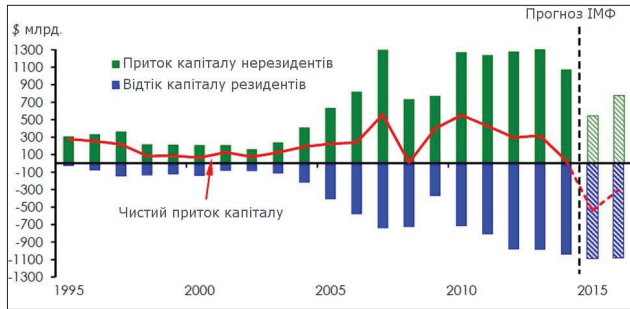


Рис. 6. Динаміка інвестиційних потоків країн, що розвиваються, у 1995–2015 рр.

Джерело: ІМФ

Як показує діаграма, зменшення чистого притоку інвестицій спричинене не лише меншими обсягами надходження капіталу, а й значним його виведенням за кордон. Основною причиною цього вважається повернення корпораціями позичок в іноземній валюті, обсяг яких стрімко збільшувався протягом останніх п'яти років та становить \$23,7 млрд. [4]. Ускладнила ситуацію також різка девальвація валют країн, що розвиваються, в результаті чого компаніям стало важче обслуговувати зовнішні борги в іноземній валюті.

Таким чином, у 2015 р. ІМФ прогнозує від'ємне значення притоку капіталу в розмірі \$540 млрд. [3]. Така ситуація склалася вперше з 1988 р.

Серед основних причин такого погіршення виділяють значне уповільнення темпів зростання економік країн, що розвиваються. Особливо це стосується Китаю, недовіра до економіки якого починає зростати. Ще однією причиною є занепокоєння з приводу можливого підвищення Федеральною резервною

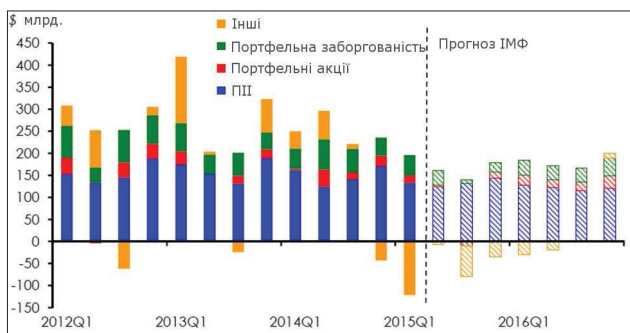


Рис. 7. Динаміка інвестиційних надходжень до країн, що розвиваються, у 2012–2016 рр. за складовими

Джерело: ІМФ

системою (Центральним банком США) процентної ставки в США [3]. Проте дані фактори не нові, а є лише продовженням існуючих тенденцій.

Однак якщо не брати до уваги значний вплив внутрішнього капіталу за межі країн, що розвиваються, сукупні обсяги закордонних інвестицій зменшилися не дуже суттєво (рис. 7).

Як видно з компонентної структури інвестиційних потоків, прями іноземні інвестиції становлять найбільшу їх частку. Особливо чітко це проявляється у 2015 р. Проте, за прогнозами ІМФ, і вони зазнають незначного зменшення: з \$586 млрд. у 2014 р. до \$535 млрд. у 2015 р. [3]. Серед причин цього явища виділяють зменшення витрат на інфраструктурні проекти, пов'язані зі споживчими товарами, через різке здешевлення таких товарів. Таким чином, зменшення притоку ПІІ не свідчить про погіршення умов для припливу інвестицій цього виду в країнах, що розвиваються.

У 2015 р. та 2016 р., за прогнозами ІМФ, портфельні інвестиції мають значно зменшитися. Особливо це стосується портфелем акцій. Такі зміни спричинені різким розпродажем акцій на фондових ринках країн, що розвиваються, який мав місце влітку 2015 р. Однак така тенденція не є новою і триває вже значний проміжок часу. В результаті зазначених змін ІМФ прогнозує, що у 2015 р. обсяги портфельних акцій зменшаться до \$26 млрд., а портфельні боргові зобов'язання – до \$109 млрд. [3].

Що стосується географічної структури потоків капіталу, вона зазнає значних змін. Якщо у 2014 р. суттєво зменшилося надходження інвестицій до європейських країн, що розвиваються, то до кінця 2015 р. прогнозується значне зменшення притоку капіталу і до Китаю (рис. 8). Причиною цього є оголошення Народним банком Китаю міні-девальвації юаню та переходу до більш ринково-орієнтованого режиму фіксації валютного курсу у серпні [3]. Також у 2015 р. очікується різке зменшення потоків капіталу до європейських країн, що розвиваються, а також до країн Азії.

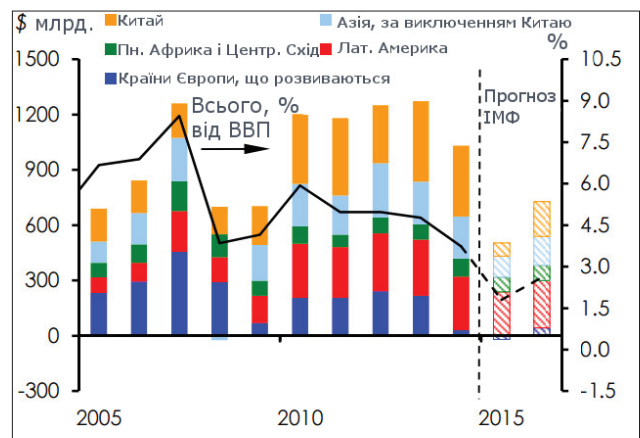


Рис. 8. Динаміка зовнішніх інвестиційних потоків до країн, що розвиваються, у 2005–2015 рр. за регіонами

Джерело: ІМФ

Висновки. За 2015 р. обсяги надходження іноземних інвестицій до країн, що розвиваються, значно зменшилися. Найбільше це відобразилося в Китаї та не дуже розвинених європейських країнах. Зменшення обсягів припливу капіталу пов'язане як з конкретними економічними проблемами в кожній країні, так і загальним зменшенням інвестиційної привабливості більшості країн, що розвиваються.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Capital Flows to Emerging Markets. October 2014. The Institute of International Finance [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.iif.com/emr/capflows201410.php>.
2. EM Portfolio Flows Tracker for September 2014. The Institute of International Finance.- [Електронний ресурс]. — Режим доступу:<http://www.iif.com/emr/resources+3693.php>
3. Capital Flows to Emerging Markets. October 2015. The Institute of International Finance [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.valuewalk.com/2015/10/capital-flows-to-emerging-markets/>.
4. Wheatley J. Capital flight darkens economic prospects for emerging markets / J. Wheatley, S. Fleming // Financial Times. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ft.com/intl/cms/s/3/69e98914-6829-11e5-a57f-21b88f7d973f.html#axzz3rDOyVgfp>.

УДК 001.82:(339.137.2-047.44:338.48)

Горіна Г.О.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та туризму
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІВНІВ КОНКУРЕНЦІЇ В ТУРИЗМІ

У статті узагальнено наукові підходи до визначення економічних рівнів конкуренції та конкурентоспроможності в туризмі. Удосконалено на цій підставі класифікацію суб'єктів конкурентоспроможності в туризмі за різними економічними рівнями. Визначена наявність взаємозалежності суб'єктів конкуренції в туризмі на різних ієрархічних рівнях.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність у туризмі, суб'єкти конкуренції, економічні рівні, індустрія туризму.

Горина А.А. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ НАУЧНЫХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УРОВНЕЙ КОНКУРЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ

В статье обобщены научные подходы к определению экономических уровней конкуренции и конкурентоспособности в туризме. Усовершенствована классификация субъектов конкурентоспособности в туризме. Выявлено наличие взаимозависимости субъектов конкуренции в туризме на разных иерархических уровнях.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность в туризме, субъекты конкуренции, экономические уровни, индустрия туризма.

Gorina G.O. SYSTEMATIZATION OF SCIENTIFIC APPROACHES TO DETERMINING THE LEVEL OF ECONOMIC COMPETITIVENESS IN TOURISM

The scientific approaches to determining the level of economic competition and competitiveness in tourism are summarized. The classification of subjects of competitiveness in tourism is enhanced. The existence of the competition subjects' interdependence in tourism at different hierarchical levels is substantiated.

Keywords: competition, competitiveness in tourism, subjects of the competition, economic level, tourism industry.

Постановка проблеми. Конкуренція та конкурентне середовище є найважливішими умовами ефективного розвитку туризму на будь-якому економічному рівні. Диференційований підхід до формування та впровадження стратегій розвитку та методів оцінки конкурентоспроможності в туризмі на різних ієрархічних рівнях викликає необхідність їх чіткого відокремлення та визначення охоплюваних суб'єктів, з метою виявлення чинників впливу, причин, що підсилюють і послаблюють конкурентоспроможність, визначення підходів до оцінки конкурентоспроможності на певному рівні тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми дослідження конкуренції та конкурентоспроможності в туризмі на різних ієрархічних рівнях було висвітлено в роботах російських вчених, найбільш вагомий внесок було зроблено Н.С. Морозовою, М.А. Морозовим, М.Н. Войт, Н.В. Харитоновою. Серед вітчизняних науковців ці питання було порушено в роботах О.П. Савіцької, Н.В. Савіцької, Ю.В. Мігущенко, Т.І. Ткаченко та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на актуальність та значущість, недостатньо вивченими та розробленими, особливо у вітчизняній науковій літературі, є питання

ієрархічного розподілу суб'єктів конкуренції та конкурентоспроможності в туризмі, їх взаємозалежності, наявності синергетичного ефекту від взаємодії. Це викликає необхідність систематизації, уточнення та доповнення існуючих підходів до типології рівнів конкурентоспроможності в туризмі.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація наукових підходів та удосконалення на цій підставі типології економічних рівнів та суб'єктів конкурентоспроможності в туризмі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації світового господарства туристичні системи функціонують на мега-, макро, мезо- та мікрорівнях і формуються під впливом різноманітних внутрішніх та зовнішніх умов і факторів, які впливають на стійкість їхнього розвитку. Разом з тим ці системи являють собою сукупність взаємопов'язаних елементів. У процесі взаємодії цих елементів формуються внутрішні умови і чинники сталого розвитку та конкурентні переваги туристських систем на різних рівнях.

У зв'язку з цим оцінка конкурентоспроможності в туризмі на ієрархічних рівнях дозволяє «...визначити місце досліджуваної туристської підсистеми на міжнародному, національному або локальному

туристському ринку, тим самим побічно оцінюючи ефективність її функціонування» [1, с. 86].

У підходах до типології рівнів конкуренції та конкурентоспроможності у туризмі серед дослідників присутня розрізненість, з огляду на недостатню вивченість та розробленість питання. Найбільш ґрунтовний та комплексний підхід к дослідженню конкурентного середовища та конкурентоспроможності в туризмі на різних рівнях було виконано Н.С. Морозовою. Так, дослідниця пропонує розглядати конкурентоспроможність в туризмі на чотирьох рівнях: мега-, макро-, мезо- і мікрорівні. На думку автора, «... при вивченні конкуренції мегарівень відповідає в туризмі великим географічним регіонам» [2, с. 13], тоді як конкурентоспроможність на макрорівні «... пов'язана з вивченням туристичної на рівні країни або групи країн» [3, с. 96]. До суб'єктів мезоаналізу необхідно відносити «... сукупність мікроекономічних об'єктів, як економічне ціле» [3, с. 96], що припускає вивчення конкурентоспроможності туризму на рівні регіонів або видів туризму, тоді як конкурентоспроможність мікроекономіки туризму пропонується розглядати як «... конкурентоспроможність окремих туристських підприємств, як економічних суб'єктів, а також як конкурентоспроможність туристських продуктів і послуг» [3, с. 97].

Аналогічної точки зору дотримуються М.А. Морозов і М.Н. Войт, стверджуючи, що «головна особливість конкуренції в туризмі полягає в тому, що вона

повинна одночасно аналізуватися і розглядатися на декількох взаємопов'язаних рівнях, зокрема, на макро-, мезо- і мікрорівнях» [4, с. 82]. Конкуренцію та конкурентоспроможність на макрорівні пропонується досліджувати серед туристських дестинацій, на мезорівні – «... серед туристських компаній, що пропонують однотипні товари і послуги і здійснюють свою підприємницьку діяльність на території однієї і тієї ж туристської дестинації» [4, с. 82], суб'єктом мікроаналізу є вироблена туристська продукція».

О.П. Савіцька, Н.В. Савіцька відокремлюють лише два рівні конкурентоспроможності туризму: макро- та мікрорівень. Погоджуючись з попередніми дослідниками, в якості об'єкта макрорівня конкурентоспроможності туризму пропонують розглядати країну, тоді як мікрорівень «...передбачає виділення двох основних об'єктів – туристичного продукту та туристичної організації» [5, с. 159]. Отже, дослідники не розглядають мезоекономіку туризму, а суб'єкти проміжного мезорівня конкурентоспроможності – відсутні. Аналогічної точки зору дотримується Ю.В. Мігущенко, стверджуючи, що «...залежно від суб'єкта туристичного ринку можна розглядати конкурентоспроможність туристичної галузі, туристичного підприємства та окремого туристичного продукту (послуги)» [6, с. 2].

На відміну від вищезгаданих дослідників, Т.І. Ткаченко виділяє наступні просторові рівні конкуренції на ринку туристичних послуг: гло-

бальна (світова), міжнародна (група країн – туристичний регіон), національна, регіональна, місцева [7]. Схожої класифікації дотримується Н.В. Харитонова. Вона пропонує застосовувати рівневий територіальний підхід до характеристики конкурентного середовища однотипного виду діяльності. Так, з точки зору дослідниці, «... розглядаючи середу туроператорів, виділяють світовий, національний та регіональний (республіканський, крайовий, обласний) рівні» [8, с. 89].

Аналіз наукових джерел [1-8] та особливостей діяльності туристичних підприємств різних форм організації національного та міжнародного бізнесу дозволяє відокремити 4 рівні конкурентоспроможності в туризмі: мега-, макро-, мезо- и мікрорівень (рис. 1). Наявність взаємозв'язку суб'єктів конкуренції в туризмі призводить до об'єктивної взаємозалежності конкурентоспроможності усіх рівнів.

Конкуренція та конкурентоспроможність на мегарівні розглядає глобальну (світову) індустрію туризму, індустрію туризму міжкраїнових туристичних регіонів та туристичних субрегіонів. Конкуренція та конкурентоспроможність макрорівня відповідає туристичній індустрії окремої національної

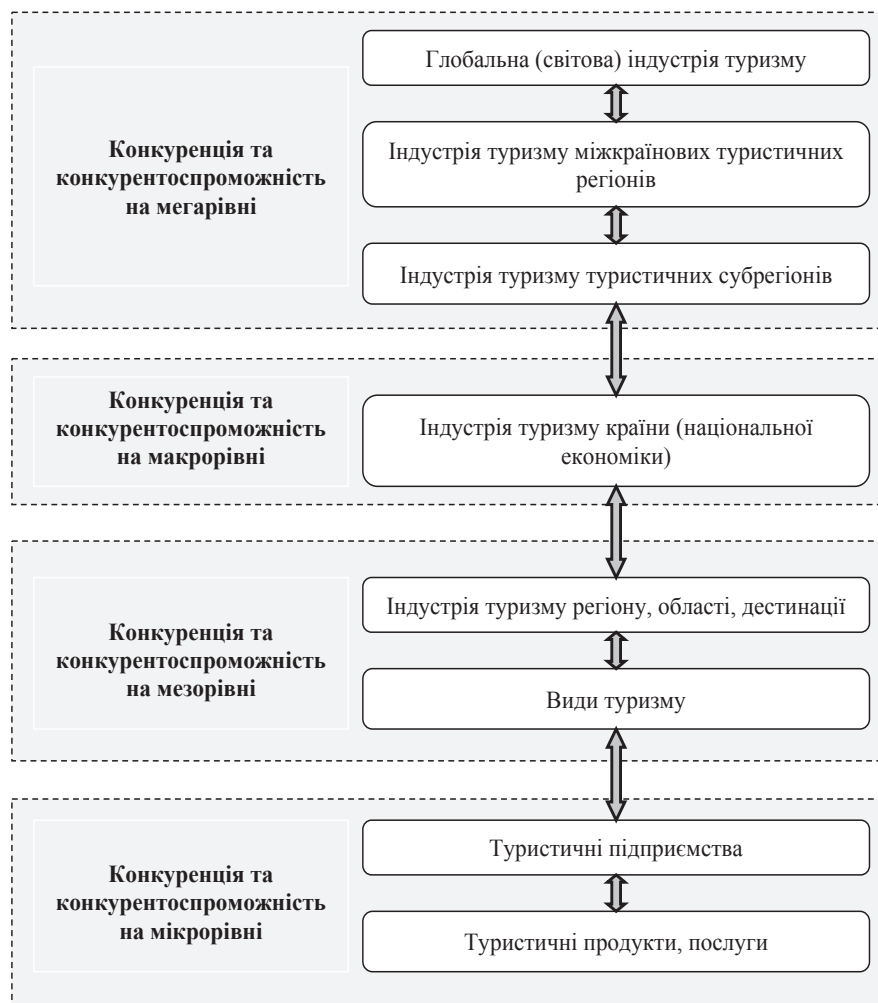


Рис. 1. Рівні конкуренції та конкурентоспроможності в туризмі

Таблиця 1

Класифікація суб'єктів конкуренції в туризмі мегарівня

Назва міжнародної організації	Суб'єкти конкуренції в туризмі мегарівня	
	Індустрія туризму міжкраїнових туристичних регіонів	Індустрія туризму туристичних субрегіонів
Світовий економічний форум (The World Economic Forum)	1. Європа	1.1 Південна та Західна Європа; 1.2 Північна та Східна Європа
	2. Азія і Тихоокеанський регіон	2.1 Східна Азія та Океанія; 2.2 Південно-східна і Південна Азія
	3. Американський регіон	3.1 Північна Америка і Карибський басейн; 3.2 Південна Америка
	4. Африка південніше Сахари	4.1 Східна і Південна Африка; 4.2 Центральна і Західна Африка
	5. Близький Схід і Північна Африка	
Всесвітня туристська організація (World Tourism Organization)	1. Європа	1.1 Північна Європа; 1.2 Західна Європа; 1.3 Центральна /Східна Європа; 1.4 Південна/Середземноморська Європа.
	2. Азія і Тихоокеанський регіон	2.1 Північно-Східна Азія; 2.2 Південно-Східна Азія; 2.3 Океанія; 2.4 Південна Азія.
	3. Американський регіон	3.1 Північна Америка; 3.2 Карибський басейн; 3.3 Центральна Америка; 3.4 Південна Америка.
	4. Африка	4.1 Північна Африка; 4.2 Регіон пустелі сахари
	5. Близький схід	
Всесвітня рада з подорожей і туризму (The World Travel & Tourism Council)	1. Європа	1.1 Європейський Союз; 1.2 інші країни Європи
	2. Азія і Тихоокеанський регіон	2.1 Північно-Східна Азія; 2.2 Південно-Східна Азія; 2.3 Океанія; 2.4 Південна Азія
	3. Американський регіон	3.1 Північна Америка; 3.2 Латинська Америка; 3.3 Карибський басейн
	4. Африка	4.1 Північна Африка; 4.2 Регіон пустелі Сахари
	5. Близький Схід	

економіки. Суб'єктами конкуренції мезорівня виступають індустрія туризму регіону, області, дестинації окремої країни та види туризму. Мікрорівень передбачає дослідження конкурентоспроможності туризму на рівні туристичних підприємств та туристичних продуктів або послуг.

У рамках цього дослідження більш детально розглянемо суб'єктів конкуренції та конкурентоспроможності мегарівня. Варто зауважити, що суб'єкти конкуренції мегарівня можуть дещо візнитися, залежно від класифікації різних міжнародних організацій, які групують туристичні ринки за географічною ознакою. На глобальному рівні найбільш активно та продуктивно проблемами міжнародного туризму опікуються такі міжнародні організації:

1. Всесвітня туристська організація (World Tourism Organization) – є провідною міжнародною організацією у сфері туризму, діє як глобальний форум з питань туристичної політики, сприяє прискоренню розвитку туризму (міжнародного та внутрішнього).

2. Всесвітня рада з подорожей і туризму (The World Travel & Tourism Council) – міжнародне неурядове об'єднання учасників індустрії туризму і подорожей, діяльність якого спрямована на дослідження в галузі економічного і соціального впливу туризму, організацію глобальних і регіональних самітів, пов'язаних з проблемами і подіями, які належать до індустрії туризму.

3. Світовий економічний форум (The World Economic Forum) – міжнародна неурядова організація, у сфері туризму проводить аналіз конкурентоспроможності країн, складає рейтинг країн світу на підставі індексу конкурентоспроможності у секторі подорожей і туризму, оцінює ряд факторів і політик, які сприяють сталому розвитку сектора.

Таким чином, на підставі групування країн світу міжнародними організаціями за географічною ознакою класифікація суб'єктів конкуренції в туризмі мегарівня набуває таку структуру (таблиця 1).

Окрім географічної ознаки, залежно від мети дослідження, для класифікації суб'єктів конкуренції в туризмі мегарівня можливо використовувати такі критерії: рівень соціально-економічного розвитку; рівень розвитку людини; рівень заборгованості; ВНД на душу населення; участь країни у інтеграційному об'єднанні тощо.

Оцінка конкурентоспроможності туризму на різних економічних рівнях, заснована переважно на рейтингових оцінках, разом з тим переслідує різні цілі. Маючи порівняльний характер «...вона дозволяє визначити місце розташування оцінюваного об'єкта на міжнародному, національному або локальному туристському ринку» [1, с. 79]. Отримана інформація може використовуватися для розробки концепцій, програм, стратегічних планів розвитку туризму в країні, регіоні, дестинації, планів розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств і турпродуктів.

Методики оцінки туристичної конкурентоспроможності регіону, країни, дестинації та конкурентоспроможності туристичної послуги (продукту) суттєво різняться. У зв'язку з цим для визначення конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії мега-, макро- та частково мезорівня розробляються спеціальні рейтинги, які засновані на узагальнюючих показниках (індексах). Індеси конкурентоспроможності враховують фактори, які сприяють розвитку туристичної індустрії різних ієрархічних рівнів. Результати оцінки надають інформацію для стратегічних та інвестиційних рішень, пов'язаних з розвитком туристичної індустрії.

Висновки з проведеного дослідження. Систематизація наукових поглядів до ієрархічного розподілу рівнів конкурентоспроможності в туризмі та порівняльний аналіз існуючих підходів дали змогу удосконалити типологію економічних рівнів конкурентоспроможності в туризмі, доповнити перелік охоплених суб'єктів класифікації. Таким чином, суб'єктами мегарівня конкуренції в туризмі виступають глобальна (світова) індустрія туризму, індустрія туризму міжкраїнових туристичних регіонів, індустрія туризму туристичних субрегіонів; суб'єктами макрорівня – індустрія туризму країни (національної економіки); суб'єктами мезорівня – індустрія туризму регіону, області, дестинації та видів туризму; суб'єктами мікрорівня – туристичні підприємства та туристичні продукти, послуги.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Морозов М.А. Экономика туризма : учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.
2. Морозова Н.С. Теория и методология формирования и развития конкуренции в туризме : автореф. дис. ... на соискание уч. степени докт. эк. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм)» / Морозова Н.С. – Сочи, 2012. – 46 с.
3. Морозова Н.С. Особенности конкурентоспособности в туризме / Н.С. Морозова. // Вестник Российской академии естественных наук. Серия экономическая. – 2008. – № 4. – С. 96-97.
4. Морозов М.А. Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ / М.А. Морозов, М.Н. Войт // Современная конкуренция. – 2013. – № 3(39). – С. 82-92.
5. Савицька О.П., Савицька Н.В. Теоретико-методичні аспекти оцінки конкурентоспроможності суб'єктів туристичної індустрії / О.П. Савицька, Н.В. Савицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 776. – С. 154-163.
6. Мігущенко Ю.В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України / Ю.В. Мігущенко. // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_39.pdf.
7. Ткаченко Т.І. Конкурентоспроможність в туризмі як провідний напрям сталого розвитку / Т.І. Ткаченко // Науково-інформаційний вісник Академії наук вищої освіти України. – 2012. – № 2(79). – С. 96-104.
8. Харитоновна Н.В. Конкуренция и конкурентная среда туристского рынка (на примере пермских туроператоров) / Н.В. Харитоновна // Географический вестник. – № 4(27). – 2013. – С. 88-92.



СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 005.59:005.334:005.21

Батракова Т.І.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та кредиту
Запорізького національного університету***Сардак А.О.***студентка економічного факультету
Запорізького національного університету*

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЕРЖАВИ, АНТИКРИЗОВІ ЗАХОДИ

Статтю присвячено питанням протидії кризовим явищам, обґрунтуванню напрямків державного управління щодо зниження негативних наслідків кризи. Визначено етапи реалізації антикризової економічної політики держави. На основі результатів дослідження розроблено рекомендації щодо напрямів підвищення ефективності антикризових заходів держави.

Ключові слова: економіка, економічна криза, антикризова політика, антикризова програма, антикризові заходи, досвід, політика.

Батракова Т.І., Сардак А.О. МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВА, АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ

Статья посвящена вопросам противодействия кризисным явлениям, обоснованы направления государственного управления по снижению негативных последствий кризиса. Определены этапы реализации антикризисной экономической политики государства. На основе результатов исследования разработаны рекомендации относительно направлений повышения эффективности антикризисных мер государства.

Ключевые слова: экономика, экономический кризис, антикризисная политика, антикризисная программа, антикризисные меры, опыт, политика.

Batrakova T.I., Sardak A.O. MECHANISM OF ANTI-CRISIS STRATEGY OF THE GOVERNMENT, ANTI-CRISIS MEASURES

In article questions of combating the crisis, definition of directions of public administration to reduce the negative effects of the crisis. The stages of the implementation of anti-crisis economic policy. Based on the research results developed recommendations for ways of increasing the effectiveness anti-crisis measures of the state.

Keywords: economic, economic crisis, anti-crisis policy, anti-crisis program, anti-crisis regulation, activities, experiences, policy.

Постановка проблеми. Сучасний світ постійно змінюється під впливом багатьох чинників, які значною мірою впливають на розвиток світового господарства, сфери життєдіяльності суспільства, на функціонування системи управління.

Глобальна передумова поширення кризових явищ в економіці полягає у сучасному характері розвитку світового господарства, який відзначається зростанням інтеграції національних економік до глобальної економіки, що зумовлює збільшення їх залежності від кон'юнктури міжнародних ринків. Це засвідчила світова фінансова криза, яка розпочалася з іпотечної кризи в США і швидко поширилась в національні економіки країн світу.

На сьогоднішній день в окремих регіонах нашої держави склалася складна соціально-економічна ситуація, що безпосередньо впливає на стан забезпечення національної безпеки України. Кризові явища соціально-економічного характеру, такі як бідність, відсутність середнього класу, майнове розшарування населення, відсутність середнього класу, соціальна несправедливість, корупція та ін., досягли критичних масштабів, призвели до Революції гідності, заміни уряду та катастрофічно впливають на рівень і якість життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід зазначити, що природа виникнення та періодичність кризових явищ завжди привертала увагу багатьох вчених. Дослідження теорії економічних криз

та циклів знаходимо у працях зарубіжних учених: К. Жугляра, Дж. Кітчина, В. Крама, Й. Шумпетера, Ч. Кіндлербертера, Г. Мінські, Дж. Кейнса, М. Фрідмана, Р. Харрода, Е. Домара, Е. Хансена, П. Самуельсона, Дж. Хікса, А. Шварца, Дж. Стігліца та ін., а також у роботах українських авторів: М. Кондратьєва, М. Туган-Барановського та ін.

Питання забезпечення розвитку соціально-економічних систем досліджувалися фахівцями з державного управління (О. Бобровська, О. Дацій, Н. Дацій, В. Дорофійенко, С. Майстро, А. Мерзляк, О. Поважний, І. Драган, М. Корецький, А. Стойка, А. Халецька, М. Небава, І. Тюха, О. Шарапов, О. Мамалуй, Л. Удотова та ін.). Дослідженню рівня та якості життя населення надавали уваги В. Мартиненко, В. Пономаренко, У. Садова, І. Міняйло, В. Мандибуря, Л. Сергеева, С. Аюшеева та ін. Питаннями вивчення соціальної напруженості та протестної активності громадян займалися науковці та практики П. Сорокін, Ф. Узунов, М. Слюсаревський, Д. Шмонін, А. Зайцев, О. Чернявська, І. Воробйова, С. Роцин, А. Назаретян, О. Повстін та ін. Питання прогнозування та припинення кризових ситуацій вивчали в своїх працях М. Корнієнко, В. Богданович, І. Свіда, О. Лисенко, Ю. Абрамов, Ю. Даник, І. Кириченко, О. Шмаков, В. Бацамут, С. Кузнченко, Ю. Бабков, В. Лаптії та ін.

Напрацьовані ними теоретичні положення можуть бути використані для з'ясування сутності

кризових явищ соціально-економічного характеру та реалізації державних механізмів протидії цим явищам. Науковцями досліджено теоретичні основи існування кризових явищ у сучасному суспільстві, наведено основні положення щодо оцінювання рівня та якості життя населення, визначено заходи щодо зниження рівня соціальної напруженості в суспільстві, висвітлено окремі питання кризових явищ.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Отже, у системі забезпечення національної безпеки набуває актуальності питання протидії кризовим явищам соціально-економічного характеру. На даний момент важливими в управлінні державою є вирішення питань щодо зниження рівня кризових явищ, але, на жаль, ще не є сформованими теоретико-методичні напрацювання щодо їх формування і реалізації.

Дослідження сучасних учених у цьому напрямку здійснюються переважно в декількох сферах: в економічній – забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави та її регіонів; соціальній – питання, пов'язані з соціальним забезпеченням населення, дослідженням рівня та якості життя населення, протидії соціальній напруженості; у сфері забезпечення громадської безпеки – протидія масовим заворушенням, що виникають на соціально-економічному підґрунті.

Мета статті полягає в обґрунтуванні напрямків дослідження наукової проблеми з розроблення механізму реалізації антикризової стратегії в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Першоджерелами наукових проблем постають насамперед проблеми самої об'єктивної реальності – предмету та об'єкта. Об'єктом дослідження є кризові явища в суспільстві, спричинені взаємовідносинами влади та населення України на соціально-економічному підґрунті; предметом – формування державних механізмів протидії кризовим явищам соціально-економічного характеру в Україні. Вчені наголошують, що застосування інструментів грошово-кредитної політики та підтримка низьких і стабільних темпів інфляції не є достатньою умовою забезпечення високих темпів зростання та гарних економічних показників. Крім того, потребують уваги проблеми, пов'язані з неухильним зростанням безробіття та нарощуванням державних боргів.

Антикризову економічну політику держави можна визначити як комплекс заходів організаційно-правового, інституціонального, економічного характеру впливу, спрямованих на регулювання коливань економічної активності у суспільстві в періоди передкризового стану, стабілізацію та згладжування негативного впливу кризи, зменшення її руйнівних наслідків, а також вжиття превентивних заходів у періоди економічного зростання з метою запобігання перегріву економіки [3, с. 60].

Ефективною антикризовою економічною політикою держави буде лише у тому разі, якщо будуть дотримані принципи державного антикризового управління та проводитиметься антикризова політика протягом усього економічного циклу з метою профілактики та попередження кризових явищ в економіці.

Принципи державного антикризового управління:

- наукова обґрунтованість антикризових заходів;
- правове забезпечення антикризового управління;
- підтримка фінансової системи;
- надання допомоги найбільшим структуроутворюючим підприємствам;
- пріоритетність соціального захисту населення;
- запобігання масовим вивільненням;
- підтримка малого бізнесу і розширення самозайнятості населення.

Послідовність реалізації антикризової економічної політики держави можна поділити на декілька етапів (рис. 1).

При розробці та реалізації антикризових заходів необхідно здійснювати комплексний підхід в управлінні. Для цього необхідно вибудувати систему заходів, що впливають на всі аспекти соціально-економічного розвитку територій. У залежності від глибини, швидкості поширення кризових явищ, можливостей держави мобілізувати ресурси для боротьби з кризою виділяються пріоритетні напрямки діяльності. У кожному конкретному випадку і для кожної держави вони повинні розроблятися індивідуально, але, тим не менш, можна провести узагальнення методів та інструментів, які застосовуються органами державного управління різних країн [6].

Функції антикризового управління – це види діяльності, що відтворюють предмет управління і визначають його результат. Вони відповідають на просте запитання: що треба робити, щоб управляти успішно напередодні, в процесі і наслідках кризи. У цьому відношенні можна виділити шість функцій: передкризове управління, управління в умовах кризи, управління процесами виходу з кризи, стабілізація хитких ситуацій (забезпечення керованості), мінімізація втрат і упущених можливостей, своєчасне прийняття рішень. Кожна із перелічених функцій має свої особливості, але у своїй сукупності вони характеризують антикризове регулювання в цілому як безперервний процес, що потребує наукового підходу до формування всіх його етапів з огляду на властивості економічної системи та на необхідність забезпечення сталого розвитку економіки [4, с. 51].

Нехтування попереджувальною антикризовою економічною політикою призводить до глибоких та затяжних економічних криз, складного та довготривалого виходу із них.



Рис. 1. Етапи реалізації антикризової економічної політики держави

Антикризова політика повинна здійснюватися шляхом узгодження усіх складових економічної політики держави. Ефективна реалізація антикризових заходів у бюджетній політиці неможлива без злагодженого їх здійснення у грошово-кредитній політиці. Податкова політика безпосередньо впливає на обсяги доходів державного бюджету.

Основні напрями антикризової економічної політики держави наведено на рис. 2.

Антикризова політика держави має реалізуватися на наступних рівнях:

1. Підвищення ефективності функціонування внутрішнього ринку та підтримка конкурентоспроможності основних галузей економіки.

2. Попередження і недопущення криз в банківській сфері.

3. Підвищення інвестиційної та інноваційної активності.

4. Зменшення негативних наслідків банкрутства підприємств, максимально повне задоволення інтересів їх співробітників та кредиторів.

5. Підтримання соціальної та політичної стабільності.

6. Посилення координації бюджетної політики.

Економісти ООН рекомендують всьому міжнародному співтовариству масивні пакети заходів економічного стимулювання, які носять послідовний характер, забезпечують взаємну підтримку на глобальній основі і відповідають стабільним цілям розвитку. Їх слід прийняти на додаток до заходів по забезпеченню ліквідності і зміні структури капіталу, вже прийнятими країнами у відповідь на економічну кризу.

Вони також наголошують, що уряди розвинених країн повинні зрозуміти, що зі світової кризи можна вийти тільки шляхом співпраці на міжнародному рівні.

Для запобігання повторним кризам в майбутньому щорічна економічна доповідь ООН також рекомендує посилення регулювання фінансових ринків, адекватне забезпечення ліквідності в міжнародному масштабі, перебудову міжнародної резервної системи й ефективніше міжнародне економічне управління, що включає більше число учасників [1].

Серед значного різноманіття антикризових заходів, які застосовуються різними країнами світу, чільне місце посідають заходи, спрямовані на безпосередню підтримку компаній як фінансового, так і реального секторів економіки, що потерпають від кризи.

Узагальнення міжнародного досвіду дозволяє виокремити низку антикризових інструментів у наступних сферах: розширення пропозиції кредитних ресурсів; підтримка малого й середнього бізнесу; стимули для інвестицій та інновацій; підтримка галузей; підтримка експортерів; податкові інструменти. В якості важливого стимулятора економічної активності у міжнародній практиці розглядається розвиток інфраструктурних проектів. Зокрема, нові інфраструктурні проекти передбачають модернізацію транспортної інфраструктури, енергетики, в тому числі альтернативних джерел енергії, а також сільського господарства [7].



Рис. 2. Напрями антикризової економічної політики держави

Реалізація цих заходів має призвести до відновлення або прискорення економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності компаній, збереження або збільшення зайнятості.

Особливу увагу в системі заходів з подолання наслідків впливу кризи експерти МВФ, ЄЦБ вбачають у стабілізації ситуації у банківському секторі, пояснюючи це тим, що кризові явища в ньому мають більш руйнівні наслідки для економіки [5]. Так Центральний банк Японії, Європейський центральний банк, Центральний банк Англії і центральні банки інших європейських країн, а також ФРС вживали заходи для збільшення ліквідності банків. У якості основних антикризових заходів використано скорочення процентних ставок та зниження податків, однак це не зупинило уповільнення розвитку світової економіки.

За своїм характером майже всі елементи програм антикризових заходів різних країн світу мають соціальну спрямованість. Адже соціальна орієнтація антикризової політики, зрештою, має на меті підтримання та розвиток споживчого попиту, який небезпідставно розглядається як одна з ключових підвалин післякризового поживлення економіки, а також дозволяє зберегти в кризовий період людський капітал – ключову конкурентну перевагу в новітній економіці.

Основні заходи соціальної політики країн світу, спрямовані на подолання негативних тенденцій внаслідок світової фінансово-економічної кризи, реалізуються за наступними ключовими напрямками: стимулювання і підтримка зайнятості населення; зниження витрат населення; податкові стимули; збільшення соціальних платежів; політика у житловій сфері. Для реалізації цих заходів використовуються різні джерела, зокрема: збільшення дефіциту державного бюджету внаслідок надання низки податкових пільг; зростання державного боргу; використання коштів державних та місцевих бюджетів; використання коштів державних банків та банків розвитку та ін. [2].

Висновки. Проведене дослідження дозволило виявити основні підходи до здійснення антикризової політики державою. Реалізація напрямків антикризової державної політики має стати невід'ємною

складовою в системі заходів, спрямованих на структурну перебудову економіки, розширення внутрішнього ринку, забезпечення платоспроможності уряду та корпоративних позичальників, які тимчасово зазнають проблем із ліквідністю.

Отже, як переконливо свідчить зарубіжний досвід, розбудова інноваційного суспільства можлива лише за умов активної державної підтримки, заходів економічного стимулювання, які носять послідовний характер, забезпечують взаємну підтримку на глобальній основі і відповідають стабільним цілям розвитку, впровадження програм, спрямованих на поліпшення інвестиційно-інноваційного клімату, створення довгострокових мотивацій науково-технічної творчості, стимулювання розвитку фундаментальної та корпоративної науки.

УДК 339.13:338:631.155

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аналіз стану зовнішньоекономічної безпеки України: основні загрози та пропозиції щодо подолання кризових явищ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niisp.gov.ua/articles/152/>.
2. Курошева Г. Теория антикризисного управления предприятием : [уч. пособ.] / Г. Курошева. – СПб. : Речь, 2002. – 372 с.
3. Дишлева А.М. Бюджетна політика в умовах циклічного розвитку економіки / А. М. Дишлева // Наукові праці НДФІ. – 2010. – № 3(52). – С. 59–67.
4. Андерсен К. Переосмысление экономики в изменившемся мире / К. Андерсен // Финансы и развитие. – 2011. – № 6. – С. 50–52.
5. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua>.
6. Економіка України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Економіка_України.

Горлачук М.А.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри обліку та економіко-правового забезпечення агропромислового бізнесу

Тернопільського національного економічного університету

Горлачук О.А.

кандидат економічних наук,

викладач кафедри обліку та економіко-правового забезпечення агропромислового бізнесу

Тернопільського національного економічного університету

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ: ВНУТРІШНЬОРЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто економічні умови регіонального ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Досліджено варіативну компоненту процесу ціноутворення на сільськогосподарську продукцію в регіоні. Запропоновано комплекс заходів мінімізації внутрішньорегіональної просторової варіації ціни.

Ключові слова: ціна, внутрішньорегіональна просторова варіація ціни, біржові ціни, ціновий диспаритет, аграрний ринок.

Горлачук Н.А., Горлачук А.А., ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ: ВНУТРИРЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассмотрены экономические условия регионального ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. Исследована вариативная компонента процесса ценообразования на сельскохозяйственную продукцию в регионе. Предложен комплекс мероприятий по минимизации внутрирегиональной пространственной вариации цены.

Ключевые слова: цена, внутрирегиональная пространственная вариация цены, биржевые цены, ценовой диспаритет, аграрный рынок.

Gorlachuk M.A., Gorlachuk O.A. PRICING FOR AGRICULTURAL PRODUCTS: INTRAREGIONAL ASPECT

Economic conditions of agricultural products regional pricing are observed. Variable component of the agricultural products pricing in the region is explored. A range of measures to minimize intraregional and intraspecial variation of prices is proposed.

Keywords: price, intraregional spatial variation of price, exchange rates, price disparity, agricultural market.

Постановка проблеми. Регіональне ціноутворення на сільськогосподарську продукцію є надзвичайно динамічним процесом, який акумулює вплив значної кількості факторів. Серед найважливіших з них можна виокремити: фактори природно-кліматичного характеру (опосередковано через витрати виробництва); державну політику; взаємодію попиту та пропозиції; розвиток ринкової інфраструктури; вплив агроглобалізаційних процесів. Саме на цьому ієрархічному рівні ціноутворення проявляється закон регіональної вартості, який є визначальним у формуванні середньозваженого рівня регіональної ціни на продукцію аграрної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем регіонального ціноутворення присвятили роботи відомі вітчизняні та зарубіжні автори, зокрема: С.Л. Дусановський [2], У. Кьостер [3], І.І. Лукінов [4], В.М. Онегіна [5], І.В. Охріменко [6], П.Т. Саблук [8], Р. Плате [11], О.М. Шпичак [10] та ряд інших.

Однак вивчення регіональної проблематики формування цін на сільськогосподарську продукцію, незважаючи на присутність значної кількості наукових розробок, потребує всебічного та поглибленого дослідження науково-методичних та практичних його засад.

Постановка завдання. Стабільність ціноутворення на сільськогосподарську продукцію в регіоні є одним із індикаторів розвитку регіонального аграрного ринку та його здатності забезпечувати оптимальні параметри функціонування.

Виходячи з цього, виявлення варіативної компоненти у формуванні регіональної ціни та забезпечення мінімальної варіації її рівня за рахунок використання комплексу організаційно-економічних заходів в регіоні й буде складати мету нашого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Регіональна варіація цін на сільськогосподарську продукцію в Україні передбачає існування досить широкого коридору, в межах якого відбувається коливання цін. Це свідчить про надто слабку просторову інтеграцію окремих регіонів і регіональних ринків сільгосппродукції та про суттєвий вплив територіально-регіональних відмінностей на процес ціноутворення в аграрному секторі. Як правило, за умов вільного товарообміну регіональні ціни на сільськогосподарську продукцію перебувають у тісному взаємозв'язку, а розмір цінової варіації є незначним.

Ринковий фундаменталізм, який в останні десятиріччя опанував вітчизняну теоретичну дискусію, присвячену проблемам реформування ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, практично втрапив на науковому горизонті розгляд територіально-регіональних відмінностей, які характерні для сільського господарства і ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Однак в нашій країні самотійно склалися стійкі регіональні відмінності у рівнях цін на сільськогосподарську продукцію. Так, в Україні немає встановлених державою цінових поясів, але активно функціонують стихійно сформовані цінові пояси [1, с. 80].

Загальний рівень регіональної ціни на сільськогосподарську продукцію, згідно закону регіональної вартості, представляє собою середньозважену величину внутрішньорегіональних цін територіально-просторової складової вибраного територіального формування на дану продукцію. Простежимо даний процес на прикладі Тернопільської області.

В даному регіоні за основними видами сільськогосподарської продукції, за винятком виробництва овочів, відбулось кратне підвищення цін їх реалізації. Послідовне підвищення цін збуту цукрових буряків до 2011 р. змінилось значним зниженням у 2013 р. – до 37,2 грн./ц (табл. 1). Причина полягає в обмеженості регіональних ринків збуту цукру, які фактично функціонують в стані автаркії у центрах виробництва продукції, що має наслідком його від-

носне перевиробництво та вимагає жорсткого державного регулювання.

У цьому контексті слід відмітити наступну особливість досліджуваної динаміки: за всіма видами продукції рослинництва, окрім виробництва картоплі та плодово-ягідної продукції, у 2013 р. порівняно із попереднім періодом спостерігається значне зниження регіональних реалізаційних цін. По зернових культурах вони знизились із 151,4 грн./ц до 126,7 грн./ц, або на 16,3%, по цукрових буряках – із 46,4 грн./ц до 37,2 грн./ц, або на 43,2%, в овочівництві – із 173,0 грн./ц до 123,9 грн./ц, або на 29,6%.

В тваринництві вищезазначена картина характерна при виробництві м'яса худоби і птиці (за винятком молочного скотарства та виробництва яєць). Найбільший спад реалізаційних цін зафіксовано в м'ясному скотарстві із

1306,4 грн./ц до 1078,8 грн./ц (на 27,0%). В свинарстві ціни знизились із

1603,3 грн./ц до 1547,3 грн./ц (3,0%). Зниження

цін відбулось в умовах, коли ринки яловичини і свинини є фактично ненасиченими та потребують нарощування обсягів виробництва продукції, яка поставляється на регіональні ринки, що функціонують у стані автаркії та обмеження міжрегіонального обміну сільськогосподарськими товарами. Значні коливання реалізаційних цін тваринницької продукції в першу чергу відображають вітчизняну та загальносвітову цінову кон'юнктуру на аграрних ринках. Це, безперечно, позначається на показниках ефективності виробничо-господарської діяльності товаровиробників і регіональному економічному розвитку.

Проблема додатково ускладнюється явищем 7-10-разового диспаритету цін на продукцію сільського господарства і цін на продукцію суміжних галузей, які його обслуговують. Крім того, протягом 90-х років в процесі неконтрольованого ціноутворення в регіонах сформувався колосальний ціновий диспаритет, на базі якого вже відбувалось подальше ціноутворення на продукцію підприємств I та II сфер агропромислового комплексу нашої держави.

Дана ситуація зумовлена впливом факторів об'єктивного економічного характеру – монополізацією ринків агропродовольчої продукції (монопольно низькі закупівельні ціни) та матеріально-технічного забезпечення (монопольно високі ціни на продукцію промисловості). В певній мірі вказане явище є характерним і для розвинутих країн світу, в яких держава за рахунок програм субсидування численних напрямків підтримки фермерських господарств на рівні окремих регіонів покриває товаровиробникам недоотриманий прибуток у ціні. Такі дії, на

Таблиця 1
Середні ціни реалізації 1 ц основних видів сільськогосподарської продукції в Тернопільській області

Продукція	Роки						
	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013
Зернові	47,3	90,1	88,2	111,8	140,8	151,4	126,7
Цукрові буряки	18,7	18,5	65,5	78,4	81,7	46,4	37,2
Картопля	72,5	99,5	110,7	188,9	283,3	146,2	189,6
Овочі	146,6	198,3	156,7	243,6	258,9	173,0	123,9
Плоди та ягоди	67,6	100,6	39,5	162,7	211,7	121,8	233,8
ВРХ (в живій вазі)	594,9	528,2	811,4	883,0	1279,3	1306,4	1078,8
Свині (в живій вазі)	1009,3	743,6	1425,3	1190,7	1353,6	1603,3	1547,3
Птиця (в живій вазі)	607,1	443,7	683,5	874,3	978,4	931,7	872,2
Молоко	114,3	150,6	187,7	280,0	254,5	270,9	347,5
Яйця (1 тис. шт.)	248,2	253,4	393,1	423,4	448,6	527,3	597,9

Джерело: розраховано і складено на основі даних Головного управління статистики в Тернопільській області

нашу думку, незважаючи навіть на їх результативність, представляють собою заходи щодо усунення не причинних зв'язків, а їх наслідків. Бюджетні асигнування акумулюються і направляються на дані цілі за рахунок споживачів, що посилює соціальне напруження.

Переробні підприємства, володіючи монополією становищем на регіональному ринку і, відповідно, не маючи істотної конкуренції, створюють ціновий тиск на агропідприємства. Антимонопольне законодавство, незважаючи на численні правові норми, неспроможне ефективно відреагувати на ці процеси. Аналогічна ситуація спостерігається і на ринку засобів виробництва для потреб аграрної сфери регіонів. Такий подвійний тиск сільськогосподарські підприємства неспроможні витримати в конкуренції з новими та економічно потужними структурами – агропромисловими корпораціями (агрохолдингами). Останні, використовуючи переваги вертикально інтегрованого виробництва, отримують продукцію із значно меншою собівартістю, ніж інші суб'єкти агросектору, а, отже, знижуючи нижню межу бази ціни, отримують додатковий прибуток, що служить капіталізації сільськогосподарського виробництва. При цьому агрохолдинги в порівнянні з невеликими виробниками за розмірами площ сільськогосподарських угідь володіють, як правило, найбільшими та найширшими можливостями у використанні фактору регіональних переваг для виробництва сільськогосподарської продукції, оптимізуючи природні, технологічні, технічні та економічні чинники регіональних систем відтворення.

В умовах ринку однією із найважливіших вимог ціноутворення є стабільність ціни, яка характеризується відносно однаковим їх рівнем на певній території та протягом визначеного періоду. Іншими словами, це ситуація, за якої темпи інфляції є настільки

низькими, що не мають серйозного впливу на прийняття економічних рішень.

Причому існують декілька підходів її дослідження: динамічна стабільність (за ряд років і в межах одного року), територіальна (за регіонами, районами), стабільність ціни за різними маркетинговими каналами збуту та ін. [7, с. 59]. Досить важливо в дослідженні ціни простежити її формування територіальному вимірі. Для цього використовуємо такі статистичні методи, як аналіз варіацій та взаємозв'язків – розмах варіації, середнє квадратичне відхилення та коефіцієнт варіації [7, с. 60]. При цьому коефіцієнт варіації має наступні значення: до 5% – варіація слабка, 6–10 – помірна, 11–20 – значна, 21–50 – велика і понад 50% варіація рахується дуже великою.

Насамперед відслідкуємо внутрішньорегіональну динаміку ціни за основними видами сільськогосподарської продукції. В якості одиниці спостереження у періоді 2005–2013 рр. було взято усі адміністративні райони Тернопільської області (табл. 2).

На основі аналізу емпіричних даних було виявлено значну варіацію ціни за видами продукції: коефіцієнт варіації дорівнював за цукровими буряками

13,2%, овочами – 14,3%, м'ясом ВРХ та свиней відповідно – 12,4% та 11,3%. Досить велика цінова варіація серед 17 районних одиниць Тернопільської області була зафіксована з виробництва картоплі – 30,2% та яєць – 22,5%.

Суттєве відхилення ціни пояснюється локальністю регіонального ринку, нерозвиненістю транспортної інфраструктури, недостатньою просторовою інтеграцією регіональних ринків та, як наслідок, незначним обсягом міжрегіонального товарообміну. При порівнянні коефіцієнтів внутрішньорегіональної варіації ціни продукції та ціни їх реалізації можна виявити відповідну залежність. Однак, незважаючи на змен-

Таблиця 2

Внутрішньорегіональна просторова варіація ціни основних видів продукції за районами Тернопільської області

Продукція	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Коефіцієнт варіації, %									
Зернові	7,0	5,7	10,3	13,3	17,9	7,1	7,8	5,5	10,5
Цукрові буряки	8,9	11,8	30,3	61,3	34,2	60,0	36,9	14,4	13,2
Картопля	37,9	43,5	27,4	32,8	23,8	23,8	45,5	40,9	30,2
Овочі	46,1	55,2	56,7	96,3	27,9	52,2	45,0	23,3	14,3
Молоко	15,5	19,3	17,2	21,3	17,8	14,7	11,1	14,7	10,5
ВРХ	10,7	13,5	13,6	17,1	13,8	14,7	15,2	9,1	12,4
Свині	17,1	8,6	15,4	17,3	9,5	15,3	13,1	12,1	11,3
Яйця (1 тис. шт.)	6,2	22,0	1,5	-	5,3	7,9	6,7	12,1	22,5

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Тернопільській області

Таблиця 3

Ціна реалізації пшениці в Тернопільській області за різними каналами реалізації, грн./ц

Канал реалізації	Роки					2013 до 2008, ±
	2008	2010	2011	2012	2013	
Переробним підприємствам	89,6	110,4	141,1	149,8	151,9	62,3
Населенню	84,7	93,2	113,8	125,8	131,8	47,1
Пайовикам	66,0	81,1	90,6	126,8	120,9	54,9
На ринку	85,5	104,9	130,6	126,5	127,2	41,7
Через біржу	117,2	143,4	162,0	171,6	212,3	95,1
За іншими каналами	98,9	113,6	153,6	151,8	141,8	42,9
Середня ціна	90,9	105,3	140,2	147,3	137,8	46,9

Джерело: розраховано на основі даних Головного управління статистики у Тернопільській області та Тернопільської агропромислової біржі

шення в останній період територіальної цінової варіації основних видів продукції в регіоні, значення показника залишається ще досить високим. Продукція реалізується переважно за місцем її виробництва, а міжрайонні та міжрегіональні потоки є незначними для вирівнювання цін за регіональною ознакою. Це свідчить про невиконання ринком функції встановлення рівноважної ціни, а також продовження процесу формування ринкового середовища, відповідний рівень розвитку якого забезпечить формування єдиної ціни регіонального ринку аграрної продукції в умовах автаркії.

Як видно з даних таблиці 3, в збутовій стратегії господарств вигідною була реалізація пшениці через біржову інфраструктуру. У 2013 р. в позабіржовій торгівлі найвищі ціни (151,9 грн./ц) формувалися при збуті зернових переробним підприємствам, а по укладених біржових договорах товаровиробники отримали 212,3 грн./ц.

Біржові ціни істотно відрізняються від регіональних цін за наявною мережею збуту, але обсяги реалізації є незначними: у 2008 р. питома вага зернових від загального обсягу збуту дорівнювала 1,9%, а в 2013 р. вже 0,8%, що практично не справляє впливу на цінову кон'юнктуру регіонального ринку [9]. Як свідчать розрахунки, найбільше цінове відхилення було зафіксовано при реалізації пшениці пайовикам в рахунок орендної плати і на ринку. Рівень цін в посередницькому секторі (за іншими каналами реалізації) був значно меншим.

Відсутність розвиненого біржового ринку збуту продукції позбавляє товаровиробників регіону значно вигідніших умов реалізації, а відповідно, формує хронічно низьку ефективність виробництва. Серед причин можна назвати недостатнє інформаційне забезпечення, неефективну інформаційну роботу служб цінового моніторингу регіонального аграрного ринку та ряд інших факторів. До основних факторів, що визначають вибір товаровиробником маркетингового каналу, можна віднести витрати на реалізацію, фінансовий стан господарства, якісні параметри продукції, ефективність каналів реалізації, цілі підприємства та ін.

Значний розмах регіональної варіації цін призводить до деструктивних процесів передусім у розвитку спеціалізації, формуванні доходів сільськогосподарських виробників, можливостях інвестиційної діяльності, а, зрештою, й до звуженого типу економічного відтворення. Як наслідок, досі в Україні існують не лише підприємства, райони, але й цілі

регіони в масштабах областей, в котрих виробництво сільськогосподарської продукції є абсолютно збитковим, що додатково підтверджує необхідність удосконалення регіонального ціноутворення.

Висновки. З метою розв'язання вказаних проблем економічного розвитку окрім ринкових потрібно запроваджувати також регіональні інструменти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. Економічне обґрунтування регіонального ціноутворення повинно здійснюватись на основі зважених методологічних і методичних підходів у відповідності з формуванням кількісно та якісно нових продуктивних сил, зміни структури аграрного виробництва, змісту і характеру сільськогосподарської праці, її продуктивності, що в значній мірі залежить від сучасних регіональних особливостей розміщення та спеціалізації аграрного виробництва, досягнутого рівня продуктивності ґрунтів і тварин та інших чинників процесу відтворення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Агеев Є.Я. Ціноутворення: теорія та практиcum : [навч. посіб.] / Є.Я. Агеев, Т.В. Шахматова, С.В. Піча. – Львів : Новий Світ-2000, 2012. – 374 с.
2. Дусановський С.Л. Економічні аспекти функціонування і розвитку продовольчого ринку регіону : [монографія] / С.Л. Дусановський, М.А. Горлачук, С.Д. Пластун. – Тернопіль : Горлиця, 2007. – 234 с.
3. Кьостер У. Основи аналізу аграрного ринку / У. Кьостер ; наук. ред. пер. О. Нів'євський. – К. : АДЕФ-Україна, 2012. – 486 с.
4. Лукинов І.І. Вибрані праці : у 2-х кн. Кн. 2 / І.І. Лукинов. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 794 с.
5. Онегіна В.М. Державне регулювання цін і доходів сільськогосподарських виробників : [монографія] / В.М. Онегіна. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 590 с.
6. Охріменко І.В. Витрати та собівартість сільськогосподарської продукції в регулюванні економічних відносин сільськогосподарських підприємств : [монографія] / Охріменко І.В. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 360 с.
7. Охріменко І.В. Макроекономічний аналіз аграрного ринку на прикладі функції формування цін / І.В. Охріменко // Економіка АПК. – 2010. – № 6. – С. 58–63.
8. Саблук П.Т. Ціноутворення в період ринкового реформування в АПК : [монографія] / П.Т. Саблук. – К. : ННЦ ІАЕ, 2006. – 440 с.
9. Статистичні дані Тернопільської агропромислової біржі за 2008–2013 рр.
10. Шпичак О.М. Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію / О.М. Шпичак // Економіка АПК. – 2012. – № 8. – С. 3–10.
11. Plate, R. (1970). Agrarmarktpolitik. Band 2: Die Agrarmärkte Deutschlands und der EWG. BLV Verlagsgesellschaft München Basel Wien. – 384 s.

УДК 330.356.4

Зборовська О.М.*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки підприємства
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля***ВПЛИВ ДЕРЖАВНИХ ІНСТИТУЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО КАПІТАЛУ**

У статті наведено еволюційні етапи корпоратизації в країні. Обґрунтовано вплив інституційного середовища на ефективність корпоративного капіталу. Зроблено висновок про те, що формування корпоративного капіталу через поліпшення інституційного середовища сприяє збільшенню темпів зростання економіки.

Ключові слова: корпорація, корпоративний капітал, державні інститути, управління, ефективність.

Зборовская О.М. ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНСТИТУТОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО КАПИТАЛА

В статье приведены эволюционные этапы корпоратизации в стране. Обосновано влияние институциональной среды на эффективность корпоративного капитала. Сделан вывод о том, что формирование корпоративного капитала через улучшение институциональной среды способствует увеличению темпов роста экономики.

Ключевые слова: корпорация, корпоративный капитал, государственные институты, управление, эффективность.

Zborovska O.M. PUBLIC INSTITUTIONS INFLUENCE ON THE CORPORATE CAPITAL FORMATION

The paper presents evolutionary stages of corporatization in the country. The influence of the institutional environment on the corporate capital efficiency has been substantiated. It has been concluded that the formation of the corporate capital due to the institutional environment improving contributes to the economic growth.

Keywords: corporation, the corporate capital, public institutions, management, efficiency.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки процес формування корпоративного капіталу, оптимізації його структури, встановлення раціонального співвідношення різних джерел фінансування та у зв'язку з цим якість управління корпораціями набувають особливої важливості. Достатній рівень корпоративного капіталу сприяє підтримці життєздатності господарюючого суб'єкта протягом усього періоду функціонування, зберігаючи його ліквідність, стійкість і платоспроможність, від розміру власних коштів залежить можливість збільшення вкладень в економіку країни, розширення ринку товарів і послуг. Кожній корпорації необхідно самостійно розробляти політику формування корпоративного капіталу з урахуванням стратегії свого розвитку. Разом з тим максимальна дієвість і ефективність менеджменту може бути досягнута за умови дотримання системного підходу, раціонального поєднання стратегічних і тактичних заходів з боку державних інститутів. Можна стверджувати, що дана проблематика є вкрай важливою та набуває особливої вагомості, оскільки визначається розглядом ряду практичних завдань, спрямованих на сталі функціонування корпоративного сектору країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань, що стосуються капіталу підприємства, займалися А.Б. Гончаров, А.І. Лисенко, М.М. Мосійчук, Є.П. Рясних, О.С. Філіменков, І.Ф. Федулова та ін. [1–5]. Проблеми взаємовідносин держави і корпоративного сектора також досить широко висвітлені в науковій літературі, і більшість авторів схиляються до думки про те, що потрібна тісна взаємодія органів влади та корпоративних структур. Ряд авторів, зокрема, І.В. Федулова, Г.І. Груба, І.А. Ігнат'єва та ін., підкреслюють, що така взаємодія при правильній побудові державної політики буде приносити користь як бізнесу, так і всій економіці в цілому [6–8]. Прихильники таких поглядів представляють інституціональну модель сучасної економіки, в якій корпоративні структури знаходяться у сфері жорсткого державного регулювання та управління. Однак усе ще чекає на розв'язання проблема ефективного формування корпоративного капіталу, яка відображає

еволюцію конкретної корпоратизаційної системи в процесі її пристосування до впливу інституційних факторів.

Мета статті полягає в уточненні теоретичних основ щодо визначення характеристик впливу держави на корпоративний капітал в процесі інституалізації корпоративних інтересів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що капітал у цілому є сумою коштів, основних фондів, нематеріальних активів. Поняття «капітал» зазвичай асоціюється з поняттям «власність». У момент створення підприємства його стартовий капітал втілюється в активах, інвестованих засновниками, і становить вартість майна підприємства. Підприємство створюється для здійснення підприємницької діяльності й в процесі цієї діяльності використовує як власний капітал, так і позичкові кошти.

Ринковий напрямок розвитку економіки України головною метою має забезпечення стійкого функціонування суб'єктів господарювання та підвищення рівня життя населення, що передусім пов'язано з відновленням ефективності процесів виробництва та обігу капіталу як основних фаз відтворення, що були порушені протягом тривалого періоду. Саме капітал посідає одне з головних місць в системі соціально-економічних та політичних відносин суспільства. Через недосконале управління капіталом як на макро-, так і на мікрорівні, що зумовлено низкою об'єктивних та суб'єктивних причин, економіка України досить повільно долає кризовий стан. Прискорити процес виходу з кризи можна за допомогою управління, що відповідає сучасним умовам, спирається на досягнення науки та враховує практику. Саме тому проблема управління корпоративним капіталом набуває особливої актуальності на сучасному етапі розвитку економіки України.

Особливої уваги заслуговують питання управління капіталом підприємства як основного осередку економічної системи, в процесі функціонування якого здійснюється процес кругообігу капіталу: його залучення, розміщення та використання. Динамізм, невизначеність, складність економічного середовища

та процесів, що в ньому відбуваються, вимагають перегляду не лише сутності та змісту корпоративного капіталу, як економічної категорії, а й концептуальних засад управління ним.

Як економічна категорія корпоративний капітал – це вираз економічних відносин між різними суб'єктами, які беруть участь у виробничо-господарській діяльності корпорацій. Сферою функціонування корпоративного капіталу є корпоративне середовище, а основна форма структур, взаємодіючих в цьому середовищі, – корпорація.

Для ідентифікації носіїв інтересів у рамках корпоративних відносин необхідно звернутися до історії становлення корпоративізму в нашій країні – саме особливості становлення підприємницького сектора багато в чому визначають як сучасну структуру корпоративного капіталу, так і його динаміку. Отже, перший етап (1990–1993 рр.) становлення корпоративізму і формування корпоративного капіталу – ваучерна приватизація. Важливим наслідком ваучерної моделі став характер корпоративного капіталу після первинного розміщення акцій. У більшості компаній в результаті цілеспрямованої і відносно швидко проведеної ваучерної приватизації сформувався ринок корпоративних цінних паперів, виникла система інвестиційних інститутів і, нарешті, з'явився новий соціальний прошарок – приватні власники, акціонери, пайщики.

Другий період в еволюції корпоративного капіталу в Україні (1994–1998 рр.) – грошовий етап приватизації. На відміну від ваучерної приватизації на грошовому етапі продаж акцій не міг бути масовим і одноразовим. Передбачалося, що на грошові аукціони пакети акцій будуть виставлятися поступово і рівномірно, забезпечуючи безперервне надходження коштів до бюджету та інвестицій у розвиток компаній. Намічена схема не спрацювала. Темпи грошової приватизації виявилися настільки низькими, що це ставило під загрозу досягнення обох зазначених цілей. При цьому порушився і сам баланс цілей, на передній план вийшло завдання надходжень до бюджету від приватизації.

Початок третього етапу в розвитку корпоративних відносин в нашій країні фахівці відносять до 1999 р., коли вказані вище перекося моделі приватизації та пов'язані з ними проблеми почали вирішуватися. І першим кроком стало завершення сертифікованої приватизації. Третій етап також характеризується розробкою та впровадженням процесів реструктуризації та реорганізації акціонерних товариств.

Саме тоді намітилися наступні процеси у сфері відносин корпоративної власності:

- по-перше, подальший переділ прав власності та більш виразна консолідація структури акціонерних капіталів;
- по-друге, нормалізація корпоративного управління компаніями в сенсі відділення професійного управління;
- по-третє, переділи власності відбуваються головним чином на фондових ринках;
- по-четверте, наростають процеси злиття і поглинання компаній;
- по-п'яте, формалізуються процеси банкрутства корпоративних компаній;
- по-шосте, відбувається уніфікація документообігу щодо операцій з цінними паперами;
- по-сьоме, регламентація механізмів позики та застави цінних паперів;
- по-восьме, широке запровадження лістингування при зверненні цінних паперів.

Кожний етап корпоратизації характеризується створенням спеціальних державних регулюючих установ (табл. 1). Окремі з них переформатовані, наприклад, Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦБФР) – в Національну комісію з цінних паперів та фондового ринку (НКЦБФР); Національне агентство України з управління державними корпоративними правами – в Агентство з управління державною власністю.

Реальне відновлення економічного зростання передбачає посилення державного контролю діяльності корпорацій шляхом підвищення ефективності правової системи, індикативного планування, вдосконалення корпоративного управління і трудових відносин. Сформована структура корпоративного капіталу і характеристика учасників корпоративних відносин прямо впливає з нормативно-правової бази, яка регламентує дані процеси (рис. 1).

Таблиця 1

Етапи корпоратизації в Україні

Етап	Характеристика	Регулюючі державні інститути
1 етап. 1990–1993 рр.	- започаткування ваучерної сертифікації - створення акціонерних товариств	- Національне агентство України з управління державними корпоративними правами; - Фонд державного майна України; - Антимонопольний комітет України
2 етап. 1994–1998 рр.	- масове створення акціонерних товариств - впровадження процедури регулювання акціонерних товариств - формування системи реєстрації акціонерів - формування фондового ринку	- ДКЦБФР
3 етап. 1999 р. – по теперішній час	- завершення сертифікованої приватизації - започаткування процесів реструктуризації та реорганізації акціонерних товариств.	- Національний депозитарій України - Агентство з управління державною власністю - Державна іпотечна установа

Верховна Рада України, Президент України та Кабінет Міністрів України

Процес руху корпоративного капіталу ми можемо розділити на зовнішній і внутрішній. Зовнішній рух сучасного корпоративного капіталу характеризують такі основні тенденції: збільшується середній розмір корпоративних пакетів в результаті злиття та поглинання; зростають масштаби транснаціоналізації їх діяльності; корпорації все активніше проникають в суміжні галузі і сфери економіки, в тому числі в сферу послуг; інтенсифікується процес створення бізнес-груп – міжгалузевих інтегрованих структур, в рамках яких головна корпорація контролює діяльність ряду фірм; відбувається дифузія прав власності, власність відокремлюється від управління, управління поділяється на виробничо-комерційне і стратегічне.

Внутрішній корпоративний процес руху корпоративного капіталу безпосередньо залежить від структури корпорації. Вона, у найзагальнішому сенсі, визначається як набір інституційних механізмів (засоби контролю, каналів інформації і т. п.) які сприяють перетіканню заощаджень від їх власників до тих, хто знає, як краще ними розпорядитися, тобто від інвесторів до менеджерів.

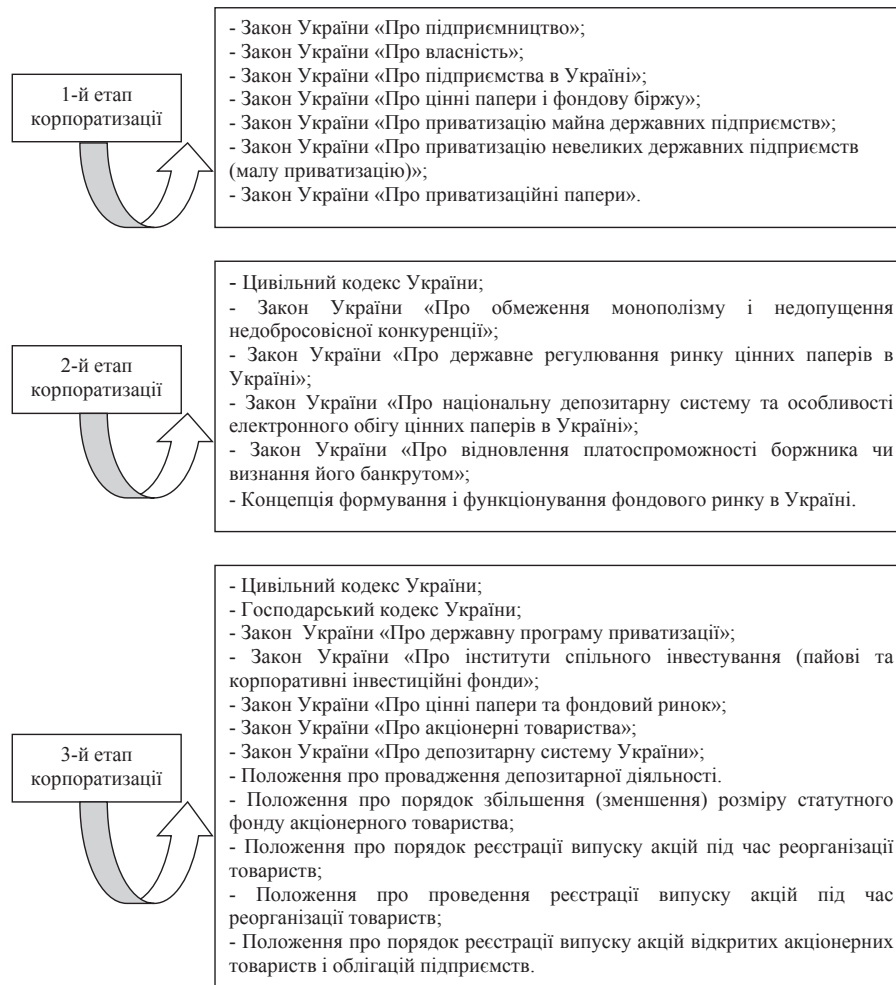


Рис. 1. Нормативно-правове забезпечення процесу корпоратизації в Україні

В Україні інститути регулюють внутрішній рух корпоративного капіталу. Формальні інститути можна представити у вигляді трирівневої структури (рис. 2).



Рис. 2. Інституціональна структура корпоративного ринку України

Інститути повинні сприяти економічному зростанню корпоративних суб'єктів, що виражається в реальних витратах (і вигодах), які вони створюють для бізнесу. Причому більше значення мають інститути законодавчого та економічного середовища, тоді як рівень індивідуальних контрактів виявляється менш значущим. Заохочення формування корпоративного капіталу через поліпшення інституційного

середовища сприяє збільшенню темпів зростання економіки.

Інститути, спрямовані на прозорість фінансово-господарської діяльності, ідентифікацію бенефіціарних власників, громадський контроль природних монополій, а також прийняття кодексу законів, які регулюють корпоративні відносини, важливі не тільки самі по собі, а й тим, що це буде впливати на поступове формування конструктивної кооперативної етики. Цілі ці довготривалі, стратегічні, і тому необхідні стратегічні державні програми з розвитку сприятливого для оздоровлення корпоративних відносин інституційного середовища.

Варто відзначити той факт, що на ринку руху корпоративного капіталу намітилася тенденція все більшого впливу влади на даний ринок. Самі ж корпорації реорганізують свою діяльність з метою збільшення її ефективності. Варто зауважити, що активи акціонерних товариств (крім банків) за 2013 р. збільшились на 64,46 млрд. грн. та на кінець 2012 р. становили 1 927,86 млрд. грн. Власний капітал акціонерних товариств зріс на 20,51 млрд. грн. та на кінець 2012 р. становив 861,59 млрд. грн. (у тому числі суб'єктів малого підприємства – 12,64 млрд. грн.). Збільшення капіталу акціонерних товариств пояснюється також зростанням обсягів випуску цінних паперів у даний період (табл.

Таблиця 2

Динаміка обсягу зареєстрованих НКЦБФР випусків цінних паперів [9]

Вид цінних паперів	Станом на 31.12.2010 р.	Станом на 31.12.2011 р.	Станом на 31.12.2012 р.	Станом на 31.12.2013 р.	Станом на 31.12.2014 р.
Акції, млрд. грн.	433,74	491,90	507,74	571,97	716,32
Облігації, млрд. грн.	9,49	35,91	51,39	42,47	29,01
Муніципальні облігації, млн. грн.	0,00	584,50	5680,25	0,00	2375,00

2). Така динаміка зміни активів та пасивів акціонерних товариств сприяла отриманню позитивного сальдо у 2013 р. в сумі 10,63 млрд. грн.

За результатами аналізу звітності акціонерних товариств (без урахування банків) за 2013 р., наданої НКЦБФР, чистий прибуток таких товариств становив 70,66 млрд. грн., при цьому чистий збиток — 60,03 млрд. грн. Порівняно з 2012 р. чистий прибуток підприємств зменшився на 775,69 млн. грн. Чистий прибуток суб'єктів малого підприємництва у 2012 р. становив 1,44 млрд. грн., при цьому такі емітенти отримали чисті збитки в розмірі 1,68 млрд. грн. У 2013 р. суб'єкти малого підприємництва одержали чистого прибутку на 899,99 млн. грн. більше, ніж у 2012 р., обсяг їх чистого збитку зменшився на 247,09 млн. грн. [9].

Висновки. Інституційне середовище — як формально, так і неформально — впливає на ефективність функціонування корпоративного капіталу в країні. В Україні корпоративні відносини формувалися у взаємозв'язку з процесами реформування економіки в цілому. У корпоратизації країни виділено три етапи, в кожному з яких відбувалось поліпшення нормативно-правової бази та створювались спеціальні державні регулюючі інститути.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гончаров А.Б. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / А.Б. Гончаров. — Х. : ІНЖЕК, 2003. — 240 с.
2. Лисенко А.І., Арчлатов Д.В. Теорія капіталу: науково-економічний аспект / А.І. Лисенко, Д.В. Арчлатов // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 7.
3. Матюшенко І.Ю. Основи фінансового менеджменту : [навч. посіб.] / І.Ю. Матюшенко. — К. : Центр навчальної літератури, 2003. — 220 с.
4. Рясних Є.Г. Основи фінансового менеджменту : [навч. посіб.] / Є.Г. Рясних. — К. : Скарби, 2003. — 238 с.
5. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств : [навч. посіб.] / О.С. Філімоненко. — К. : Ельга, Ніка-Центр, 2002. — 360 с.
6. Федулова І.В., Корж Н.В. Методичний підхід до формування системи ефективного управління корпоративним капіталом та його складовими / І.В. Федулова, Н.В. Корж // Ефективна економіка. — 2015. — № 5 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4463>.
7. Груба Г.І. Інституціональні та правові умови розвитку корпоративного сектора економіки / Г.І. Груба // Державне управління: удосконалення та розвиток. — 2011. — № 6 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=289>.
8. Ігнат'єва І.А. Корпоративне управління : [підручник] / І.А. Ігнат'єва, О.І. Гарафонова. — К. : Центр навчальної літератури, 2013. — 600 с.
9. Річний звіт НКЦБФР за 2014 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.nssmc.gov.ua/activities/annual>.

УДК 311.1:330.322

Ільницький А.І.

аспірант кафедри менеджменту організації і адміністрування
Подільського державного аграрно-технічного університету

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

У статті обґрунтовано теоретичне значення формування інвестиційної моделі сталого розвитку сільських територій. У її структурі виділені види, механізми, чинники, пріоритетні напрями інвестицій. Розроблені механізми його здійснення, особливо на рівні державної підтримки. Враховано регіональні особливості формування інвестиційної моделі сталого розвитку сільських територій.

Ключові слова: інвестиції, сільські території, сталий розвиток, формування, сільське господарство, державна підтримка, регіони, соціальні інновації, управління.

Ильницкий А.И. РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье обосновано теоретическое значение формирования инвестиционной модели устойчивого развития сельских территорий. В ее структуре выделены виды, механизмы, факторы, приоритетные направления инвестиций. Разработаны механизмы его осуществления, особенно на уровне государственной поддержки. Учтены региональные особенности формирования инвестиционной модели устойчивого развития сельских территорий.

Ключевые слова: инвестиции, сельские территории, устойчивое развитие, формирование, сельское хозяйство, государственная поддержка, регионы, социальные инновации, управление.

Ilnitsky A.I. THE ROLE OF INVESTMENTS IN THE STRATEGIC PLANNING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

The theoretical value of forming of investment model of steady development of rural territories is reasonable in the article. In her structure distinguished, kinds, mechanisms, factors, priority directions of investments. Worked out mechanisms of his realization, especially at the level of state support. Taken into account regional features of forming of investment model of steady development of rural territories.

Keywords: investments, rural territories, steady development, forming, agriculture, state support, regions, social innovations, managements.

Постановка проблеми. Однією із найактуальніших проблем розвитку та реформування аграрного сектора економіки України є проблема забезпечення сільського господарства необхідними матеріальними та фінансовими ресурсами. Відомо, що багато споживачів прагнуть купувати високоякісну сільськогосподарську продукцію, але велика кількість виробників цієї продукції не має відповідних технологій, обладнання та сировини. Незадоволення потреб внутрішнього ринку зумовлено якістю та кількістю сільськогосподарської продукції, які на пряму залежать від сировини, технологій та обладнання, що використовуються виробниками сільськогосподарської продукції.

Підвищення якості та кількості продукції аграрного сектору економіки України вимагає залучення значних зовнішніх і внутрішніх капіталовкладень. У результаті проблема активізації інвестування сільгоспвиробництва є дуже актуальною [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених-економістів присвятили свої праці питанням вивчення інвестування в сільське господарство, серед них такі вчені, як: М.В. Брик, Л.М. Пісьмаченко, Г.Є. Павлова, С.М. Богданов, П.І. Гайдуцький, Г.Б. Іваницька, В.І. Касянюк, М.І. Кисіль, М.П. Сорока та ін. Зокрема, М.В. Брик у своїй публікації акцентує увагу на тому, що сільське господарство України є низькорентабельним та збитковим, і тому для оновлення своїх засобів виробництва та покращення якості виробленої продукції галузь потребує значних капіталовкладень [3]. Л.М. Пісьмаченко та Г.Є. Павлова у своєму дослідженні відзначають, що інвестиції у сільськогосподарську науку і техніку можуть призвести до економічного зростання і розвитку суспільства [7]. М.П. Сорока аналізує розвиток інвестиційного процесу в аграрному секторі, джерела інвестування та засоби управління інвестиційною діяльністю в АПК [9].

Проблема інвестування завжди перебували у центрі уваги українських та зарубіжних учених-економістів. Фундаментальний економіко-теоретичний аналіз інвестиційного процесу в умовах ринку проводиться у працях В.П. Яковенка, Я.К. Білоуська, А.М. Головка, П.Т. Саблука, М.Г. Чумаченка, А.В. Чупіса, В.Я. Шевчука, В.В. Юрчишина та ін. Теоретичні основи інвестування та інвестиційної привабливості, що формує інвестиційний імідж України, викладені у монографіях С.О. Гуткевич, Г.П. Лайка.

Постановка завдання. Головною метою цієї роботи є розгляд особливостей інвестицій на сільських територіях, основних проблем та їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне планування розвитку території нині розглядається як один із найбільш перспективних та ефективних механізмів реалізації довгострокової регіональної політики в умовах посилення самоорганізації територіальних громад різних рівнів.

Стратегічне планування соціально-економічного розвитку сільських населених пунктів розглядається як науково-обґрунтоване та практично орієнтоване прогнозування розвитку, яке передбачає визначення напрямів і параметрів розвитку територій, їх економіки, екології і соціальної сфери, заходів щодо реалізації намічених програм та проектів, засоби та шляхи їх досягнення на довготермінову перспективу.

Стратегічне планування сільських територій має такі стадії:

- 1) розроблення концепції регіонального розвитку;
- 2) обґрунтування важливих пропозицій;
- 3) формування системи цільових програм [11].

Для розвитку сільських населених пунктів нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції вимагає відповідного розвитку матеріально-технічної бази галузі. Збільшення розмірів виробничих фондів здійснюється за рахунок додаткових вкладень матеріальних і грошових засобів, спрямованих на розширення виробничого потенціалу сільських територій. Стійкий розвиток галузей агропромислового комплексу в умовах становлення ринкових відносин потребує інвестиційної активності, в наданні підприємствам необхідних грошових і матеріальних ресурсів.

Термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає вкладення коштів. У більш широкій трактовці інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення. Інвестиції мають фінансове та економічне визначення. За фінансовим визначенням, інвестиції – це усі види активів (коштів), що вкладаються у господарчу діяльність з метою отримання доходу. Економічне визначення інвестицій можна сформулювати таким чином: інвестиції – це видатки на створення, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння основного капіталу, а також на пов'язані з цим зміни оборотного капіталу, оскільки зміни у товарно-матеріальних запасах здебільшого залежать від руху видатків на основний капітал [10].

Також під інвестиціями (капіталовкладеннями) розуміють майнові та інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект. До інвестицій в основний капітал належать витрати на будівельні роботи усіх видів; монтаж та придбання устаткування, передбаченого у кошторисах на будівництво; придбання виробничого інструменту та господарчого інвентарю включених до кошторису на будівництво; придбання машин і устаткування, що не входять до кошторису на будівництво, а також на інші капітальні роботи і витрати.

Головні етапи інвестування такі:

- перетворення ресурсів у капіталовкладення (витрати), тобто спрямування інвестицій у конкретні об'єкти інвестиційної діяльності (власне інвестування);
- перетворення вкладених коштів у приріст капітальної вартості, що характеризує кінцеве перетворення інвестицій та отримання нової споживчої вартості;
- приріст капітальних вартостей у формі доходу або соціального ефекту, тобто кінцева мета інвестиційної діяльності [1].

Інвестиції являють собою довгострокові вкладення на надбання основних фондів і оборотних засобів у процесі господарської діяльності.

Інвестиції на сільських територіях – це не тільки вкладення в розширення основних фондів, але і витрати на поповнення і формування оборотних засобів підприємства.

Довгострокові вкладення капіталу в об'єкти господарської діяльності виправдані тільки тоді, коли вони сприяють отриманню прибутку і досягається соціальний ефект.

У сільськогосподарському виробництві інвестиції спрямовуються на:

- 1) заміну застарілого і зношеного обладнання;
- 2) впровадження нової технології і застосування сучасної техніки і обладнання;
- 3) розширення виробництва сільськогосподарської продукції;

4.) розвиток нових видів виробництв.

Формування інвестицій на сільських територіях здійснюється на економічній основі з урахуванням швидкості повернення вкладених засобів. А це можливо лише за умови збільшення виробництва високоякісної продукції і зниження її собівартості.

Інвестиції прямо пов'язані з отриманням додаткового чистого прибутку та зі скороченням терміну окупності вкладень. Чим менший термін окупності, тим більше стимулів до інвестицій. При тривалому поверненні засобів внаслідок інвестиційних процесів відбувається знецінення ресурсів, що затрачували. Крім того, отриманий чистий прибуток від виробництва продукції може бути вкладений у нове виробництво.

Обов'язковими елементами інвестиційної діяльності в ринкових умовах є:

- 1) вибір конкурентоспроможних проектів на конкурсній основі;
- 2) орієнтація на швидку віддачу витрат;
- 3) економічне обґрунтування інвестицій з урахуванням ринку збуту продукції та її якості;
- 4) облік виробничих можливостей конкурентів.

На інвестиції в сільському господарстві в ринкових умовах чинять вплив низка чинників. На одні з них товаровиробник може впливати, а інші обумовлені зовнішніми умовами і не залежать від підприємця.

Чинники, що залежать від товаровиробника, такі:

- врожайність сільськогосподарських культур і продуктивність худоби;
- вибір об'єкта першочергових інвестицій;
- спеціалізація і концентрація виробництва;
- технологія виробництва основних видів продукції сільського господарства;
- характер інвестицій: довгострокові, короткострокові;
- рівень продуктивності праці і собівартість виробництва.

На ці чинники підприємець може впливати протягом виробничого процесу або планувати виробництво продукції та інвестицій на найближчу перспективу.

Чинники, що не залежать від товаровиробника, такі:

- ціни на сільськогосподарську продукцію і продукцію промислового виробництва;
- відсоткова ставка на кредит;
- податкові ставки на прибуток;
- інфляційні процеси;
- сезонність виробництва сільськогосподарської продукції;
- попит на продукцію з урахуванням співвідношення цін;
- обов'язкові поставки сільськогосподарської продукції (квотування виробництва);
- світові ціни на продукцію.

У процесі виробництва сільськогосподарської продукції відбуваються поступове зношення і вибуття основних фондів. Це викликає необхідність їхнього простого, а при нарощуванні виробництва – і розширеного відтворення. Головним джерелом відтворення основних засобів виступають капітальні вкладення.

Інвестиційна привабливість сільських територій – це система складових економічного потенціалу, що обумовлюють потенційну зацікавленість інвесторів, щодо вкладення інвестиційних ресурсів. Зазначимо, що інвестиційну привабливість сільських територій неможливо досліджувати окремо від інвестиційного

клімату, інвестиційної активності та інвестиційного потенціалу [2].

Нині не існує чітко визначеної методики оцінки інвестиційної привабливості сільських територій. Більшість авторів пропонують інвестиційну привабливість окремих сільських територій оцінювати на основі SWOT-аналізу, однак така методика не дозволяє здійснити порівняльний аналіз інвестиційної привабливості. А.В. Ключник пропонує інвестиційну привабливість сільських територій оцінювати через систему показників виробничо-господарського, підприємницького, експортного, природного, ресурсного, інфраструктурного, інвестиційного, інтелектуального та екологічного потенціалів [4].

Особливе місце в системі залучення інвестиційних ресурсів в аграрному секторі економіки займає іпотечний кредит. У розвинутих країнах саме через іпотечне кредитування сільгоспвиробники оплачують більшість своїх капітальних витрат. Впровадження в Україні добре організованого і контрольованого державою ринку землі буде сприяти підвищенню інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств. За оцінками, введення в дію ринку землі дозволить збільшити на 1,5-2% рентабельність сільськогосподарського виробництва [6].

Традиційною і практично найбільш поширеною формою є залучення кредитних ресурсів комерційних банків та інших фінансових інвесторів. Джерелами кредитування є банки та інші фінансові організації. Сільськогосподарські товаровиробники, можуть отримати кредити за двосторонніми домовленостями з іноземними фінансовими інвесторами.

Найбільш простою формою залучення інвестицій є використання господарських договорів про спільну виробничу діяльність, при якій обмежений в коштах сільськогосподарський товаровиробник та фінансове міцне підприємство спільно фінансують виробничі витрати. При цьому досягається краще використання землі й виробничих сільськогосподарських потужностей, зберігаються робочі місця, а працівники отримують заробітну плату. Винагородою партнерам за понесені ними витрати матеріальних і грошових ресурсів є вироблена продукція. Частки кожного партнера в загальному обсязі продукції визначаються пропорційно їх внескам у спільну діяльність. Взаємовідносини між партнерами регулюються господарським договором про спільну виробничу діяльність.

Перспективною формою залучення інвестицій на сільські території є також спільна діяльність сільськогосподарських, агросервісних, промислових та інших підприємств у складі агропромислових фінансових груп. Хоча зараз такі групи в сільському господарстві відсутні, уже створена достатня законодавчо-нормативна база для їх поширення [10].

За Законом України «Про інноваційну діяльність», до інновацій відносять конкурентоспроможні технології, продукцію, послуги й управлінські підходи на підтримку виробництва, бізнес-процесів і маркетингово-комерційних заходів, які спрямовуються на досягнення суттєвого структурного та якісного поліпшення у виробничій чи соціальній сферах. Дотримуючись класичного визначення інновації як нової функції виробництва, вона «досягається не шляхом дрібних поліпшень старого устаткування чи наявної організаційної схеми, а через введення нових засобів виробництва чи систем його організації» [4].

Інновації в аграрній сфері забезпечують розширення пропозиції для аграрного ринку, зростання якості продуктів сільськогосподарських підприємств,

досягнення високої продуктивності сільської праці, та сприяють підвищенню кваліфікаційного рівня кадрів. Результати впровадження інновацій віддзеркалюються у збільшенні обсягу продаж, зниженні собівартості продукції, зростанні фондоозброєності та продуктивності праці, підвищенні рентабельності роботи та інших виробничо-фінансових показників діяльності аграрних підприємств, а також соціально-економічного розвитку сільських територій.

Механізм інвестиційного забезпечення сталого розвитку сільських територій варто розглядати як систему економічних, організаційних, правових та управлінських методів, способів і процесів, які формують і впливають на порядок здійснення інвестиційної діяльності й протікання інвестиційних процесів на сільській території, що приведе до збалансованого, пропорційного економічних, соціальних, екологічних розвитку села. Визначений механізм як система включає такі складові: законодавчо-нормативну, фінансову, організаційну, методичну і консультативну. Реалізація механізму інвестиційного забезпечення сталого розвитку сільських територій великою мірою залежить від їхньої інвестиційної привабливості. Проте формування сприятливого інвестиційного клімату, залучення іноземних та збільшення обсягів національних інвестиційних ресурсів у розвиток сільських територій стримує ряд негативних чинників, найгострішими серед яких є: недосконала та непослідовна інвестиційна політика держави, в якій переважають принципи залишкового виділення коштів на розвиток села, недосконалі механізми використання бюджетних коштів, несприятливі умови для розвитку бізнесу на селі, низька ліквідність інвестиційних ресурсів, недостатнє фінансування соціальної сфери села, нерозвиненість інвестиційної інфраструктури [8].

Висновки і пропозиції. Інвестиції на сільських територіях здатні вирішити низку ключових завдань розвитку економіки, а саме:

- підтримання та стимулювання загального економічного зростання;
- підтримання екологічної безпеки;
- зниження рівня бідності у довгостроковій перспективі.

Для вирішення цих завдань інвестиції у дрібні виробництва можуть надати найбільш істотний вплив, ніж фінансування великих державних монополістичних підприємств. Пояснюється це просто: близько півмільйона дрібних та приватних господарств забезпечують майже третину населення планети продуктами харчування, проте не мають доступу ні до ринків, ні до об'єктів інфраструктури, як їхні великі державні конкуренти. Стимулювання та розвиток у цьому напрямі може надати значний сприятливий економічний ефект.

Також стабільні та стійкі інвестиції у сільське господарство здатні створити поштовх для розвитку нових інноваційних технологій. Добре відомо, що

галузь сільського господарства тісно переплітається з хімічною промисловістю, енергетичною галуззю та багатьма іншими.

До пріоритетних завдань щодо підвищення інвестиційної привабливості сільських територій України ми відносимо: удосконалення державної інвестиційної політики орієнтованої на повне забезпечення інвестиційних потреб села, позитивний динамічний розвиток соціальної сфери на основі забезпечення зайнятості та зростання доходів селян, оптимальне використання бюджетних інвестицій та удосконалення механізмів державної інвестиційної підтримки сільського розвитку, удосконалення інституційної бази, яка сприяє розвитку інвестиційної діяльності, стимулювання інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання на селі та іноземних інвесторів.

Роль держави у регулюванні інвестицій у сільське господарство дуже висока. Тільки держава здатна стимулювати приплив фінансування в дану галузь.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аграрний сектор України. Інвестиції в основний капітал у галузі соціальної інфраструктури села [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agroua.net/economics/documents/category-3/doc-10/>.
2. Біляк Н.І. Кластерний аналіз інвестицій привабливості сільських територій Львівської області / Н.І. Біляк // Львівський національний аграрний університет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_149/15.pdf.
3. Брик М.В., Литвин Р.І. Проблеми активізації інвестування сільськогосподарського виробництва / М.В. Брик, Р.І. Литвин // Науковий вісник. – 2006. – № 16. – С. 17-21.
4. Ключник А.В. Формування та розвиток економічного потенціалу сільських територій України : монографія / А.В. Ключник. – Миколаїв : Дизайн і поліграфія, 2011. – 468 с.
5. Костьєв О.І. Проблеми залучення інвестицій в сільське господарство України / О.І. Костьєв // Донбаський державний технічний університет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=39919>.
6. Луцук У.М. Особливості інвестицій в сільському господарстві / У.М. Луцук // Буковинська державна фінансова академія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Economics/39550.doc.htm.
7. Письмаченко Л.М., Павлова Г.Є., Юрченко С.В. Інвестиції у галузі сільського господарства як шлях до демократичного економічного зростання / Л.М. Письмаченко, Г.Є. Павлова, С.В. Юрченко // Наукові праці КНТУ. – 2010. – № 17. – С. 24-27.
8. Руснак А.В. Формування інвестиційної моделі сталого розвитку сільських територій України / А.В. Руснак // Науковий журнал «Молодий вчений». – 2015. – № 1(16). – С. 50-53.
9. Сорока М.П. Інвестиційна привабливість агропідприємництва. – Рівне : Вид-во «Волинська обласна друкарня», 2008. – 40 с.
10. Стельмащук А.М. Державне регулювання економіки : навчальний посібник. – Тернопіль : ТАНГ, 2000. – 315 с.
11. Ярема Л. Сутність стратегічного планування розвитку сільських територій / Любова Ярема // Бережанський агротехнічний інститут [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://econf.at.ua/publ/konferencija_2014_12_4_5/sekcija_5_ekonomichni_nauki/sutnist_strategichnogo_planuvannja_socialno_ekonomichnogo_rozvitku_silskikh_teritorij/14-1-0-222.

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 334.726

Алексєєв І.В.*доктор економічних наук
професор кафедри фінансів**Національного університету «Львівська політехніка»***Федевич Л.С.***старший викладач кафедри фінансів**Національного університету «Львівська політехніка»*

ДІЯЛЬНІСТЬ ГОСПОДАРСЬКИХ ОБ'ЄДНАНЬ ТА АНАЛІЗУВАННЯ ПРОБЛЕМ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА НЕЇ

Статтю присвячено аналізуванню проблем створення господарських об'єднань в Україні, що викликані у наш час слабкою організацією управлінських структур; відсутністю нормативно встановлених повноважень головного підприємства у сфері управління діяльністю учасників господарських об'єднань. Проте на формування господарських об'єднань впливають також проблеми загальноекономічного характеру, а саме виробнича та інвестиційна криза в країні. Вагомість проблем була визначена представниками досліджуваних господарських об'єднань у процесі їх опитування і проведена оцінка достовірності отриманих результатів.

Ключові слова: господарські об'єднання, проблеми створення, законодавчі обмеження, інвестиційна активність.

Алексеев И.В., Федевич Л.С. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ И АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ, КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА НЕЕ

Статья посвящена проблеме, которая анализирует создание хозяйственных объединений в Украине, вызванной в наше время слабой организацией управленческих структур; отсутствием нормативно установленных полномочий главного предприятия в сфере управления деятельностью участников хозяйственных объединений. Однако на формирование хозяйственных объединений влияют также проблемы общеэкономического характера, а именно производственный и инвестиционный кризис в стране. Весомость проблем была определена представителями исследуемых хозяйственных объединений в процессе их опроса и проведена оценка достоверности полученных результатов.

Ключевые слова: хозяйственные объединения, проблемы создания, законодательные ограничения, инвестиционная активность.

Aliksieiev I.V., Fedevych L.S. ACTIVITIES OF BUSINESS ASSOCIATIONS AND THE ANALYSIS OF ITS PROBLEMS

The article is devoted to analyzing problems creating business associations in Ukraine caused by presently weak organization management structures; lack of regulatory authority established by the parent company in the management of the members of business associations. However, the formation of business associations also influenced by problems of general nature, namely, production and investment crisis in the country. The weight problem was identified by the surveyed business associations in the process of questioning and an assessment of the reliability of the results.

Keywords: business associations, creating problems, legal restrictions, the investment activity.

Постановка проблеми. Світовий досвід не є абсолютно універсальним стосовно української економіки, оскільки економіку більшості країн світу складають великі, більш інтегровані господарські об'єднання, де об'єднання банківського і промислового капіталу має стійкий і закономірний характер. Для нашої країни це лише початковий етап створення потужних господарських об'єднань, який ще зазнає багато проблем щодо створення універсальних багатогалузевих комплексів, які будуть включати в свою організаційну структуру банківський, фінансовий центр, а також широкий набір виробничих підприємств.

Рушійною силою створення транснаціональних корпорацій, з одного боку, має бути намагання забезпечити гарантований доступ до фінансово-кредитних і матеріально-технічних ресурсів, а з іншого – найбільш надійне і прибуткове розміщення капіталу в інших країнах.

Одним із недоліків створення транснаціональних корпорацій є те, що розвиток економічних відносин одних підприємств з банківськими структурами ряду країн може викликати послаблення їх зв'язків

з іншими національними фінансово-виробничими одиницями і спричинити закономірну міграцію капіталу в найбільш перспективні галузі економіки при поглибленій диверсифікації виробництва. Іншим недоліком можуть стати відмінності в економічному стані країн, пріоритетах державної політики і ставлення держави до своїх господарських об'єднань.

На даний час в Україні руйнування галузевої структури управління промисловістю досягло критичного значення, що викликало необхідність проведення ряду кардинальних реорганізацій. Національні підприємства втратили економічну допомогу підприємств із свого регіону, централізовані ресурси скоротилися до мінімуму, галузеві міністерства втратили контроль над всіма підприємствами, це призвело до послаблення координування виробничої діяльності з випуску багатьох видів технологічно складної продукції.

Розрив коопераційних зв'язків, загальний економічний спад і несприятливі для виробництва умови порушили на певний період технологічні ланцюги з рядом вітчизняних підприємств. Процес формування господарських об'єднань і транснаціональних кор-

порацій продовжує залишатися складним, оскільки податкова система і законодавча база в Україні є ще недосконалою.

На цьому етапі створення господарських об'єднань і транснаціональних корпорацій існує досить важлива проблема організування технологічного процесу. Його сутність пов'язана із складними виробничо-фінансовими системами, їх управління має бути підпорядковано оптимальному організуванню технологічного ланцюга, під яким розуміють комплекс заходів з узгодження і затвердження всіх питань, пов'язаних з функціонуванням всієї групи (об'єднання) та її учасників. Організування технологічного процесу господарських об'єднань є складовою частиною циклу управління кожним учасником об'єднання, він полягає як в узгодженні організаційної структури, так і в узгодженні плану ефективного виробничого співробітництва; пошуку банку, що входить би до структури групи; а також у підготовці і узгодженні нормативних документів, підписанні договорів тощо.

Перед тим як будувати, а потім, якщо необхідно, реорганізувати організаційну структуру, керівництво господарських об'єднань повинно знати, які ринки збуту і які клієнти їх цікавлять, які дочірні підприємства будуть входити до його складу, оцінити технологічні можливості їх філій. Після цього доцільно розпочинати ідентифікування ключових процесів з метою зменшення витрат та прискорення розроблення нової продукції тощо.

Все ж таки процес формування господарських об'єднань в Україні деякий час буде залишатися складним, і немає сумніву, що доцільність того чи іншого напрямку реорганізації повинна визначатись для різних підприємств та інших учасників господарських об'єднань індивідуально.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні проблеми становлення і функціонування ефективних господарських об'єднань викликані у наш час слабкою організацією управлінських структур; відсутністю нормативно встановлених повноважень головного підприємства у сфері управління діяльністю учасників господарських об'єднань; високою часткою витрат, які пов'язані з внутрішнім оборотом групи і впливають на загальний рівень рентабельності; нестачею кваліфікованих кадрів, що проявляється у відсутності механізму, навичок і досвіду в плануванні діяльності господарських об'єднань, зокрема у сфері маркетингу та менеджменту.

ПАТ «Концерн Галнафтогаз» [1] серед істотних проблем, які впливають на компанію, визначив: відсутність власної нафти, власних потужностей переробки нафти, що зумовлює залежність від імпортних поставок нафтопродуктів, рівня цін та маржі на ринку, імпортних тарифів та мит, які структура компенсує за рахунок концентрації на продажах та сфокусованості на клієнтах. Окрім цього, відсутність власної переробки надає можливість вибору постачальника з найкращою якістю нафтопродукту. Щоб зменшити залежність від постачальників якісних нафтопродуктів, компанія їх диверсифікує. Товариство залежить від чинного законодавства та змін у ньому.

На діяльність ПАТ «Концерн «Стирол» [2] негативно впливає політична ситуація на сході країни, ріст цін на сировину, матеріали та енергоносії; ріст тарифів на залізничні перевезення. Ступінь залежності від законодавчих або економічних обмежень проявляється в наступному: зростання цін на природний газ призводить до зниження

конкурентоспроможності аміаку та мінеральних добрив на зовнішніх і внутрішньому ринках. На законодавчому рівні необхідно створити відповідну державну програму, реалізація якої могла б частково компенсувати загрозу стрімкого зростання ціни на газ для хімічних підприємств. Необхідна державна підтримка на рівні уряду України при відстоюванні інтересів українських підприємств у ході антидемпінгових розслідувань.

Окрім урожайності, на діяльність ПАТ «Концерн «Хлібпром» [3] впливають інші проблеми. Наприклад, ступінь залежності від законодавчих та економічних обмежень є досить високим, деякі сфери діяльності ПАТ «Концерн «Хлібпром» регулюються нормативно-правовими актами на загальнодержавному та регіональному рівнях.

Істотний вплив на розвиток бізнесу ПАТ «Концерн «Фреш Ап» [4] має нестача коштів для реконструкції основних засобів. Дошкучає нестабільність законодавства, часті зміни в законодавстві, зокрема податковому.

ПАТ «Концерн «Електрон» [5] залежить від загального рівня економіки України, нових законодавчих ініціатив, що створюють нестабільність та невизначеність у подальшій діяльності, бюрократичних затримок та перепон різних державних органів.

На діяльність ПАТ «Концерн «Оранта» [6] негативно впливають політичні та соціальні фактори. Товариство має середню ступінь залежності від законодавчих або економічних обмежень.

На діяльність ПАТ «Концерн «АВЕК та Ко» [7] впливає загальна комерційна активність, пов'язана з необхідністю орендувати комерційні площі. Великою залежністю від законодавчих або економічних обмежень немає. Це чи не єдине із досліджуваних підприємств, яке серед проблем не відзначило недоліки чинного законодавства.

На формування господарських об'єднань впливають також проблеми загальноекономічного характеру, а саме виробнича та інвестиційна кризи в країні, що непоправно відображалися на фінансовому стані банків та підприємств.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Основні проблеми становлення і функціонування ефективних господарських об'єднань викликані у наш час слабкою організацією управлінських структур; відсутністю нормативно встановлених повноважень головного підприємства у сфері управління діяльністю учасників господарських об'єднань; високою часткою витрат, які пов'язані з внутрішнім оборотом групи і впливають на загальний рівень рентабельності; нестачею кваліфікованих кадрів, що проявляється у відсутності механізму, навичок і досвіду в плануванні діяльності господарських об'єднань, зокрема у сфері маркетингу та менеджменту.

Мета статті полягає в аналізі вагомості узагальнення проблем у діяльності господарських об'єднань та зв'язку між ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. При визначенні переліку проблем, які впливають на діяльність господарських об'єднань, ми використовували дані агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України (Smida). Вагомість проблем також була визначена представниками досліджуваних господарських об'єднань у процесі їх опитування. Узагальнення проблем у діяльності господарських об'єднань наведено на рис. 1.

За результатами проведеного опитування представників господарських об'єднань встановлено, що 89% підприємств вбачають проблеми їх інвестицій-

ної діяльності у законодавчих обмеженнях. 11% опитуваних зазначили у анкеті, що проблем, пов'язаних із законодавчими обмеженнями, у них не має.

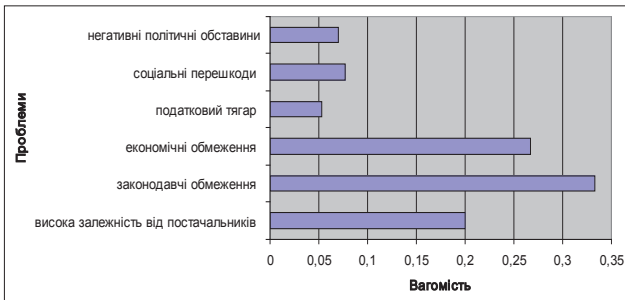


Рис. 1. Проблеми, що впливають на діяльність господарських об'єднань

Джерело: узагальнено автором

У даному контексті слід оцінити достовірність отриманих результатів анкетного опитування. Перевірка на достовірність передбачає спершу визначення інтервалів довіри для процентних мір за допомогою формули:

$$\bar{p} = p \pm t \times \sigma_{\bar{p}}, \quad (1)$$

де p – процент респондентів у вибірці, які підтримують першу альтернативу, % .;

$\sigma_{\bar{p}}$ – середня квадратична похибка вибіркової середньої, %;

t – критерій Стьюдента (табличне значення).

Оптимальний обсяг вибірки для безповторного відбору визначено за формулою (2), бо відомий обсяг генеральної сукупності N ($N=47$, це кількість підприємств, що приймали участь в опитуванні):

$$n = \frac{t^2 \times v \times N}{v_x \times N + t^2 \times v}, \quad (2)$$

де n – оптимальний обсяг вибірки, од.;

v – коефіцієнт варіації ознаки (щоб забезпечити однорідність вибіркового дослідження, приймаємо значення менше граничного – 33%, тобто 32%);

v_x – коефіцієнт варіації помилки (приймаємо рівним 5%);

t – коефіцієнт t -статистики, визначається таблично і при рівні довіри 95%, $t = 1,96$ [9; 10].

Підставивши числові значення отримаємо:

$$n = 36 \text{ (од.)}$$

Візьмемо за базове значення рівень довіри 95%, що забезпечує діапазон істинних значень для генеральної сукупності. При $P=95\%$ параметр $t=1,96$, а середня квадратична помилка вибіркової середньої визначається як:

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{p \times q}{n}} * 100\%, \quad (3)$$

де p – процент респондентів у вибірці, які підтримують першу альтернативу, %;

$q = (100-p)$ – процент респондентів у вибірці, які підтримують другу альтернативу, %;

n – обсяг вибірки, ос.

Підставимо значення у формулу:

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{0,89 \times 0,11}{36}} * 100\% = 5,2\%.$$

Процент респондентів у вибірці, які підтримують перший варіант відповіді, знаходяться в інтервалі:

Отже, для всієї генеральної сукупності середня процентна міра респондентів, які вважають, що най-

більшою проблемою інвестиційної діяльності господарських об'єднань є законодавчі обмеження, знаходиться в інтервалі:

$$78,8\% < \bar{p} < 99,2\%.$$

Також у процесі опитування респонденти вказали на низький рівень інвестиційної активності підприємств, що виражається низьким рівнем впровадження інвестиційних проектів, операцій із цінними паперами тощо. Загалом низький рівень інвестування вказали 74% опитаних представників господарських об'єднань.

Використаємо коефіцієнт взаємного узгодження χ^2 для визначення зв'язку між рівнем інвестиційної активності та законодавчими проблемами у інвестуванні господарських об'єднань. Для цього побудуємо матрицю спряжених частот за цими двома чинниками f_{ci} , які виражені у відсотках (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця спряжених частот

Показники	Вплив законодавчих обмежень, %	Відсутність законодавчих обмежень, %	Сума, %
Низький рівень інвестування	71	3	74
Високий рівень інвестування	18	8	26
Сума, %	89	11	100

З метою розрахунку коефіцієнта взаємного узгодження та виявлення узгодженості відповідей опитуваних визначаємо часткові очікувані частоти f_{oi} :

$$f_{o2} = \frac{11 * 74}{100} = 8,14;$$

$$f_{o3} = \frac{89 * 26}{100} = 23,14; \quad f_{o4} = \frac{11 * 26}{100} = 2,86.$$

Критерій χ^2 визначається за формулою:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_{ci} - f_{oi})^2}{f_{oi}} = \frac{(65,86 - 71)^2}{65,86} + \frac{(8,14 - 3)^2}{8,14} + \frac{(23,14 - 18)^2}{23,14} + \frac{(2,86 - 8)^2}{2,86} \quad (4)$$

$$\chi^2 = 14,026.$$

Обчислена величина χ^2 ($\chi^2_{табл} = 12,7062$), рівень довіри $P=0,95$; коефіцієнт значущості $\alpha=0,05$; ступінь вільності $(k-1)*(m-1)=1$). Отже, можемо стверджувати, що зв'язок між рівнем інвестиційної діяльності господарських об'єднань та проблеми щодо існування законодавчих обмежень існують не лише для цієї вибірки, а й для всієї генеральної сукупності.

Висновки. Потрібно усвідомити, що від участі у господарських об'єднаннях їх учасники мають певні переваги. Банки одержують стабільні джерела формування банківського капіталу, можливість диверсифікації діяльності, зменшення кредитного ризику. Інші учасники мають полегшений доступ до кредитних ресурсів, можливість концентрації капіталу для реалізації інвестиційних проектів, зменшення витрат, пов'язаних із виробництвом та обігом, завдяки створенню спільних маркетингових, консультаційних, інформаційних, аудиторських та інших служб, підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Важливі події розвитку (в тому числі злиття, поділ, приєднання, перетворення, виділ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/13772/106>.

2. Публічне акціонерне товариство «Концерн «Стирол» та його діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/54271/162>.
3. Економічне середовище, в умовах якого Товариство здійснює свою діяльність і управління ризиками [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/53159/162>.
4. Істотний вплив на розвиток бізнесу ПАТ «Концерн «Фреш Ап» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/48447/156>.
5. ПАТ «Концерн «Електрон» залежить від загального рівня економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/48643/156>.
6. На діяльність ПАТ «Концерн «Оранта» негативно впливають [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/51489/156>.
7. На діяльність ПАТ «Концерн «АВЕК та Ко» впливає [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/53901/156>.

УДК 331.101.3

Соколова Л.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економічної кібернетики
і управління економічної безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки*

Беличенко А.Б.

*аспірант кафедри економічної кібернетики
і управління економічної безпекою
Харківського національного університету радіоелектроніки*

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МОТИВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОГО ТРУДА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена изучению современных инструментальных подходов мотивации высококачественного труда персонала. Приведен пример применения данного научно-методического подхода в практической деятельности научно-производственного машиностроительного предприятия. Практическая значимость полученных результатов определяется более обоснованным применением современного методического инструментария для повышения мотивации персонала машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: геймификация, мотивация, высококачественный труд, машиностроительное предприятие, обучение, персонал.

Соколова Л.В., Біліченко А.Б. ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МОТИВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВИСОКОЯКІСНОЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено вивченню сучасних інструментальних підходів мотивації високоякісної праці персоналу. Наведено приклад застосування даного науково-методичного підходу в практичній діяльності науково-виробничого машинобудівного підприємства. Практична значимість отриманих результатів визначається більш обґрунтованим застосуванням сучасного методичного інструментарію для підвищення мотивації персоналу машинобудівних підприємств.

Ключові слова: геймифікація, мотивація, високоякісна праця, машинобудівне підприємство, навчання, персонал.

Sokolova L.V., Bilichenko A.B. GAMIFICATION AS EFFECTIVE MOTIVATIONAL TOOL OF HIGH QUALITY PERSONNEL WORK

The article deals with research of modern instrumental approaches high personnel motivation. An example of the application of the scientific and methodical approach in the practice of research and production of engineering company. The practical significance of the results is determined by a reasonable application of modern methodological tools to enhance staff motivation engineering companies.

Keywords: gamification, motivation, high quality work, engineering company, training, personnel.

Постановка проблеми. Сегодня вопрос мотивации высококачественного труда персонала становится важнейшей проблемой исследования менеджмента многих предприятий. Отсутствие новых нестандартных методов и инструментов подбора, адаптации, обучения персонала приводит к снижению мотивации персонала и, как следствие, расторжению трудовых отношений. Практическое применение нестандартных методов мотивации с использованием игровых инструментов, а именно инструментов геймификации, высококачественного труда персонала требует дальнейших исследований.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию теоретических основ мотивации персонала промышленных предприятий посвящены работы М. Армстронга, В. Врумма, Ф. Герцберга, Е. Лоудера,

А. Маслоу, М. Мескона и многих других зарубежных ученых. Проблемы формирования и повышения мотивации труда персонала рассмотрены в работах В. Виллюнаса, В. Гриневой, Е. Добролюбова, О. Колонтаевского, А. Колота, П. Перервы, В. Травина, Е. Уткина и др.

Геймификация как понятие и как инструмент мотивации персонала появился в 2010 г. Впервые данный инструмент описали в своем практическом пособии Д. Хантер, К. Вербах [1, с. 7]. Однако широкое практическое применение геймификация приобретает в компаниях только за рубежом. Поэтому применение инструментария геймификации как современного метода мотивации персонала является актуальным направлением исследования, приобретающим существенное практическое значение для отечественных предприятий.

Цель статьи заключается в разработке практических инструментов обучения персонала с применением игровых инструментов и, соответственно, оценке динамики изменения мотивации персонала вследствие внедрения данных инструментов.

Изложение основного материала исследования. В условиях высокой конкуренции на рынке труда и в поисках высококвалифицированных кадров работодатели все чаще применяют нестандартные методы подбора, адаптации, обучения, развития и мотивации персонала. Возрастает количество предприятий, которые создают и/или развивают у себя систему мотивации персонала, включающую элементы нематериальной мотивации [4, с. 52; 7, с. 125; 14, с. 73]. Для решения данного вопроса применяются различные подходы:

- проведение корпоративных мероприятий с целью сплочения коллектива и повышения уровня корпоративной культуры;
- использование опыта советского прошлого – возрождаются Доски почета, иногда в виде звания «Лучшие сотрудники»;
- проведение конкурсов различной тематики – от детских рисунков и фотографий до победителей соревнования – «кто больше продает в текущем месяце, квартале» и пр.

Однако, как показывает анализ литературных источников, применение подобных подходов и методов нематериального стимулирования не обеспечивает отечественным предприятиям получение желаемого эффекта, и, как результат, сотрудники начинают переходить в те компании, которые развивают корпоративную культуру на современных принципах, как говорится, «в ногу со временем». Такая ситуация является характерной для деятельности зарубежных компаний [10, с. 25; 2, с. 51; 3, с. 21].

Компании с заинтересованными сотрудниками, сообществами и клиентами опережают тех, кто не может сформировать истинную мотивацию. Это особенно справедливо в мире, где конкуренция носит глобальный характер, а технологии значительно снижают барьеры для входа на рынок.

Исследования способов мотивации, которые освещены в научной литературе [9, с. 17; 8, с. 43; 5, с. 48], позволяют сделать вывод о том, что работника всегда будет мотивировать игровой компонент или соревновательный эффект. Это означает, что мотивация персонала повышается тогда, когда в компании создаются условия, в которых сотрудники будут чувствовать свою принадлежность к бизнес-процессам компании, а менеджмент предприятия будет ощущать ценность того или иного сотрудника. Конечно, такая культура должна жить и действовать непринужденно, иногда принимая во внимание элемент игр.

Геймификация – это набор мощных игровых инструментов, которые можно применить для решения существующих задач предприятия.

Ключевой момент заключается в том, что игровые элементы можно внедрить в неигровую деятельность, что значительно расширяет границы возможностей. Данный инструмент позволяет достаточно легко, без принуждения решать следующие задачи, стоящие перед коллективом предприятия:

- повышение общего уровня производительности труда;
- выявление лидеров в различных функциональных сферах деятельности;
- определение вектора развития каждого конкретного сотрудника и команды в целом и стимулирование их развития в этом направлении;
- обеспечение всех сотрудников оперативной обратной связью по результатам деятельности;
- повышение видимости результатов работы каждого сотрудника;
- улучшение качества коммуникаций в команде, что позволяет эффективно организовать информационные потоки как внутри команды, так и между подразделениями компании;
- снижение частоты возникновения конфликтов;
- объединение сотрудников предприятия общей идеей, вовлечение каждого из них в командную работу;
- привитие сотрудникам ценности компании, формирование понимания бренда работодателя на уровне уже работающих сотрудников [6, с. 93; 13, с. 123; 11, с. 56].

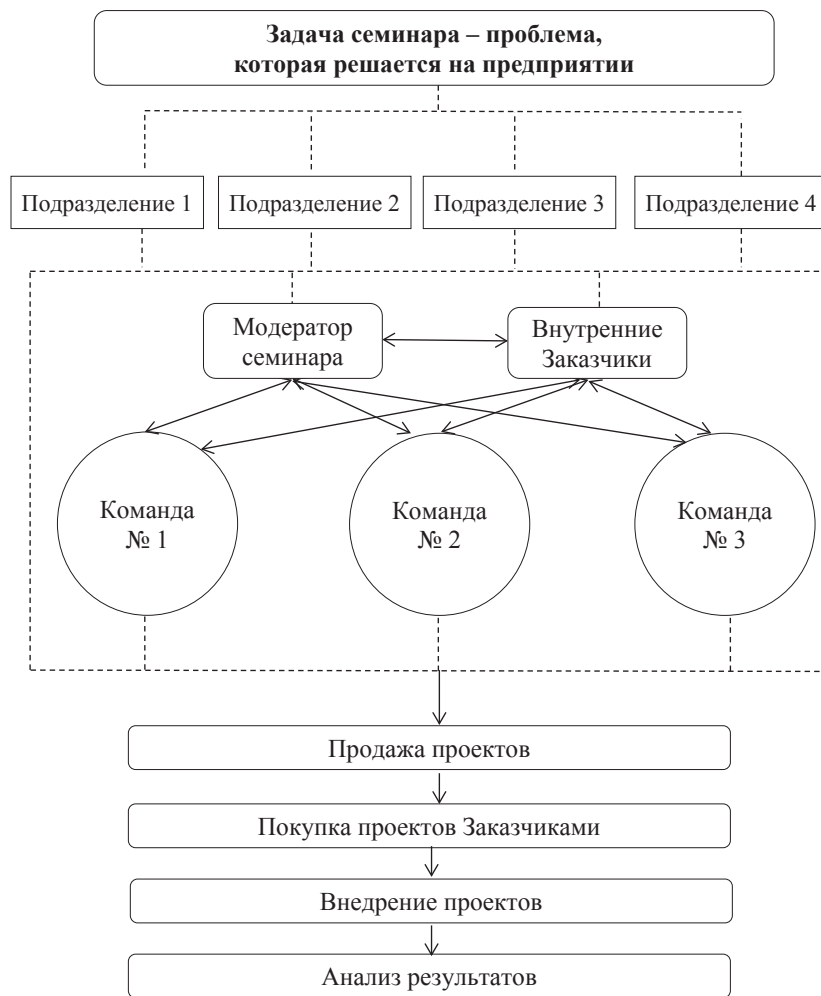


Рис. 1. Модель внедрения методики геймификации в систему обучения технологии принятия решений

Так, например, внедрение метода геймификации в деятельность производственного предприятия ООО «Вертикаль» позволило решить большое количество реальных задач, которые не могли найти решения в течение двух и более лет.

Ранее менеджментом данного предприятия была внедрена технология принятия решений. О переводе принятия решений на уровень технологии руководства предприятия задумалось после того, как проанализировало качество 100 решений, принятых различными сотрудниками. В результате были сделаны следующие выводы:

- только около 30% принятых сотрудниками решений обеспечили требуемый результат;
- существуют паттерны принятия решений, и причем один и тот же человек в большинстве случаев совершает одни и те же ошибки;
- в случае успешных решений используется практически один и тот же алгоритм.

Таким образом, технология принятия решений предполагает четыре основных этапа:

- а) сбор фактов – конкретных количественных или качественных показателей, данных, актуальных, объективных и проверяемых, из надежных источников, в том числе неожиданных и необычных;
- б) интерпретация – придание смысла и объяснение собранных фактов, оценка ситуации, нахождение причины (причин) проблемы;
- в) решения – описание образа будущего, сравнение будущего с текущим состоянием, разработка способов перехода из настоящего в будущее (решений), оценка их достаточности и выполнимости, поиск альтернатив, оценка рисков, выбор оптимальных решений;
- г) действия – разработка плана действий, «продажа» принятых решений и способов их достижения заказчиком и экспертам, а в случае успешной продажи – их реализация, мониторинг результатов в контрольных точках, оценка полноты достижения результата и качества принятия решения (ретроспектива).

Однако в крупной компании с устоявшимися нормами недостаточно просто обязать сотрудников использовать новую технологию, потому что новое – это всегда неизведанное и вызывает наибольшие опасения. Для принятия новых правил и новой культуры сотрудников необходимо заинтересовать и мотивировать.

В результате внедрения процесса геймификации на анализируемом предприятии была разработана и внедрена система обучения технологии принятия решений, которая изображена на рисунке 1.

Основная идея состоит в том, что формируются три группы сотрудников по четыре-пять человек, которые решают одну и ту же задачу в течение трех дней. При этом на протяжении семинара необходимо выполнение нескольких обязательных условий.

К таким обязательным условиям относятся следующие:

- задача должна быть реальной, содержащей описание проблемы и основной неопределенности, которая есть в том или ином бизнес-процессе;
- каждая команда формируется из сотрудников различных подразделений предприятия. Здесь имеется несколько выгод: во-первых, собранная таким образом команда имеет широкий кругозор, что позволяет рассмотреть проблему с разных сторон, во-вторых, на предприятии повышается степень взаимодействия между подразделениями и происходит улучшение информационных потоков;

- задача должна быть решена с использованием технологии принятия решений с выработанным планом действий по внедрению этих решений;
- каждая команда должна продать свои решения внутренним заказчикам работы.

В данном случае мотивацией является соревновательный эффект, вовлеченность, экспериментирование и удовлетворение от полученного результата.

Команды, которые успешно продали свои решения, имеют возможность их внедрить в реальные бизнес-процессы предприятия. Тем самым менеджмент вовлекает своих сотрудников в управление и развитие предприятия. При этом у сотрудников повышается мотивация, они ощущают свою ценность и принадлежность предприятию, развивая и повышая при этом свои навыки выработки решений.

Выводы. Таким образом, геймификация – это техника, улучшающая качество обучения. Она применяется не для создания игр, а для того, чтобы сделать регулярное обучение более привлекательным и увлекательным. Применяя геймификацию как инструмент мотивации персонала, менеджмент предприятия получает возможность развивать уникальную культуру, которая позволяет формировать внутрикорпоративную ценность – уникального, творческого, способного решать самые важные задачи предприятия сотрудника.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Хантер Д. Вовлекать и властвовать. Игровое мышление на службе бизнеса / Д. Хантер, К. Вербак. – М. : Манн, Иванов, Фербер, 2015. – 100 с.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг ; 8-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 831 с.
3. Армстронг М. Оплата труда: Практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала / М. Армстронг, Т. Стивенс ; пер. с англ. под науч. ред. Т.В. Герасимовой. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 512 с.
4. Колот А.М. Мотивация персонала : [учебник] / А.М. Колот. – К. : КНЭУ, 2002. – 337 с.
5. Князева Е.А. Мотивация персонала в условиях построения информационного общества : [монография] / Е.А. Князева. – Одесса : ВМВ, 2008. – 204 с.
6. Костин Д.Ю. Два опыта корпоративного обучения персонала / Д.Ю. Костин // Современные достижения в науке и образовании : V Междунар. науч. конф. (Нетания, Израиль, 27 сент. – 4 окт. 2011 г.) : сб. трудов : в-х 2 т. Т. 2. – Хмельницкий : ХНУ, 2011. – С. 92–94.
7. Дмитренко Г.А. Мотивация и оценка персонала : [учеб. пособ.] / Г.А. Дмитренко, Е.А. Шарапатова, Т.М. Максименко. – К. : МАУП, 2002. – 248 с.
8. Колонтаевский О.П. Мотивы и стимулы трудовой деятельности персонала / О.П. Колонтаевский // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Серія «Економічні науки». – 2006. – Т. 9. – № 1. – С. 42–44.
9. Жулина Е.Г. Экономика труда : [учеб. пособ.] / Е.Г. Жулина – М. : Эксмо, 2010. – 208 с.
10. Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия : [учеб. пособ.] / Е.В. Маслов – К. : МАУП, 2008. – 198 с.
11. Малув П.А. Управление персоналом / П.А. Малув, Ю.Е. Мелихов. – М. : Альфа-Пресс, 2005. – 184 с.
12. Чижов Н.А. Руководитель и персонал: технология взаимодействия : [учеб. пособ.] / Н.А. Чижов. – М. : Альфа-Пресс, 2007. – 577 с.
13. Назарова Г.В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств / Г.В. Назарова, Н.Л. Гавкалова, Н.С. Маркова. – Х. : ХНЕУ, 2006. – 240 с.
14. Лукьянченко Н.Д. Мотивация персонала : [учеб. пособ.] / Н.Д. Лукьянченко, Л.Л. Бунтовская. – Донецк : ДонНУ, 2004. – 324 с.

УДК 338.242

Боковець В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Мачков А.М.

студент
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті тлумачиться поняття корпоративної культури як ефективного способу мотивації працівників підприємства. Детально розглянуто підходи щодо визначення системи цінностей, на яких повинна ґрунтуватися корпоративна культура, а також наведено алгоритм її впровадження на підприємстві починаючи від аналізу внутрішнього стану останнього та закінчуючи підтримкою високого рівня моделі корпоративної культури та управління нею.

Ключові слова: корпоративна культура, мотивація, елементи корпоративної культури, управління, підприємство.

Боковець В.В., Мачков А.В. ФОРМИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРОЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье объясняется понятие корпоративной культуры как эффективного способа мотивации работников предприятия. Детально рассмотрены подходы к определению системы ценностей, на которых должна основываться корпоративная культура, а также приведен алгоритм ее внедрения на предприятии начиная от анализа внутреннего состояния последнего и заканчивая поддержкой высокого уровня модели корпоративной культуры и управление нею.

Ключевые слова: корпоративная культура, мотивация, элементы корпоративной культуры, управление, предприятие.

Bokovets V.V., Machkov A.V. FORMATION AND MANAGEMENT OF THE CORPORATE CULTURE IN THE ENTERPRISE

This article explains the concept of corporate culture as an effective way to motivate employees. Considered in detail the approaches to the definition of a system of values on which to build the corporate culture, as well as an algorithm for its implementation in the company, from the analysis of the internal state of the last and ending with support for high-level model of corporate culture and management of it.

Keywords: corporate culture, motivation, elements of the corporate culture, management, enterprise.

Постановка проблеми. На підприємствах України питання мотивації співробітників загострилося після економічної кризи, так як мотивація персоналу є одним із засобів підвищення його працездатності.

Раніше застосовували матеріальні методи мотивації, а саме премії, пільги та дотації, окремі заохочення (наприклад, можливість отримати кредит на підприємстві для задоволення власних потреб). Але на сьогоднішній день більшість керівників починають використовувати методи нематеріальної мотивації. Це обумовлено двома причинами:

1) відсутністю достатніх для матеріальних методів коштів;

2) необхідністю постійних нововведень у системі мотивації, адже вчені довели той факт, що кожні три місяці підлеглому слід змінювати методи мотивування.

До основних методів нематеріальної мотивації можна віднести такі:

- сприятливі умови праці;
- персональні привітання зі святами;
- різноманітні звання (наприклад, «Кращий працівник року»);
- відчуття належності до компанії, участі у прийнятті важливих рішень;
- організація свят та спеціальних подій для співробітників.

Ці заходи необхідно використовувати в комплексі, так як поодиноке застосування цих методів не спричинить бажаного ефекту, а також постійно стежити за їхнім виконанням з метою вдосконалення. Корпоративну культуру, як елемент нематеріальної мотивації, легко комбінувати з іншими як матеріальними, так і нематеріальними методами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями питання визначення та заснування корпоративної культури займалася такі видатні вчені, як Богатирьов М.Р. [2], Євтушевський В.О. [6], Хаєт Г.Л. [13], Шейн Е.Х. [14] та ін. У своїх працях вчені робили акцент на доцільності корпоративної культури, представляли свої розробки щодо формування її на підприємствах та наголошували на ефективності застосування такого методу мотивації співробітників.

Мета статті полягає в розгляді підходів щодо визначення системи цінностей, на яких повинна ґрунтуватися корпоративна культура, а також наведено алгоритм її впровадження на підприємстві починаючи від аналізу внутрішнього стану останнього та закінчуючи підтримкою високого рівня моделі корпоративної культури та управління нею; висвітленні ефективно діючої корпоративної культури на підприємстві.

Для досягнення поставленої мети слід виконати такі завдання:

1. Розглянути основні підходи до визначення корпоративної культури та її функцій на підприємстві, висунути власне тлумачення даного поняття.

2. Визначити систему цінностей, якими слід оперувати при формуванні корпоративної культури, на основі аналізу понять «мотив» та «мотивація».

3. Охарактеризувати основні складові корпоративної культури.

4. Розробити обґрунтовану методику формування, впровадження та управління корпоративною культурою на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш поширені тлумачення поняття «корпоративна культура»:

1. Система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників [13].

2. Набір елементів, покликаних забезпечити мотивацію співробітників без будь-яких додаткових грошових виплат, створюючи сприятливий мікроклімат для роботи [3].

3. Сукупність правил, що стосується всіх форм ділового спілкування, прийнятих у конкретній організації (ділова розмова, ділові переговори, суперечка, дискусія, полеміка, ділова нарада, публічний виступ, телефонні переговори, ділове листування, стиль одягу, спосіб проводити разом неробочий час і т. д.) [9].

4. Сукупність моделей поведінки, які набуті організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, що показали свою ефективність і приймаються більшістю членів організації [4].

Проте зазначені вище тлумачення складні для розуміння сутності поняття корпоративної культури та повною мірою не відображають головної мети існування корпоративної культури на будь-якому підприємстві. Виходячи з цього, можна запропонувати розуміти термін «корпоративна культура» як комплекс елементів організації, що вирізняють її серед інших, спрямовані на формування сприятливого мікроклімату, іміджу компанії та ґрунтуються на системі цінностей працівників з метою досягнення ними максимальних показників ефективності роботи.

Перш ніж визначити найбільш дієві елементи корпоративної культури організації, слід проаналізувати основну мету формування корпоративної культури – мотивацію робітника до ефективної праці.

У цілому мотивом будь-якої людини є предмет або стан, що стає сенсом її діяльності. Мотивація –

це спонукання до будь-якої дії, здатної задовольняти потреби людини, які відповідають її цінностям.

Система життєвих цінностей будь-якого працівника відіграє важливу роль у сприйнятті методів мотивації організації, в якій ця людина працює. Для визначення основних цінностей, якими слід оперувати при формуванні корпоративної культури, слід розглянути теорії, наведені в таблиці 1.

Для формування ефективно діючої корпоративної культури слід ґрунтувати політику керівництва організації на вищенаведених теоріях щодо цінностей людини. Враховуючи недоліки розглянутих теорій, пропонуємо інтегрувати їх в одну, більш досконалу, та таку, яка б враховувала особливості кожного працівника.

Виходячи з вищерозглянутих теорій, було виділено по три найважливіші цінності для різних вікових груп, які повинні бути базою для формування корпоративної культури як елемента нематеріальної мотивації робітників:

1. Для працівників 18–27 років: зміни, постійні комунікації та негайна винагорода.

2. Для працівників 28–46 років: самореалізація, надійне майбутнє, гарний зарібок.

3. Для працівників старше за 46 років: стабільність, повага до статусу, тривала відпустка.

Проаналізувавши джерела [1; 5; 8; 10] та сформовану раніше систему цінностей, можна виділити сім складових корпоративної культури компанії, характеристика яких наведена в таблиці 2.

Формуванню, впровадженню та управлінню корпоративною культурою в діяльності певного підприємства передують відповідність таким вимогам:

1. Наявність чітко встановлених принципів, на яких ґрунтується вся діяльність підприємства. До таких принципів можуть належати такі:

– лише висококваліфіковані працівники підприємства;

– високий ступінь відповідальності за виконувану роботу;

Таблиця 1

Оцінка основних теорій визначення цінностей людини

Назва теорії	Характеристика теорії	Недоліки
Теорія поколінь Н. Хоува та В. Штрауса	Американські історики виділили 4 покоління та прописали основні цінності для них з метою побудови для кожного різної та ефективної системи мотиваторів [9]: 1) покоління Y (1984–2000 рр. народження): зміни, оптимізм, комунікабельність, впевненість у собі, творчий підхід, фрілансінг, вільний одяг на роботі, технічна та комп'ютерна компетентність, негайна винагорода; 2) покоління X (1965–1984 рр. народження): зміни, вибір, рівноправність, конкуренція, індивідуалізм, навчання упродовж всього життя, технічна та комп'ютерна компетентність; 3) покоління бейб-бумерів (1943–1965 рр. народження): оптимізм, молодість, здоров'я, робота, орієнтація на команду, прагнення бути найкращими, індивідуальна винагорода, офіційний дрес-код на роботі; 4) мовчазне покоління (1943–1965 рр. народження): честь, закон та порядок, дотримання правил, повага до статусу, партійність, економічність.	У даній теорії систематизовані основні цінності людей різних поколінь, виходячи з історичних даних США, отже, її не можна повністю застосовувати в українських компаніях.
Система трудових цінностей за Г.Л. Хаєтом	Професор Г.Л. Хаєт виокремлював такі трудові цінності та розглядав їх на прикладі викладачів ВНЗ [13]: - тривала відпустка; - можливість подальшого навчання; - самореалізація; - можливість прояву творчих здатностей; - участь в управлінні; - можливість кар'єрного зростання; - реалізація ідей; - надійне майбутнє; - відсутність тиску та перевантажень; - поважна робота; - соціальна підтримка; - визнання; - справедливість оцінки досягнень; - гарний зарібок;	Ця теорія розглядається на прикладі викладачів та не описує трудові цінності людини в цілому, отже, її можна застосовувати лише в поодиноких випадках для формування системи мотивації у ВНЗ

– творчий та індивідуальний підхід до кожного клієнта;

– постійний розвиток та самовдосконалення;

– соціальна відповідальність, що передбачає задоволення потреб не лише потенційних та реальних споживачів своєї продукції, а і роботу на користь суспільства в цілому.

2. Організаційна структура компанії повинна містити відділ, який би був достатньо компетентним, щоб займатися формуванням, підтримкою та контролем стану корпоративної культури.

На сучасному етапі розвитку економіки є досить відомим той факт, що майже кожна успішна організація має свою корпоративну культуру – сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників. Адже така культура, на нашу думку, дозволяє вирізнити організацію, створює позитивну атмосферу для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Питаннями корпоративної культури в першу чергу повинен займатися відділ маркетингу, тому що у великих компаніях він має дизайнерів, людей, відповідальних за проведення різного роду досліджень, та ін.

Також оцінкою та контролем стану корпоративної культури доцільно займатися менеджерам або представникам профспілкової організації підприємства.

Ми вважаємо, що при виборі культури організації в цілому, необхідно брати до уваги певні атрибути, а саме:

– по-перше, віра в керівництво, даний аспект важливим є як для самого керівника, адже він буде знати, що рішення, які ним приймаються, будуть схвально сприйматися у колективі, так і для самих працівників, адже для них насамперед важлива довіра зі сторони керівництва та усвідомлення значущості кожного з них в цілому;

– по-друге, необхідно ставити на передове місце ті цінності, що люди цінують у своєму житті, в організації – це перш за все своє положення, титули, просування по службі та власне саму роботу;

– по-третє, підтримувати на високому рівні комунікаційну систему і мову спілкування у колективні за рахунок використання усної, писемної, невербальної комунікації, адже за рахунок цього вдається досягти позитивної атмосфери в колективі, що, в свою чергу, збільшить продуктивність праці в організації;

– по-четверте, усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання: ступінь точності часу у працівників, дотримання тимчасового розпорядку.

Таблиця 2

Характеристика елементів корпоративної культури

Назва елемента	Характеристика елемента корпоративної культури
Власна історія	Власні історії про формування компанії, вихід зі скрутного становища та прийняття неординарних рішень надихають та мотивують персонал
Місія	Взагалі місія будь-якої організації – це сенс її існування. Саме в місії поєднано позицію компанії щодо задоволення потреб споживачів, її конкурентні переваги та ставлення до своїх співробітників. Згідно з [8], Ф. Котлер виділяє такі п'ять факторів, якими слід керуватися при визначенні місії підприємства: 1. Історія компанії. 2. Стиль поведінки керівництва. 3. Стан зовнішнього середовища. 4. Ресурси, якими володіє компанія. 5. Відмінні характеристики та конкурентні переваги
Стратегічне бачення	Стратегічне бачення – це план діяльності компанії на довгострокову перспективу. Складання та досягнення стратегічних напрямків спрямовано на виконання місії. При розробленні стратегічного бачення слід приділяти увагу таким питанням: 1. Куди та яким чином повинна прямувати компанія в майбутньому. 2. Якими в майбутньому стануть сучасні споживачі, товари та технології
Фірмовий стиль	Головним носіями фірмового стилю можуть бути такі: - одяг співробітників; - індивідуальний шрифт, колір; - логотип; - слоган; - шаблони документів; - поліграфічна продукція (каталоги, буклети, візитні картки); - сувенірна продукція; - рекламні матеріали; - корпоративний сайт; - архітектурне середовище компанії
Етичний кодекс	Кодекс корпоративної етики – це сукупність правил та норм поведінки, яких повинні дотримуватися учасники певної групи людей (співробітники певної компанії) [11]. Етичний кодекс може містити регламентації поведінки співробітника у складній ситуації або поряток прийняття важливих для компанії рішень, підвищувати статус певної компанії в очах представників її мікро- та макросередовища та служити для розвитку корпоративної культури організації
Традиції (корпоративні заходи)	Аналізуючи джерела [6; 13], можна стверджувати, що традиції – це певні події або свята, які прикрашають певній організації та націлені на внутрішню аудиторію, а саме на персонал компанії та членів їх родин, її партнерів, керівний склад, інвесторів і т. п. Подібні заходи сприяють: - зміцненню корпоративного духу, розвитку почуття гордості за компанію; - єдності працівників; - виявленню талановитих співробітників; - згладжуванню конфліктних ситуацій; - розвитку корпоративної культури; - покращенню показників роботи учасників заходів. Умовами дієвості корпоративних подій є регулярність їх проведення та паралельне застосування методів стимулювання співробітників

Крім цього, на нашу думку, необхідно брати до уваги інші не менш важливі атрибути при встановленні корпоративної культури на підприємстві, такі як: трудова етика й методи стимулювання, ставлення до роботи й відповідальність за доручену справу; поділ праці й виконання посадових обов'язків шляхи просування по службі;

Аналізуючи сказане, можна стверджувати, що всі характеристики взяті разом формують організаційну культуру. Вони відображаються в традиціях, у поведінці людей, у їхньому зовнішньому вигляді, у манері спілкування, у їхніх діях і емоціях [7, с. 84].

Процес впровадження ефективно діючої корпоративної культури на підприємстві можна звести до п'яти етапів:

1. Аналіз внутрішніх організаційних процесів підприємства.

Склад роботи: аналіз стратегій розвитку підприємства, стиль керівництва та прийняття рішень, наявність та поточний стан елементів корпоративної культури, виявлення проблем та невирішених питань тощо.

Очікуваний результат: рекомендації щодо вирішення виявлених проблемних питань, розроблення концепції новітньої моделі корпоративної культури.

2. Аналіз психологічного клімату на підприємстві.

Склад роботи: анкетування та інші види досліджень співробітників підприємства.

Очікуваний результат: розроблення рекомендацій щодо усунення конфліктів та інших проблем співробітників підприємства.

3. Формування моделі корпоративної культури.

Склад роботи: формалізація кожного елемента корпоративної культури, а саме: власна історія, місія, стратегічне бачення, фірмовий стиль, етичний кодекс та традиції.

Очікуваний результат: формування положення щодо корпоративної культури конкретного підприємства.

4. Впровадження моделі корпоративної культури

Склад роботи: інформування співробітників підприємства щодо впровадження корпоративної культури, пояснення їм доцільності та ефекту відданого методу мотивації. Очікуваний результат: прийняття заданої моделі корпоративної культури та всебічна її підтримка.

5. Підтримка моделі корпоративної культури.

Склад роботи: розроблення методики оцінки та контролю впровадження корпоративної культури, визначення відповідальних осіб та їх обов'язків. Очікуваний результат: досягнення максимального ефекту від впровадження корпоративної культури як методу мотивації співробітників.

Висновки. За сучасних умов економічного розвитку вітчизняні компанії зайняті власним виживанням і в порівнянні із зарубіжними підприємствами не приділяють потрібної уваги розвитку корпоративної культури. Вся корпоративна культура вітчизняних підприємств зводиться переважно до зовнішнього вигляду співробітників, спільних розважальних

вечірок, при цьому ігноруючи основні потреби працівників та недостатньо усвідомлюючи важливості створення єдиного корпоративного духу, стилю поведінки, самосвідомості у професійній діяльності співробітників. Однак корпоративна культура успішних зарубіжних компаній, таких як Nucor, Apple, Intel, Google, може стати прикладом для вітчизняних підприємств, які можуть пристосувати та використати деякі її особливості в українських реаліях.

Загалом з даної роботи можна зробити висновок щодо доцільності впровадження на сучасних підприємствах корпоративної культури. Проте бажаного ефекту можна досягти лише за умов об'єктивної оцінки внутрішніх організаційних процесів та мікроклімату самого підприємства.

У подальшому дана робота буде розширена більш детальними пропозиціями щодо формування, впровадження і підтримки корпоративної культури, а саме:

- розроблення анкет щодо оцінки поточного стану підприємства на предмет наявності фірмового стилю та інших складових корпоративної культури;
- розроблення інноваційного алгоритму досягнення та підтримки високого рівня впровадження корпоративної культури тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Акофф Р.Л. Планирование будущего корпорации / Р.Л. Акофф. – М. : Сирин, 2002.
2. Богатырев М.Р. Организационная культура: Сущность и роль в системе управления : дис. ... к. э. н. / М.Р. Богатырев. – М. : МГУ, 2005.
3. Бурма О. Лучшие способы мотивации сотрудников / О. Бурма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.rynok.biz/article/2010/5/24/uchshie_sposobi_motivacii_sotrudnikov.
4. Вікіпедія. Інтернет-енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративна_культура.
5. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / П. Дойль. – СПб. : Питер, 2002.
6. Євтушевський В.А. Корпоративне управління / В.А. Євтушевський. – К. : Знання, 2006. – 406 с.
7. Іванченко А.В. Орієнтація на розвиток персоналу в системі корпоративних цінностей підприємства / А.В. Іванченко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 4. – Ч. 2. – Т. 1. – С. 385.
8. Корпоративна культура : [навч. посіб.] / Г.Л. Хаєт [та ін.] ; за ред. Г.Л. Хаєта. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер – СПб. : Питер, 2003.
10. Офіційний сайт кадрово-консалтингової компанії «ТОП – КАДР» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.topkadr.ru/glossary/glossary.html>.
11. Самоукина Н.В. Нематериальная мотивация персонала в условиях кризиса / Н.В. Самоукина // Мотивация и оплата труда. – 2009. – № 1.
12. Тесакова Н. Миссия и корпоративный кодекс / Н. Тесакова. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 188 с.
13. Формирование корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ir-sintez.com/content/view/78/84/>.
14. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Э.Х. Шейн. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.



УДК 330.341.1:378.4

Буняк Н.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки*

СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті досліджено та систематизовано теоретичні підходи до визначення сутності інноваційного потенціалу вищого навчального закладу. Розглянуто структуру інноваційного потенціалу. Запропоновано авторське визначення поняття «інноваційний потенціал вищого навчального закладу».

Ключові слова: потенціал, інновація, вищий навчальний заклад, інноваційний потенціал, структура інноваційного потенціалу.

Буняк Н.М. СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

В статье исследованы и систематизированы теоретические подходы к определению сущности инновационного потенциала высшего учебного заведения. Рассмотрена структура инновационного потенциала. Предложено авторское определение понятия «инновационный потенциал высшего учебного заведения».

Ключевые слова: потенциал, инновация, высшее учебное заведение, инновационный потенциал, структура инновационного потенциала.

Buniak N.M. NATURE AND STRUCTURE OF INNOVATIVE POTENTIAL OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENT

The theoretical approaches to defining the essence of innovative potential of higher education establishment are researched and systematized in the article. The structure of innovative potential is considered. The author definition of «innovation potential of higher educational establishment» is proposed.

Keywords: potential, innovation, higher educational establishment, innovative potential, structure of innovative potential.

Постановка проблеми. Однією з основних тенденцій розвитку сучасного суспільства є перехід на інноваційний шлях розвитку, який передбачає використання знань та інновацій як важливих факторів економічного зростання. Визначальну роль у цьому процесі відіграють вищі навчальні заклади, які поряд з підготовкою висококваліфікованих фахівців, здатних генерувати нові знання, створювати та впроваджувати наукомісткі технології, проводять наукові дослідження та здійснюють інноваційну діяльність. При цьому їхня участь в інноваційних перетвореннях визначається наявним інноваційним потенціалом, а також ефективністю його використання. Відтак, особливої актуальності набувають питання, пов'язані з визначенням сутності інноваційного потенціалу вищого навчального закладу та його структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теоретико-методологічних основ інноваційної діяльності вищих навчальних закладів зробили такі вчені, як Ашмаріна С.І., Баранова І.В., Варламов Г.В., Васюхін О.В., Каплан Д.О., Лу Т.В., Михайлов В.О., Наєдіна Н.Г., Павлова О.А., Плаксина І.А., Попова Н.О., Сафонова В.С., Черепанова М.В., Шевченко Д.А. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій з проблем інноваційної діяльності, серед науковців відсутній загальноприйнятий підхід до визначення сутності інноваційного потенціалу, а також його структури, що значно ускладнює процес розробки практичних рекомендацій щодо його формування та ефективного використання з метою підвищення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів. Власне, це і обумовлює необхідність проведення подальших досліджень у цьому напрямку.

Мета статті полягає в узагальненні теоретичних підходів до визначення сутності та структури інноваційного потенціалу вищого навчального закладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «інноваційний потенціал» вперше було використано Фріменом К. у кінці 70-х років ХХ ст. під час характеристики процесу розвитку економічної системи за рахунок створення та використання інновацій.

Протягом останніх років з'явилась велика кількість самостійних досліджень, присвячених вивченню сутності та структури інноваційного потенціалу суб'єктів господарювання різних сфер діяльності. Разом з тим у сучасній інноватиці відсутня єдність поглядів на сутність поняття «інноваційний потенціал вищого навчального закладу». Аналіз літературних джерел (табл. 1) дозволив виокремити декілька підходів до трактування цієї дефініції:

- ресурсний підхід, який акцентує увагу виключно на наявності всіх видів ресурсів необхідних для здійснення інноваційної діяльності;

- ресурсно-результативний підхід передбачає врахування не тільки наявності ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, а також її результатів, які, в свою чергу, містять потенційні можливості для нарощення наявного інноваційного потенціалу;

- діагностичний підхід передбачає визначення рівня готовності до здійснення інноваційної діяльності, тобто оцінку достатності інноваційного потенціалу для виконання поставлених завдань в інноваційній сфері.

У наукових працях, присвячених дослідженням теоретико-методологічних аспектів інноваційної діяльності, найбільшого поширення набув ресурсний підхід до трактування сутності поняття «інноваційний потенціал вищого навчального закладу». При цьому слід відмітити, що наявність ресурсів автоматично не призводить до активізації інноваційних процесів. Будь-який суб'єкт господарювання, що здійснює інноваційну діяльність, крім наявних ресурсів, повинен володіти реальними можливостями щодо їхнього практичного використання для досягнення інноваційних цілей.

Аналіз різних підходів до трактування сутності інноваційного потенціалу вищого навчального закладу дозволив виокремити властивості, які йому притаманні:

- адаптивність (здатність інноваційного потенціалу пристосовуватись до змін зовнішнього і внутрішнього середовища);
- динамічність (інноваційний потенціал змінює свої параметри в часі під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників);
- відкритість (інноваційний потенціал вищого навчального закладу формується під впливом факторів зовнішнього середовища);
- структурованість і системність (інноваційний потенціал складається із сукупності структурних елементів, між якими існують тісні взаємозв'язки, відтак, зміни в одному з них призводять до зміни в інших);
- складність (інноваційний потенціал містить у собі структурні елементи, які можна поділити на менші, що закономірно об'єднані в єдине ціле певними зв'язками);
- відповідність (інноваційний потенціал повинен відповідати особливостям інноваційного процесу вищого навчального закладу);
- здатність до розвитку (одночасно з використанням інноваційного потенціалу відбувається його нарощення, це обумовлено тим, що результатом залучення інноваційних ресурсів до інноваційного процесу є створення інноваційного продукту, практичне застосування якого призводить до появи нових можливостей для розвитку його ресурсної складової).

В економічній літературі інноваційний потенціал на макро-, мезо- та мікрорівнях найчастіше розглядають як єдність трьох основних складових: ресурсної, внутрішньої (структурної) та результативної.

Ресурсна складова інноваційного потенціалу є основою його формування і відображає можливість суб'єкта господарювання в інноваційній сфері. Вона включає в себе ресурси, які мають різне функціональне призначення і можуть бути залучені до реалізації інноваційних процесів, зокрема, інтелектуальної, людської, інформаційної, матеріально-технічної, фінансової, інвестиційної та ін.

Внутрішня (структурна) складова характеризує існуючі можливості щодо забезпечення трансформації ресурсів у кінцевий інноваційний продукт, визначальна роль у цьому процесі належить людині. Вона є проміжною ланкою між ресурсною та результативною складовими інноваційного потенціалу і охоплює інститути, які створюють сприятливі умови та забезпечують реалізацію інноваційних процесів, зокрема генерування ідей, створення, використання і поширення новацій, а також різні методи та засоби управління інноваційним процесом.

Результативна складова відображає кінцевий результат реалізації існуючих ресурсних можливостей суб'єкта господарювання в інноваційній сфері, тобто інноваційний продукт, який отриманий у процесі використання інноваційного потенціалу. Її виокремлення обумовлено тим, що вона сприяє відтворенню та розвитку ресурсної складової інноваційного потенціалу.

У сучасній літературі з проблем інноватики відсутній загальноприйнятий підхід до визначення структурних елементів інноваційного потенціалу вищого навчального закладу.

Так, одні вчені акцентують увагу виключно на ресурсах, які використовують вищі навчальні заклади у процесі інноваційної діяльності (звужений підхід).

Зокрема, Ашмаріна С.І. та Плаксина І.А. у структурі інноваційного потенціалу вищого навчального закладу виділяють два типи компонентів [1]:

- ресурсні компоненти, які характеризують види ресурсів, що використовуються для здійснення інноваційної діяльності вузу (кадрові, інтелектуальні, матеріально-технічні, фінансові, інфраструктурні, іміджеві);

- функціональні компоненти (потенціал інноваційного освітнього процесу, потенціал науково-дослідного процесу, потенціал інноваційного управ-

Таблиця 1

Визначення поняття «інноваційний потенціал вищого навчального закладу»

Автор	Визначення
Ресурсний підхід	
Ашмаріна С.І., Плаксина І.А. [1]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу – сукупність взаємопов'язаних ресурсів, необхідних для реалізації внутрішніх інноваційних процесів (освітнього, науково-дослідного і управлінського)
Баранова І.В., Черепанова М.В. [2, с. 166]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу – це ресурси всіх видів, які можуть бути використані для здійснення інноваційної діяльності
Варламов Г.В. [3, с. 125]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу – це система взаємодіючих і взаємопов'язаних ресурсів вищого навчального закладу, необхідних для здійснення його інноваційної діяльності та забезпечення досягнення поставлених стратегічних цілей
Михайлов В.О. [4, с. 28]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу виступає як сукупність наявних ресурсів, достатніх для здійснення ефективної інноваційної діяльності і характеризує здатність вищого навчального закладу до змін, поліпшення, сталого розвитку і досягнення нового якісного стану
Сафонова В.Є. [5, с. 180]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу – це сукупність його ресурсів, рівень розвитку яких достатній для здійснення ефективної інноваційної діяльності
Ресурсно-результативний підхід	
Наєдіна Н.Г.; Шевченко Д.А., Капкан Д.О. [6, с. 16; 7, с. 186]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу відображає ресурсну і результативну складові діяльності вищого навчального закладу, є основою успішної співпраці з підприємствами реального і фінансового секторів економіки, а також ефективної участі в державних і міжнародних грантах
Діагностичний підхід	
Васюхін О.В., Павлова О.А.; Попова Н.О. [8, с. 95; 9, с.104;]	Інноваційний потенціал вищого навчального закладу – міра його готовності виконувати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети за допомогою реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень і впровадження інновацій

лінського процесу), які характеризують напрямки використання інноваційних ресурсів у внутрішніх процесах.

На думку Васюхіна О.В. і Павлової О.А., доцільно розрізняти інноваційний потенціал освітньої діяльності, метою якої є розповсюдження знань, та інноваційний потенціал науково-дослідної діяльності. Перший утворюється за рахунок інформаційної бази, матеріального і кадрового забезпечення, а також прогресивних освітніх технологій, а другий – визначається науковими кадрами і дослідницькою базою [8].

При використанні розширеного підходу в структурі інноваційного потенціалу вищого навчального закладу поряд із ресурсною складовою виокремлюють наявні можливості щодо її використання з метою підвищення ефективності інноваційних процесів.

Зокрема, Лу Т.В. зазначає, що інноваційний потенціал ВНЗ складається з наступних блоків (потенціалів) [10]:

- продуктового (інноваційна діяльність, освітня діяльність, науково-дослідницька діяльність, виробнича діяльність, підготовка кадрів для інноваційної економіки);

- ресурсного (персонал для інноваційної діяльності, матеріально-технічне забезпечення, фінанси (інвестиції, бюджети), інформаційна база інноваційної діяльності);

- функціонального (об'єкти інтелектуальної власності, маркетингове забезпечення інноваційної діяльності, податковий супровід інноваційної діяльності, правовий супровід інноваційної діяльності);

- управлінського (адміністративна діяльність, управлінська діяльність, соціальне забезпечення);

- організаційного (організаційні структури, інноваційна інфраструктура (вузу і регіону)).

Сафонова В.С. пропонує у структурі інноваційного потенціалу вищого навчального закладу виділяти такі складові, як [11]:

- інституціональну (рівень розвитку ринкових ВНЗ);

- інфраструктуру (забезпеченість вищої школи необхідною для проходження новацією усіх етапів інноваційного циклу інфраструктурою);

- кадрову (освітній рівень трудових ресурсів, до якого також входить рівень інноваційної культури – ступінь сприйнятливості новацій персоналом);

- інвестиційну (ефективність здійснення інвестицій в інноваційні проекти);

- досягнутий рівень науково-технічного розвитку (наявність науково-технічної бази, власних і придбаних розробок і винаходів, а також можливість і здатність впровадження результатів наукової діяльності у виробництво);

- умови внутрішнього та зовнішнього середовища, що відображають взаємодію інноваційного потенціалу з іншими підсистемами загального потенціалу ВНЗ.

Таким чином, на основі аналізу різних підходів до визначення структури інноваційного потенціалу, можна зробити висновок, що він є складовою частиною загального потенціалу, яка забезпечує його відтворення та відображає потенційну спроможність вищого навчального закладу до інноваційного розвитку. Його елементи тісно взаємопов'язані між собою, зміни одного з них можуть призвести до зміни інших складових та вплинути на можливості щодо створення, впровадження та трансферу інновацій.

На нашу думку, під інноваційним потенціалом вищого навчального закладу необхідно розуміти здатність та готовність вищого навчального закладу

за наявного кількісного та якісного складу ресурсів створювати, використовувати та поширювати різного роду новації з метою нарощення власних конкурентних переваг.

При цьому здатність – це внутрішня властивість вищого навчального закладу здійснювати діяльність щодо створення сприятливих умов для залучення і використання ресурсів, необхідних для реалізації всіх стадій інноваційного процесу з врахуванням потреб як внутрішніх стейкхолдерів (студентів та їх батьків, науково-педагогічних працівників, адміністративно-управлінського персоналу), так і зовнішніх (держави, регіональних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, роботодавців, абітурієнтів та їхніх батьків, різних громадських організацій і об'єднань, які безпосередньо не пов'язані із системою освіти). Загалом спроможність вищого навчального закладу до інноваційної діяльності залежить від діючої організаційної структури, системи мотивації, особливостей системи управління, домінуючого стилю керівництва, рівня інноваційної культури тощо.

Готовність характеризує відповідність ресурсів вищого навчального закладу всім вимогам інноваційного процесу.

Основними інноваційними ресурсами є: кадрові, матеріальні, фінансові, науково-технічні, інформаційні та інші ресурси, які можуть бути залучені до процесу створення, використання та трансферу нових знань на комерційній або некомерційній основі. Тобто інноваційний потенціал формують не всі ресурси, які є в наявності у вищого навчального закладу, а лише та їх частина, яка може бути використана в інноваційному процесі.

Особливе місце в структурі інноваційного потенціалу вищого навчального закладу займає науково-педагогічний персонал, адже наявність в нього необхідних знань та можливостей ще не означає його бажання бути залученим до процесу створення та впровадження різного роду інновацій. Він може свідомо стримувати або прискорювати інноваційні процеси залежно від свого ставлення до них. При цьому бажання створювати та проваджувати інновації буде залежати від діючої системи мотивації та рівня інноваційної культури.

Висновки. Отже, незважаючи на різноманітність підходів до визначення змісту поняття «інноваційний потенціал вищого навчального закладу», більшість вчених визнають, що саме інноваційна діяльність є запорукою успішного функціонування вищого навчального закладу в умовах формування знаньорієнтованої економіки, а інноваційний потенціал є комплексною характеристикою, яка визначає його спроможність адаптуватись до змін, які відбуваються у зовнішньому середовищі шляхом створення, використання та трансферу нових знань.

Перспективи подальших досліджень полягають у формуванні методики оцінки інноваційного потенціалу вищого навчального закладу, а також розробці практичних рекомендацій щодо його формування та ефективного використання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ашмарина С.И. Оценка инновационного потенциала высших учебных заведений / С.И. Ашмарина, И.А. Плаксина // Управление экономическими системами. – 2013. – № 11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uecs.ru/marketing/item/2527-2013-11-14-07-38-08>.
2. Баранова И.В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала вуза / И.В. Бара-

- нова, М.В. Черепанова // Сибирская финансовая школа. – 2006. – № 4. – С. 163–167.
3. Варламов Г.В. К вопросу о формировании инновационного потенциала исследовательского вуза / Г.В. Варламов // Труды Псковского государственного политехнического института. – 2010. – № 13. – С. 125–128.
 4. Михайлов В.А. Проблема измерения инновационного потенциала вуза / В.А. Михайлов // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 4. – С. 27–29.
 5. Сафонова В.Є. Проблеми розвитку інноваційного потенціалу вищої школи в умовах розбудови національної інноваційної системи України / В.Є. Сафонова // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. – № 2. – С. 177–183.
 6. Наедина Н.Г. Инновационный потенциал вуза / Н.Г. Наедина // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2012. – № 3. – С. 16–18.
 7. Шевченко Д.А. Оценка инновационного потенциала вуза / Д.А. Шевченко, Д.А. Каплан // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. – 2012. – № 10(90). – С. 186–202.
 8. Васюхин О.В. Управление развитием инновационного потенциала вуза / О.В. Васюхин, Е.А. Павлова // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 6. – С. 94–96.
 9. Попова Н.О. Інноваційний потенціал ВНЗ як фактор конкурентної переваги: теоретичні положення / Н.О. Попова // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2012. – № 4(20). – С. 101–105.
 10. Лу Т.В. К анализу инновационного потенциала и конкурентоспособности вуза / Т.В. Лу // Вестник ВЭГУ. – 2012. – № 1(57). – С. 45–51.
 11. Сафонова В.Є. Проблеми розвитку інноваційного потенціалу вищої школи в умовах розбудови національної інноваційної системи України / В.Є. Сафонова // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. – № 2. – С. 177–183.

УДК 339.138

Водяник М.О.

*асистент кафедри маркетингу та менеджменту
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ТЕЛЕМАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДИРКЕТ-МАРКЕТИНГУ

Статтю присвячено дослідженню теоретичних підходів щодо формування поняття телемаркетингу та перспектив його розвитку в Україні. На основі проведеного аналізу визначено переваги телемаркетингу; уточнено поняття «телемаркетинг»; проаналізовано динаміку розвитку телемаркетингу. Отримані результати спрямовані на підвищення ефективності використання інструментів прямого маркетингу.

Ключові слова: прямий маркетинг, споживач, телемаркетинг, маркетингові комунікації, аутсорсинговий контактний центр.

Водяник М.А. ТЕЛЕМАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДИРКЕТ-МАРКЕТИНГА

Статья посвящена исследованию теоретических подходов относительно формирования понятия телемаркетинга и перспектив его развития в Украине. На основе проведенного анализа определены преимущества телемаркетинга; уточнено понятие «телемаркетинг»; проанализирована динамика развития телемаркетинга. Полученные результаты направлены на повышение эффективности использования инструментов прямого маркетинга.

Ключевые слова: прямой маркетинг, потребитель, телемаркетинг, маркетинговые коммуникации, аутсорсинговий контактний центр.

Vodianyuk M.O. TELEMARKETING AS EFFECTIVE INSTRUMENT OF DIRECT MARKETING

Article is devoted to research of theoretical approaches concerning formation of concept of telemarketing and prospects of its development in Ukraine. On the basis of the carried-out analysis definitely advantages of telemarketing; the concept telemarketing is specified; the analysed dynamics of development of telemarketing. The received results are directed on increase of efficiency of use of instruments of direct marketing.

Keywords: direct marketing, consumer, telemarketing, marketing communications, autsortsingovy contact center.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин та значний вплив сучасних технологій відіграють важливу роль у комерційній діяльності підприємства. Як справедливо зазначає О.Б. Чернега, «незважаючи на трансформаційні процеси, які відбуваються під впливом глобалізації, сьогодні все більш зрозумілим стає факт, що світ ніколи не стане одноманітним. Це суперечить його природі. Як наслідок, розвиток глобального господарства завжди буде супроводжуватися процесами конкуренції та співробітництва, конвергенції та дивергенції та укладатися у класичне розуміння гегелівських законів діалектики» [1].

Наявність великої кількості конкурентів на ринку сприяє формуванню «грамотної» політики маркетингових комунікацій. Використання методів масового маркетингу, спрямованого на всю споживчу аудиторію, стає менш ефективним та досить затратним. Особливістю сучасних торговельних відносин є

індивідуалізація, тобто особистісний підхід до кожного споживача. В свою чергу, торговельні компанії шукають шляхи ефективних каналів збуту продукції, зорієнтованих на індивідуальну потребу споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття телемаркетингу почали вживати наприкінці 70-х років ХХ ст. З того часу багато наукових діячів та економістів зробили значний внесок у розвиток теоретичних аспектів прямого маркетингу та окремих його інструментів, зокрема, Котлер Ф., Бернет Дж., Моріарті С., Армстронг Г., Гладуел М., Піплз Д., Абельмас Н.В., Мори Д., Єрьомін В.Н., Романов А.А., Панько А.В., Сіняєва І.М. Разом з тим телемаркетинг продовжує своє формування та потребує подальших досліджень.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних підходів щодо формування поняття телемаркетингу та перспектив його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення цільової аудиторії дає можливість маркетингологам сконцентрувати свою увагу на потенційних споживачах, зацікавлених у пропонованому товарі. Сучасний споживач потребує індивідуального обслуговування у зручні для нього час та місці. Всі ці фактори впливають на пошук ефективних маркетингових комунікацій, спрямованих на задоволення індивідуальних потреб споживачів.

Стрімкий розвиток засобів комунікації дозволяє отримувати потрібну інформацію без обмежень у часі та просторі. Останнім часом торгівля трансформується у нові форми продажу, зокрема, електронну торгівлю (з використанням мережі Інтернет), продаж за каталогами, поштою та телефоном.

Як зазначає С.В. Маловичко, «з кожним роком все більше підприємств звертаються до переваг електронної комерції, що дозволяє покращити показники прибутку, підвищити імідж в очах потенційних та ключових покупців і бізнес-партнерів, швидко вийти на нові, раніше недоступні ринки». [2]

Неможливо не відмітити, що розвиток телефонних мереж відіграє важливу роль як у суспільному, так і економічному житті суспільства. Беручи до уваги економічну сферу застосування, телефон можна назвати перспективним інструментом маркетингових комунікацій, особливістю якого є пряма комунікація. В свою чергу, це допомагає налагодити довгострокові відносини між продавцем та споживачем та підтримувати лояльність торговельної компанії.

Термін «телемаркетинг» вперше був використаний компанією Bell Systems, яка у журналі The Changing Times: The Kiplinger Magazine пропонувала послуги продажу по телефону. Розвиток та трактування поняття телемаркетингу наведено у таблиці 1.

Аналізуючи сутність поняття прямого маркетингу, вітчизняні та закордонні науковці розглядають його як вид діяльності, інструмент сучасного прямого маркетингу та комунікаційну систему.

Існуючі дефініції не враховують часовий фактор застосування, тобто можливості прямої комунікації у зручний час для споживача. З нашої точки зору, телемаркетинг доцільно визначати як інструмент директ-маркетингу для здійснення комунікації щодо одержання рекламної інформації з використанням телефонних мереж у зручний для споживача час.

Варто зазначити, що телемаркетинг має певні переваги:

- формування бази даних постійних та потенційних споживачів;
- безпосереднє спілкування із споживачем у зручний час;
- охоплення великої кількості споживчої аудиторії;
- економія ресурсів торгової компанії, зокрема рекламних витрат для незацікавлених споживачів;
- можливість проведення маркетингових досліджень та вивчити споживчі потреби;
- можливість здійснити покупку товару телефоном, що має перевагу економії часу та можливості одержання персональних знижок;
- надає можливість одержати нову рекламну інформацію;
- можливість підтримки якісного сервісу компанії, використання безкоштовної «гарячої лінії».

В ході свого розвитку сформувались наступні типи телемаркетингу: вхідний телемаркетинг (споживач здійснює запит телефоном), вихідний телемаркетинг (розповсюдження рекламної інформації споживачу з використанням актуальної бази даних), а також активний телемаркетинг (здійснення активних продажів) та пасивний (використання для підтримки відносин із споживачем).

Телефонний маркетинг також застосовують одночасно з прямою розсилкою листів або e-mail-повідомлень, як допоміжний інструмент продажу. Великий вплив також має розвиток Інтернет-продажів, що надають додаткові можливості активної співпраці та формуванню позитивного іміджу компанії. Найбільшим попитом замовлень, що здійснюються телефоном, відзначаються товари, що пропонуються за каталогом, парфумерія та господарчі товари.

Незважаючи на свої особливості, телемаркетинг показав свою ефективність на прикладі багатьох закордонних компаній. Директор з розвитку компанії Coca-Cola Hellenic Ukraine Володимир Чобан відзначив: «...не так давно Coca-Cola переглянула моделі продажів і активно зайнялася телемаркетингом. Це дозволило не лише оптимізувати структуру каналів реалізації, але й підвищити їх рентабельність, що особливо важливо при роботі з дрібними дистриб'юторами» [12].

Таблиця 1

Трактування поняття «телемаркетинг»

Автор визначення	Визначення поняття
Компанія Bell System [3]	Телемаркетинг – новий спосіб (драматичний) виконати та зруйнувати великі витрати на ведення бізнесу сьогодні.
Т.С. Жданова [4]	Телемаркетинг – це професійний вид діяльності, мета якого заснована у реалізації інтересів компанії через налагодження тільки телефонного контакту з споживачем.
І.О. Лютий [5]	Телемаркетинг дозволяє одержати прямий відгук реальних або потенційних клієнтів щодо особливостей діяльності і продуктового ряду банку. Інтерактивність є основною перевагою телемаркетингу.
Ф. Котлер [6]	Телемаркетинг полягає у використанні телефону для прямого продажу товару покупцям. Цей метод перетворився на один з основних інструментів сучасного прямого маркетингу.
А.Ф. Павленко, А.В. Войчак [7]	Спілкування зі споживачем здійснюється телефоном з використанням різноманітних телекомунікаційних та інформаційних технологій.
А.С. Савоценко [8]	Телемаркетинг представляє маркетингову комунікаційну систему, в якій підготовлені фахівці використовують телефон та інформаційні технології для здійснення маркетингових і торговельних видів діяльності.
Дж. Бернет, С. Моріарті [9]	Телефонний маркетинг є методикою прямого маркетингу, яка об'єднує в себе телекомунікаційні технології, маркетингові стратегії та інформаційні системи.
В.Н. Єршомін [10]	Телемаркетинг – використання телефонних мереж для безпосереднього продажу товару споживачам; за безкоштовними для клієнтів телефонними номерами можна зробити замовлення, одержати необхідну інформацію про товар.
Ф. Котлер, Г. Армстронг [11]	Телефонний маркетинг заснований на використанні телефону для прямого продажу товару споживачам.

У країнах Європи та Америки розвиток електронної комерції та дистанційної торгівлі сприяв активному впровадженню телемаркетингу. Згідно з проведеними дослідженнями, телемаркетинг у Великобританії є одним з найбільш розповсюджених засобів маркетингових комунікацій. Провівши опитування, було визначено найбільш ефективні канали розповсюдження за критеріями від 1 до 5 балів (рис. 1).

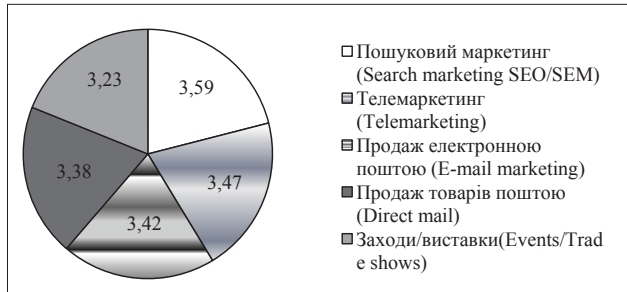


Рис. 1. Найбільш ефективні канали маркетингових комунікацій у Великобританії [13]

На ринку телекомунікацій в Україні стрімкого розвитку набули контактні центри. Досліджуючи тенденцію розвитку аутсорсингових контактних центрів можна вказати зменшення їх кількості у 2013 р. При цьому відбувалось збільшення кількості співробітників в малих компаніях та приділялась увага якості обслуговування. Кількість компаній, спрямованих на діяльність телемаркетингу, в період з 2008 по 2013 р. збільшилась на 14 аутсорсингових контактних центрів.

Ринок аутсорсингових контактних центрів (АКЦ) України в 2013 р. досяг обсягу 70,5 млн. доларів. При цьому порівняно з приростом в минулі роки в 2013 р. ринок характеризувався незначним збільшенням. Про це свідчать результати дослідження ринку аутсорсингових контактних центрів (АКЦ) України, проведеного Українською асоціацією директ-маркетингу (УАДМ) спільно зі Всеукраїнською асоціацією контактних центрів (ВАКЦ). Раніше спостерігалася тенденція переходу більшості аутсорсингових контактних центрів (АКЦ) до мультисервісного напрямку роботи. Сьогодні набуває розвитку та популярності напрям телемаркетингу. У середовищі мультисервісних АКЦ збільшується відсоток вихідних проєктів і стає очевидним істотне збільшення цього сектора. Найближчими роками експерти прогнозують збільшення кількості АКЦ, що спеціалізуються на чистому телемаркетингу [14].

Поступове збільшення сегменту телефонних продажів в Україні вказує на їх перспективний напрям розвитку:

- call-центри можуть стати додатковим інструментом розвитку електронної комерції в Україні;
- використання «гарячої лінії» сприятиме підвищенню конкурентоспроможності компанії, враховуючи зауваження та побажання споживачів;

- зручність використання телефонного зв'язку та можливість економії матеріальних ресурсів створює умови для подальшого розвитку телефонних продажів;
- розробка ефективної методики впровадження телемаркетингу посилить конкурентоспроможність компанії в сучасних умовах ринкових відносин.

Висновки. Телемаркетинг – це перспективний інструмент директ-маркетингу для здійснення комунікації щодо одержання рекламної інформації з використанням телефонних мереж у зручній для споживача час. Швидкий темп розвитку економічного та суспільного життя суспільства впливає на пошук оптимізації часу та економії ресурсів. Продажі по телефону сприяють не лише підтримці довгострокових відносин, але й можливості покращення сервісного обслуговування. Пряма комунікація має значну перевагу у підтримці лояльності споживачів.

Перспективним напрямом дослідження є розробка методики впровадження телемаркетингу на торговельних підприємствах України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чернега О.Б., Бочарова Ю.Г. Моніторинг складових конкурентоспроможності України / О.Б. Чернега, Ю.Г. Бочарова // ДонНУЕТ «Торгівля і ринок»: тематичний збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 33. – С. 192–203.
2. Маловичко С.В. Еволюційні засади розвитку електронної комерції / С.В. Маловичко // Економічний аналіз. 2014 рік. – Тернопіль: ТНЕУ. – 2014. Вип. 2. – Т. 18. – С. 291–297.
3. Bell System. (1982), «Telemarketing: how to thrive in the new economic climate. Changing Times», The Kiplinger Magazine, published monthly by The Kiplinger Washington Editors, Inc. Editors Park, Md. 20782, February, Vol.36. – № 2.
4. Жданова Т.С. Ленивий маркетинг. Принципи пассивных продаж / Т.С. Жданова. – М.: Дашков и К, 2009. – 148 с.
5. Лютий І.О. Банківський маркетинг: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / І.О. Лютий, О.О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с.
7. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: [підручник] / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
8. Савощенко А.С. Инфраструктура товарного рынка: [навч. посіб.] / А.С. Савощенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
9. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
10. Еремін В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации: [учебник] / В.Н. Еремін. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с.
11. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг; 12-е проф. изд.; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2009. – 1072 с.
12. Украинский бизнес ищет рецепты успеха в кризис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mbastrategy.ua/content/view/4659/lang,Rus/>.
13. The Marketing Mix 2013. Measuring marketing trends, spend and effectiveness around the globe [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.dma.org.uk/uploads/IFDMA_Report_F7_54072730d98d4.pdf.
14. Исследование рынка АКЦ Украины 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cca.org.ua/2014/07/issledovanie-rynka-akc-ukrainy-2014/>.

УДК 658.152

Гончаренко М.Л.*доцент кафедры экономики и организации
деятельности субъектов хозяйствования
Украинской инженерно-педагогической академии*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ЕГО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Статья посвящена рассмотрению теоретических основ процесса формирования инвестиционной привлекательности предприятия. Определены место и роль основных финансово-экономических показателей предприятия при его оценке потенциальными внешними инвесторами. Предложено расширение существующей системы оценочных показателей.

Ключевые слова: инвестиции, инвестор, инвестиционный потенциал, инвестиционный процесс, инвестиционная привлекательность.

Гончаренко М.Л. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Статтю присвячено розгляду теоретичних основ процесу формування інвестиційної привабливості підприємства. Визначено місце та роль основних фінансово-економічних показників підприємства при його оцінці потенційними зовнішніми інвесторами. Запропоновано розширення існуючої системи оціночних показників.

Ключові слова: інвестиції, інвестор, інвестиційний потенціал, інвестиційний процес, інвестиційна привабливість.

Goncharenko M.L. INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE BUSINESS ENTERPRISES AS THE BASIS OF ITS STABLE DEVELOPMENT

The article is written in order to consider the theoretical foundations of the formation process of the business enterprise's investment attractiveness. The place and role of key financial and economic indicators of the enterprise were determined at its evaluation by the potential external investors. The extension of the existing system of performance indicators was proposed.

Keywords: investments, investor, investment potential, investment process, investment attractiveness.

Постановка проблемы. В условиях рыночной экономики для достижения прибыльного функционирования и устойчивого дальнейшего развития предприятия должны уделять особое внимание поддержке своего инвестиционного потенциала и формированию инвестиционной привлекательности для внешних инвесторов. Инвестиционная привлекательность оценивается целым рядом показателей, которые при позитивных значениях обеспечивают синергетический эффект, положительно сказывающийся на общей эффективности хозяйственной деятельности. Выявление особенностей процесса по поддержке такого состояния у предприятий и обусловило актуальность данной темы.

Анализ последних исследований и публикаций. В современных условиях многие вопросы теории и методологии инвестиционных процессов рассматривались рядом известных украинских и российских экономистов, таких как И. Бланк [1], И. Боярко [2], В. Гринева [3], Т. Майорова [4], Т. Колмыкова [5], М. Чиненов [6] и др. В их трудах сформированы основные подходы к определению и оценке инвестиционной привлекательности субъектов разных уровней и сфер деятельности. Разработка методологии проведения фундаментальной оценки, конкретизация методов и моделей данного процесса содержится в работе А. Епифанова, Н. Дехтяр, Т. Мельник, И. Школьник [7]. Значительное количество публикаций посвящено проблемам формирования и управления инвестиционной привлекательностью отдельных предприятий, среди которых научные статьи Ю. Чайран и А. Лукьяновой [8], Т. Безруковой, И. Шанина, Я. Зиборовой [9], О. Носовой [10], А. Кирова [11].

Однако существует ряд недостаточно исследованных вопросов, которые не позволяют создать универсальную рецептуру процесса формирования и долговременной поддержки инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта.

Цель статьи заключается в формулировании теоретических основ процесса формирования инвести-

ционной привлекательности предприятия и выделении практических аспектов поддержания данного состояния субъекта в долговременной перспективе.

Изложение основного материала исследования. Инвестиции занимают одно из ключевых мест в функционировании предприятий, предопределяя общий рост его экономической активности и дальнейшего устойчивого развития. В результате инвестирования возможно увеличение объемов производства, доходности и прибыльности функционирования субъекта, а также повышение его конкурентоспособности. При этом полученный инвестиционный доход способен накапливаться, использоваться на дальнейшее обеспечение воспроизводственных процессов и расширение хозяйственной активности с возможностью непрерывного повторения данного цикла.

Принимая решение о вложении средств, инвестор оценивает целый ряд базовых и специфических параметров, определяющих привлекательность конкретного субъекта для финансовых и реальных капиталовложений. Успешность такого решения зависит от базового соответствия субъекта основным определениям инвестиционной привлекательности.

По мнению И. Боярко, инвестиционная привлекательность – это справедливая количественная и качественная интегральная характеристика внутренних и внешних возможностей объекта потенциального инвестирования привлечь и использовать инвестиционные ресурсы для своего развития и обеспечивать максимизацию экономического эффекта субъектам инвестирования при минимальном инвестиционном риске [2]. Это подтверждают и другие авторы, предлагающие рассматривать инвестиционную привлекательность как модель количественных и качественных показателей – оценок внешней среды (политической, экономической, социальной, правовой) и внутренней – оценка экономического, финансового, технического, кадрового потенциала объекта [7, с. 178].

Теория формирования инвестиционной привлекательности предполагает рассмотрение целой взаимосвязи показателей на разных структурных уровнях экономики, что показано на рис. 1. В первую очередь это макро-уровень и инвестиционный климат, сложившийся в стране. Он формируется под воздействием объективных (климатических, ресурсных, географических и др.), а также субъективных (человеческая деятельность) факторов. Создавая среду, в которой протекают инвестиционные процессы, инвестиционный климат влияет, в свою очередь, на инвестиционную привлекательность регионов и предприятий стимулирующим или дестимулирующим образом.

Инвестиционная привлекательность региона формирует объективные предпосылки для инвестирования и количественно выражается в объеме капитальных вложений, которые могут быть привлечены в регион исходя из присущих ему инвестиционного потенциала и уровня некоммерческих инвестиционных рисков [6, с. 30]. Для регионов также большое значение имеет региональная специализация, производственная, транспортная и социальная инфраструктура, состояние рынков. Отраслевую же привлекательность формируют различные объективные признаки, свойства и возможности, обеспечивающие платежеспособный спрос на капиталобразующие инвестиции. Также в современной нестабильной среде оценка региона может быть дополнена степенью безопасности инвестиционной деятельности (уровень экономических преступлений в расчете на 100 тыс. жителей региона; удельный вес незавершенных объектов строительства в общем количестве начатых строек за последние три года; удельный вес предприятий с вредными выбросами в общем количестве предприятий региона и др.) [1, с. 238–239].

Единой методики оценки инвестиционной привлекательности на указанных уровнях фактически не существует. Большое значение имеют международные рейтинги ведущих зарубежных изданий и крупных консалтинговых компаний, которые регулярно отслеживают информацию о состоянии национальных и региональных инвестиционных комплексов,

проводя на этой основе рейтинговое ранжирование стран и регионов. Известные агентства Moody's, Standart & Poor's, Fitch сами формируют уровень рейтинговой оценки и являются независимыми государственными организациями [8, с. 190; 10, с. 123]. Методика составления рейтинга доступна для общественности, а мнение этих агентств считается достоверным и надежным. В итоге инвестиционная привлекательность определяется на базе полного учета всех показателей политико-правовой, финансово-экономической и социальной среды для инвестиций. Определяющим же показателем для инвесторов служит анализ возможного соотношения «риск – доходность» вложений и перспективы желательной динамики данного соотношения.

Для оценки процесса формирования инвестиционной привлекательности большое значение имеет выбор методики ее оценки и спектр оценочных показателей. Инвестиционная привлекательность предприятия определяется его инвестиционным потенциалом. Это в первую очередь совокупность имеющихся у него собственных ресурсов (денежные средства, материальные ценности, управленческий опыт, инновационная научно-техническая информация), а также дальнейших возможностей генерировать положительные денежные потоки с целью воспроизводства инвестиционных процессов.

Многие современные авторы [2–4; 11] предлагают оценивать инвестиционную привлекательность на базе финансового состояния, оперируя как абсолютными, так и относительными показателями, группировка которых представлена в таблице 1. Именно они позволяют сравнивать между собой разные предприятия по степени привлекательности для внешних инвесторов.

Как видно из таблицы 1, показатели имущественного состояния позволяют дать характеристику качественных изменений в использовании имущества, что может быть дополнено изучением структуры имущества предприятия и источников его формирования, полученного с помощью вертикального и горизонтального анализа отчетности. На практике это выражается в составлении аналитических таблиц



Рис. 1. Основные структурные элементы инвестиционной привлекательности субъектов хозяйства

Авторская разработка

Таблица 1

Группы финансовых показателей, определяющих инвестиционную привлекательность предприятия

№ группы	Наименование группы показателей	Основные оценочные показатели
1	Показатели имущественного состояния	Коэффициенты износа, обновления и выбытия основных средств
2	Показатели ликвидности	Абсолютный показатель: величина чистого оборотного капитала. Относительные: коэффициенты покрытия, быстрой и абсолютной ликвидности
3	Показатели деловой активности	Абсолютные: операционная прибыль, длительность финансового и операционного цикла, средний период погашения дебиторской и кредиторской задолженности. Относительные: коэффициенты оборачиваемости активов, основных средств, оборотного капитала, материальных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности
4	Показатели финансовой устойчивости	Коэффициенты финансовой автономии, финансирования, обеспечения собственными оборотными средствами, маневренности собственного капитала
5	Показатели рентабельности	Коэффициенты рентабельности активов, собственного капитала, продукции, продаж, общей деятельности

горизонтального и вертикального анализа баланса предприятия, что предоставляет не только информацию о структуре имущества, а и о динамике его конкретных составляющих. Помимо этого, могут быть сделаны выводы: предприятие, которое получает большую прибыль, но является более «слабым» с точки зрения структуры баланса, может быть прямо сопоставимо с менее прибыльным предприятием, баланс которого более оптимален и уравновешен по своей структуре.

Оценка ликвидности активов позволяет определить способность того или иного предприятия платить по своим краткосрочным обязательствам, предупредить возможность банкротства за счет быстрой реализации отдельных видов активов. Другими словами, состояние активов характеризует уровень имеющихся инвестиционных рисков (обусловленных состоянием внутренней среды) в пределах краткосрочного периода. Показатели деловой активности служат для потенциальных инвесторов одним из основных индикаторов, свидетельствующим о том, насколько быстро вложенные средства успевают оборачиваться в процессе деятельности конкретного предприятия.

Показатели финансовой устойчивости позволяют оценить инвестиционный риск, связанный со структурным формированием инвестиционных ресурсов, а также выявить оптимальность финансирования текущей хозяйственной деятельности. По мнению некоторых авторов [3; 9], для повышения доверия инвестора к предприятию и объективной оценки его инвестиционной привлекательности необходимы обобщающие показатели бухгалтерской и финансовой отчетности. Именно таким показателем может служить характер движения денежных потоков от всех видов деятельности, который изучается и анализируется инвесторами.

Данные группы показателей служат для расчета интегрального комплексного показателя, который рассчитывается как сумма взвешенных репрезентативных коэффициентов, характеризующих различные аспекты эффективности деятельности и устойчивости финансового состояния предприятия. Однако все составляющие данного показателя характеризуют лишь текущее финансовое состояние субъекта и не дают прямого ответа на вопрос о степени его стратегической финансовой устойчивости, а также о величине будущих денежных доходов и изменении рыночной стоимости.

Критерием при выборе объекта инвестирования, во многих случаях служит уровень прибыльности используемых активов, рассчитываемый в двух

вариантах: валовая прибыль от реализации продукции (товаров или услуг) или операционная прибыль, отнесенная к общей сумме используемых активов.

Источниками прибыли, как известно, могут быть как результаты производственной, так и реализации продукции, так и финансовой деятельности предприятия. Основными из них при инвестиционной оценке являются: особенности объекта инвестирования; норма прибыли на вложенный капитал; продолжительность инвестиционного периода; уровень и характер проявления инвестиционных рисков; темп инфляции.

Представляется возможным конкретизировать методику оценки финансовой устойчивости предприятия путем акцентирования внимания на некоторых показателях, взятых в динамике, а именно: 1) рост выручки предприятия и сопоставление темпов ее роста с темпами роста валовой, операционной и чистой прибыли предприятия; 2) величина собственных средств и сопоставление ее с величиной и динамикой заемных средств предприятия (исследование также соотношения этих показателей по периодам); 3) рентабельность капитала и рентабельность продаж предприятия.

Кроме этого, анализ может быть дополнен расчетом показателя экономической добавленной стоимости EVA (economic value added). Он характеризует эффективность использования капитала предприятия и представляет собой реальный экономический доход, рассчитанный исходя из разности между реально полученной и заранее запланированной собственником прибылью. Расчет производится на основе данных баланса, отчета о финансовых результатах и требует учета альтернативных издержек использования капитала. Актуальность использования EVA обосновывается тем, что экономическая добавленная стоимость является одним из наиболее известных в финансовой практике показателей, базирующимся на анализе и управлении стоимостью предприятия. В расчете EVA участвуют показатели NOPAT – разность между прибылью от основной деятельности и величиной налога на прибыль; WACC – средневзвешенная цена капитала; CE – инвестированный в предприятие капитал. Тогда:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot CE.$$

При этом особого внимания заслуживает показатель WACC, характеризующий относительный уровень расходов потенциального инвестора и отражающий сложившийся на предприятии минимум возврата на вложенный в его деятельность капитал. Тогда инвестор может принимать любые инвестиционные решения в отношении данного предприятия,

уровень рентабельности которых окажется не ниже WACC [5, с. 116].

Если значение EVA равно 0, то инвестирование средств в данное предприятие нецелесообразно. Если $EVA > 0$, то наблюдается прирост рыночной стоимости предприятия над стоимостью чистых активов, и это означает выгодность инвестиционных вложений. $EVA < 0$ отражает снижение рыночной стоимости и позволяет сделать вывод о необходимости более тщательного планирования экономической деятельности предприятия.

В целом расчетный показатель EVA позволяет по-иному взглянуть на инвестиционную привлекательность предприятия и увидеть, происходит ли прирост рыночной стоимости субъекта в целях соблюдения интересов собственников инвестиционных ресурсов. Фактически это прогнозируемая (ожидаемая) экономическая добавленная стоимость, генерируемая внесенным капиталом. Инвесторы не могут считать инвестиционные процессы позитивными, если доходность их капитала, генерированная с помощью данного объекта инвестиций, не достигла установленной ими барьерной ставки доходности. Следовательно, положительная динамика данного показателя может свидетельствовать об увеличении стоимости предприятия в будущем и повышении его инвестиционной привлекательности для внешних инвесторов.

Выводы. Инвестиционная привлекательность предприятия – это прежде всего его возможность вызвать коммерческий интерес у потенциальных инвесторов. Наличие такой возможности предоставляет самому предприятию в результате реализации инвестиций повысить свои количественные и качественные показатели и обеспечить процесс расширенного воспроизводства в совокупности с увеличением объемов производимой продукции, улучшением ее качества, расширением занимаемой доли рынка в сочетании с увеличением прибыльности.

Инвестиционная привлекательность формируется под воздействием целой совокупности внешних и внутренних факторов. Эта совокупность складывается из политических, правовых, экономических и социальных условий, обеспечивающих привлекательность вложений в ту или иную страну, регион, отрасль, конкретное предприятие. При этом инвестиционная привлекательность предприятия определяется его инвестиционным потенциалом, то есть возможностями генерировать нарастающие положительные денежные потоки в будущем с целью обеспечения процесса устойчивого развития. Эти возможности определяются прежде всего финансовой

устойчивостью предприятия. Существует ряд оценочных показателей для характеристики финансовой устойчивости субъекта, которые могут быть собраны в интегрированный комплексный оценочный показатель с разработанной шкалой оценки расчетных результатов. Однако однозначной методики использования групп оценочных показателей, их предельных значений и шкал оценки практически не выработано. В целом для потенциальных инвесторов важна возможность субъекта генерировать доход с определенной процентной отдачей на вложенный капитал и с минимальным уровнем сопутствующего систематического риска. При этом стандартные расчетные показатели могут дополняться теми расчетными величинами, которые дают большую информативность для инвесторов. Таким показателем может служить экономическая добавленная стоимость, которая позволит сделать предварительные выводы о возможных будущих доходах в финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент : [учебный курс] / И.А. Бланк. – К : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 552 с.
2. Боярко І.М. Інвестиційний аналіз : [навч. посіб.] / І.М. Боярко, Л.Л. Гриценко. – К : Центр учбової літератури, 2011. – 400 с.
3. Інвестування : [навч. посіб.] / В.М. Гриньова, В.О. Коюда, Т.І. Лепейко, О.П. Коюда. – Х : Інжек, 2005. – 664 с.
4. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Т.В. Майорова. – К : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
5. Колмыкова Т.С. Инвестиционный анализ : [учеб. пособ.] / Т.С. Колмыкова. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 204 с.
6. Чиненов М.В. Инвестиции : [учеб. пособ.] / М.В. Чиненов [и др.] ; под ред. М.В. Чиненова. – М. : КНОРУС, 2007. – 248 с.
7. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання : [монографія] / А.О. Єпіфанов, Н.А. Дехтяр, Т.М. Мельник, І.О. Школьник [та ін.] ; за ред. д. е. н. А.О. Єпіфанова. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – 286 с.
8. Чайран Ю.А. Формирование инвестиционной привлекательности предприятий / Ю.А. Чайран, А.А. Лукьянова // Вестник Сибирского гос. аэрокосмического ун-та им. М.Ф. Решетникова. – 2010. – № 3. – С. 187–191.
9. Безрукова Т.Л. Факторы оценки инвестиционной привлекательности / Т.Л. Безрукова, И.И. Шанин, Я.С. Зиборова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3. – С. 415–418.
10. Носова О.В. Інвестиційна привабливість підприємства / О.В. Носова // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1(2). – С. 120–126.
11. Киров А.В. Финансовая устойчивость как фактор инвестиционной привлекательности предприятий / А.В. Киров // Транспортное дело в России. – 2011. – № 6. – С. 35–37.

УДК 005.21:005.936.3-043.86:339.922

Горобчук І.С.

аспірант кафедри стратегії підприємств
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

ТИПОЛОГІЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ЯК НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглянуто організаційні форми інтеграційних стратегій компаній, які можуть значно відрізнятися за ступенем інтеграції їх учасників. Запропоновано авторський підхід до комплексної класифікації інтеграційних стратегій. Дана тема є важливою, так як визначення типології є передумовою для виділення методів управління такими структурами.

Ключові слова: інтеграційна стратегія, форми інтеграційних стратегій, інтеграція, вертикальна інтеграційна стратегія, горизонтальна інтеграційна стратегія.

Горобчук И.С. ТИПОЛОГИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ КАК НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В ГЛОБАЛЬНОЙ СРЕДЕ

В статье рассмотрены организационные формы интеграционных стратегий компаний, которые могут значительно отличаться по степени интеграции их участников. Предложен авторский подход к комплексной классификации интеграционных стратегий. Данная тема является важной, так как определение типологии является предпосылкой для выделения методов управления такими структурами.

Ключевые слова: интеграционная стратегия, формы интеграционных стратегий, интеграция, вертикальная интеграционная стратегия, горизонтальная интеграционная стратегия.

Gorobchuk I.S. TYPOLOGY OF INTEGRATION STRATEGIES AS TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE IN A GLOBAL ENVIRONMENT

The article deals with the organizational forms of integration strategies of companies that can vary considerably in the degree of integration of the participants. In the article presented the author's position on the complex classification of integration strategies. This topic is important, since the definition of typology is an important aspect to highlight management practices such structures.

Keywords: integration strategy, forms of integration strategies, integration, vertical integration strategy, horizontal integration strategy.

Постановка проблеми. Вивчення та аналіз наукових робіт, присвячених формуванню інтеграційної стратегії виробничих підприємств, дозволяють зробити висновок, що ще не сформувалося єдиного бачення типології інтеграційних стратегій в умовах вітчизняної економіки. Досить багато теоретичних положень взято з практики США і Західної Європи, де дослідженням з даної теми присвячена велика кількість робіт. При цьому часто не враховується вітчизняний досвід і економічна ситуація, яка склалася в країні.

Під інтеграційною стратегією прийнято розуміти сукупність рішень, які визначають інтеграційні функціонально-управлінські види взаємодій підприємств з іншими підприємствами.

Дане поняття не нове, і фактично почали його використовувати в останній третині XIX ст., коли намітилася тенденція до концентрації виробництва і капіталу на базі злиття окремих підприємств і становлення корпоративних форм інтеграції. Це було обумовлено як зрушенням сфери застосування вільних капіталів і загостренням конкуренції, так і потребою в укрупненні виробничих форм, для того щоб більш ефективно застосовувати нову техніку, технології, джерела енергії.

Типологія інтеграційних структур відображає методи управління глобальним підприємницьким ризиком, моделі роботи підприємств, корпоративну культуру та формування управлінських команд. У зв'язку з цим виникає питання про типологію інтеграційних стратегій в умовах глобального середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань інтеграції та оцінки функціонування нових форм управління підприємствами приділяється значна увага як зарубіжними вченими, так і українськими науковцями, про що свідчать

роботи І. Ансоффа, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда, М. Бредлі, Є.В. Ленського, О.В. Ареф'євої, В.Г. Герасимчука, В.В. Гончарової, Ю.В. Іванова, М.О. Кизима, О.І. Пушкаря, О.М. Тридіда, В.М. Горбатова, А.А. Пилипенка, Г.Б. Клейнера.

Мета статті полягає у визначенні основних форм інтеграції бізнесу в підприємницькі об'єднання та їх особливостей; виділенні сукупності інтегральних взаємодій, що обумовлюють консолідацію бізнес-структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як показують результати досліджень Г. Баккер і Д. Хелмікіна, які були проведені в 70-х роках минулого століття, можна виділити три варіанти взаємодії, на основі яких будуватиметься інтеграційна стратегія: повна, часткова і мінімальна [1, с. 235].

При повній інтеграції мається на увазі об'єднання елементів виробничого підприємства і його підрозділів, що беруть участь в інтеграційному процесі: бізнес-стратегія, продуктовий асортимент, ринковий портфель, навіть закінчуючи операційною моделлю. Результатом такого інтеграційного процесу буде формування нових підприємств із єдиною бізнес-стратегією, операційною та фінансовою моделлю, об'єднаними портфелями ринків і продуктів. Такий вид інтеграції супроводжується перевагами економії на масштабах і зниження витрат.

Бізнес-стратегія, персонал, бізнес-процеси, дочірні компанії – всі ці елементи повинні бути залученими при формуванні інтеграційної стратегії, результатом реалізації якої стане нове підприємство.

При частковій інтеграції відбувається часткове об'єднання окремих видів або напрямів діяльності.

Серед чинників, що призводять до прийняття такого варіанту взаємодії, виділимо збалансованість витрат і прибутку, оскільки часткова інтеграція вимагає менших витрат. Ще однією причиною

вибору часткової інтеграції для виробничого підприємства є різне географічне розташування. Це стає перевагою, коли виникає необхідність виключити з відносин співробітництва окремі напрями діяльності, якщо наслідки об'єднання виявилися неефективними [2, с. 125].

Слід враховувати те, що при частковій інтеграції підприємства можуть функціонувати з різними бізнес-стратегіями, одна з яких буде домінуючою. Портфель продуктів також можуть різнитися, але не виключено, що деякі продукти можуть бути спільними.

При мінімальній інтеграції два різні виробничих підприємства або їх підрозділи продовжують існувати як незалежні, об'єднавши тільки фінансові структури і деякі корпоративні процедури. Такий вид взаємодії застосовують у цілях фінансової консолідації. Нові стратегії розвитку бізнесу зазвичай стосуються придбань на ринках, не пов'язаних з уже освоєними, коли доцільно залишити для організаційної одиниці свободу для розвитку. Найчастіше у випадках мінімальної інтеграції формується єдина домінуюча загальнокорпоративна стратегія, а стратегія бізнес-одиниць різна, як і цільові ринки та продуктовий портфель. Такий вид співпраці зустрічається на ринках, які нещодавно виникли або є швидко зростаючими, де головний акцент робиться на збереженні ринкової частки або обсягів реалізації.

Варто відзначити, що інтеграційну стратегію розглядають як процес, який посилює бізнес-позиції виробничих підприємств за рахунок підвищення контролю над конкурентами або над етапами ціноутворення.

Основним чинником не тільки появи, але й розвитку підприємств є економія транзакційних витрат. Такий розвиток може відбуватися за рахунок наступних видів інтеграційних стратегій: вертикальна, горизонтальна, діагональна і комбінована інтеграційні стратегії.

Стратегія вертикальної інтеграції характеризується в літературі як розвиток стійких зв'язків між виробничими підприємствами по вертикалі при скороченні чисельності горизонтальних відгалужень. Вертикальна інтеграція передбачає концентрацію на одному підприємстві комплексу послідовних стадій виробництва від видобутку сировини до реалізації продукції. Вона включає більше однієї стадії виробництва кінцевої продукції на відміну від не інтегрованого підприємства, яке купує сировину і матеріали для виробництва.

Незважаючи на незаперечні переваги формування саме вертикальної інтеграційної стратегії, є деякі фактори, які можуть зменшувати її ефективність. Так, дана стратегія ускладнює своєчасне позбавлення від малорентабельних видів діяльності в портфелі товарів, які виробляються, встановлює важливу взаємозалежність між функціональними підрозділами. Також вона пов'язана з великими внутрішніми витратами на підтримку необхідного виробничого і кадрового потенціалу по всій вертикалі ланцюга, управління взаємодією між підприємствами, які інтегруються, передачу інформації вгору і вниз по ієрархії, на дублювання функцій в окремих виробничих структурах, а також на контроль і координацію діяльності [3, с. 114].

Горизонтальна інтеграційна стратегія дозволяє мінімізувати упущену вигоду, а іноді є фактом, який вказує на монополізацію її учасників. Горизонтальна інтеграція полягає в об'єднанні підприємств-конкурентів, які випускають однакові види продукції.

Зміни в організації діяльності виробничих підприємств в результаті формування горизонтальної інтеграційної стратегії призводять до перебудови відносин власності, трансформують індивідуальні цілі підприємств в стратегію взаємного співробітництва, перетворюють керування персоналом або видами діяльності в управління процесом. Така стратегія обумовлює скорочення управлінських ланок, впливає на прискорення процесу отримання інформації та прийняття рішень, а також дозволяє направити, таким чином, ресурси на інтереси клієнта, швидко реагувати на потреби споживачів, які швидко змінюються.

Можна визначити принципові відмінності мотивів формування вертикальної і горизонтальної інтеграційних стратегій під впливом факторів зовнішнього середовища. Залежно від форм інтеграції делегуються можливості бізнес-груп, тобто можливості «приспосуватися» до некерованих факторів. Однак можна відзначити, що на деякі з них впливають мотиви інтеграції. Наприклад, такі як монополізація ринків, ціннові ризики, ступінь важливості галузі для держави активно впливають на інтеграційний процес, підсилюючи ринкову владу і виявляючи конкурентні переваги.

Диверсифікацію ризику і можливість прихованого впливу на партнерів забезпечує діагональна інтеграційна стратегія. Це тип інтеграційної стратегії, для якого властиво об'єднання виробничих підприємств, які знаходяться на різних рівнях виробничого циклу і проводять аналогічні види продукції.

Компроміс між вимогами мінімізувати упущену вигоду і мінімізувати витрати, у тому числі транзакційні, забезпечує комбінована або змішана інтеграційна стратегія [4, с. 127].

Будь-яке об'єднання підприємств виступає як структурно-ієрархічна система. Така система функціонує на основі інтеграційних стратегій, які функціонують як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі виробничого підприємства.

Внутрішня інтеграційна стратегія є ключовим елементом схеми вирішення економічних, фінансових проблем і забезпечують цілі, досягнення яких дозволяє сформувати систему корпоративного менеджменту, який забезпечує цілісність підприємства – ситуацію, в якій кожна структурна одиниця повинна діяти строго в рамках загальнокорпоративних інтересів.

Зовнішня інтеграційна стратегія забезпечує ефективну взаємодію корпорації з іншими підприємствами незалежно від області їх діяльності.

Згідно з Господарським кодексом, визначають чотири види господарських об'єднань підприємств: асоціація, концерн, корпорація, консорціум [4, с. 130].

Асоціація – це договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. Асоціація не має права втручатися в господарську діяльність підприємств – учасників асоціації.

Концерн – статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовніш-

Таблиця 1

Класифікація інтеграційних стратегій підприємств

Класифікаційна характеристика	Види інтеграційних стратегій	Характеристика інтеграційної стратегії
1. Сфера використання	1.1. Внутрішні інтеграційні стратегії	Стратегії визначають характер взаємодії: у внутрішньому або зовнішньому середовищі підприємства
	1.2. Зовнішні інтеграційні стратегії	
2. Глибина інтеграції	2.1. Повна інтеграція	Стратегії визначають ступінь взаємозв'язку і взаємодії: від мінімальної (аутсорсингу) до повної (злиття і поглинання)
	2.2. Часткова інтеграція	
	2.3. Мінімальна інтеграція	
3. Тип інтеграції	3.1. Вертикальна інтеграція	Стратегії характеризують об'єднання елементів в корпоративній структурі
	3.2. Горизонтальна інтеграція	
	3.3. Діагональна інтеграція	
	3.4. Комбінована інтеграція	
4. Цілі формування інтеграційних стратегій	4.1. Техніко-технологічні	Стратегії відображають передумови об'єднання підприємств і використовуваних форм взаємодії: у сфері виробництва, фінансів, маркетингу та менеджменту
	4.2. Фінансово-економічні	
	4.3. Організаційно-управлінські	
	4.4. Продуктові	
5. Суб'єкти інтеграції	5.1. Бізнес-партнери	Стратегії формують взаємодію між суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища компанії, визначаючи конкретні форми співробітництва: бенчмаркінг, клієнтоорієнтованість, внутрішній маркетинг, державно-приватне партнерство, зв'язки з громадськістю
	5.2. Зовнішні клієнти	
	5.3. Внутрішні клієнти	
	5.4. Державні організації	
	5.5. Громадські організації	
6. Види господарських об'єднань	6.1. Асоціація	Стратегії формують певний тип об'єднань, який регулюється законодавством
	6.2. Концерн	
	6.3. Корпорація	
	6.4. Консорціум	

ньоєкономічної та іншої діяльності. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Концерни можуть бути галузевими та міжгалузевими.

Більшість світових концернів є транснаціональними. Варто відзначити, що глобалізація операцій дає концернам ряд незаперечних переваг, таких як:

- підвищення ефективності виробництва за рахунок реалізації ефекту масштабу;
- підвищення мобільності активів, консолідація інноваційних та інвестиційних ресурсів різних регіонів;
- доступ до матеріальних, виробничих, трудових ресурсів інших країн;
- близькість до споживачів продукції по всьому світу, тобто економія на транспортних витратах і можливість дослідження ринків збуту в безпосередній близькості;
- можливість використання в своїх інтересах особливостей державної (особливо податкової) політики в різних країнах, різниця в курсах національних валют.

Ще однією формою об'єднання підприємств є корпорація – окреме об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, промислових підприємств, які об'єдналися з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети

його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Крім зазначених у Господарському кодексі видів об'єднань підприємств, можна виділити і ті, які досить часто зустрічаються в міжнародному обороті: фінансово-промислові групи, холдинги.

У таблиці 1 представлена авторська класифікація інтеграційних стратегій підприємств.

Висновки. Проведене дослідження форм інтеграції бізнесу в підприємницькі об'єднання дозволяє виділити сукупність інтегральних взаємодій, що обумовлюють консолідацію бізнес-структур.

Формування інтеграційної стратегії підприємства, як і загальної стратегії підприємства, залежить від конкретної ситуації, в якій підприємство знаходиться. Виділена класифікація інтеграційних стратегій дозволяє визначитися основні методи управління такими структурами і запобігти ризикам їх функціонування. Можна прийти до висновку, що чим більше існує підприємств, які прагнуть до інтеграції, тим більша ймовірність виділення нових типів інтеграційних стратегій. Тому дослідження даного напрямку є перспективним і заслуговує уваги.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Управление развитием интегрированных экономических систем на базе инструментария стратегического зонирования : [монография] / А.И. Афоничкин, Л.И. Журова, Н.В. Ягодин. – Тольятти : Изд-во Волжского ун-та, 2006. – 330 с.
2. Развитие инвестиционного потенциала интегрированных экономических систем в современных условиях : [монография] / А.И. Афоничкин, И.О. Сорокина, Н.М. Игнатьев. – Тольятти : Изд-во Волжского ун-та, 2006. – 260 с.
3. Бутыркин А.Я. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности : [монография] / А.Я. Бутыркин. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 200 с.
4. Клейнер Б.Г. Эволюция институциональных систем / Б.Г. Клейнер. – М. : Наука, 2004. – 240 с.

УДК 338.49

Мазур Н.А.*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку і аудиту
Подільського державного аграрно-технічного університету***Дуда Г.Б.***аспірант
Подільського державного аграрно-технічного університету***СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНО-ВИРОБНИЧОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ**

У статті розглянуто сутність, особливості та тенденції розвитку соціальної та виробничої інфраструктури села. Проаналізовано сучасний стан та вивчено проблеми розвитку соціальної та виробничої інфраструктури Івано-Франківської області. Знайдено ряд недоліків, визначено принципи поліпшення стану соціально-виробничої інфраструктури села.

Ключові слова: соціальна сфера, виробнича інфраструктура, соціальна інфраструктура, сільські території.

Mazur N.A., Duda G.B. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

В статье рассмотрены сущность, особенности и тенденции развития социальной и производственной инфраструктуры села. Проанализировано современное состояние и изучены проблемы развития социальной и производственной инфраструктуры Ивано-Франковской области. Найден ряд недостатков, определены принципы улучшения состояния социально-производственной инфраструктуры села.

Ключевые слова: социальная сфера, производственная инфраструктура, социальная инфраструктура, сельские территории.

Mazur N.A., Duda G.B. MODERN CONDITIONS OF SOCIAL-PRODUCTIVE INFRASTRUCTURE OF RURAL LOCALITY

In the article considers the essence, peculiarities and trends of development of social and production infrastructure of the village. Analyzed the current state and studied the problems of development of social and production infrastructure of Ivano-Frankivsk region. Found a number of deficiencies, principles of improvement of social and industrial infrastructure in rural areas.

Keywords: social services, productive infrastructure, social infrastructure, rural areas.

Постановка проблеми. Умовою розвитку сільського господарства є функціонування господарських систем, які задовольняють потреби населення та одночасно виступають елементом інфраструктури ринку. До найважливіших функціональних підсистем належать виробнича та соціальна сфери. Саме їм відведена роль задоволення загальнолюдських потреб, які пов'язані з життєдіяльністю, забезпеченням належних умов праці, відпочинку, культурно-освітнього рівня та рівня життя. На даний час розвиток інфраструктури не задовольняє зростаючі проблеми сільськогосподарського виробництва.

Дисбаланс попиту і пропозиції робочої сили на ринку праці, низький рівень оплати праці, занепад соціальної інфраструктури в сільській місцевості, неефективна державна допомога призвели до проблеми формування трудового потенціалу, його збереження та ефективного використання, особливо в сільській місцевості. В ринкових умовах ця проблема стає ще актуальнішою, адже необхідно швидкими темпами підвищувати ефективність сільськогосподарського виробництва, що неможливо без наявності необхідної кількості висококваліфікованого трудового потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі питанням розвитку соціальної та виробничої сфери села приділена значна увага. Зокрема, ця проблема знайшла своє відображення у працях О.Г. Булавки, І.Ф. Гнибіденка, Е.М. Лібанової, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, В.К. Терещенка, В.В. Юрчишина, К.І. Якуби та ін.

Мета статті полягає у дослідженні тенденцій розвитку соціальної та виробничої інфраструктури села в сучасних умовах, обґрунтуванні причин її занепаду та окресленні шляхів розв'язання назрілих проблем життєдіяльності сільських територій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відродження українського села, виведення його з кри-

зового стану не можна тлумачити як повернення до певного, раніше досягнутого, рівня соціального забезпечення. Цей процес необхідно розглядати з позиції ефективного аграрного виробництва на інноваційній основі, спрямованого на повне задоволення потреб населення у високоякісних продуктах харчування, забезпечення продовольчої безпеки країни. Результативність діяльності аграрного сектору економіки значно впливає на розвиток ряду інших галузей народногосподарського комплексу, на рівень харчового забезпечення населення країни, є матеріально-ресурсною базою для поліпшення умов соціального розвитку сільських поселень, підвищення матеріального й культурно-побутового рівня селян [6, с. 57].

За сучасних умов винятково важливе значення набуває проблема соціального відродження села, спрямована на докорінне поліпшення виробничих і культурно-побутових умов життєдіяльності працівників аграрної сфери. Адже українське село – це не тільки традиційне виробництво високоякісних продуктів харчування, це спосіб життя сільських жителів, які становлять третину населення країни, з своїми звичаями, традиціями та домашнім побутом. Саме українське селянство було споконвічно незмінним творцем продовольчого достатку для свого народу, носієм моралі, національної культури та звичаїв.

Станом на 1 січня 2015 р. в Івано-Франківській області нараховувалось 789 сільських населених пунктів, в яких проживало 780,0 тис. осіб, або 56,4% всього населення області. Якщо проаналізувати відсоток сільського населення по районах у 2014 р., то найнижчий (62,7%) – у Надвірнянському районі, а найвищий – в Калуському районі, де 95,4% населення проживає в сільській місцевості. В абсолютній більшості районів частка сільського населення коливається в межах 70–80%.

Соціально-економічний розвиток як області, так і країни в цілому, їх інтеграції у світове співтовариство значною мірою залежить від розвитку транспортної інфраструктури та зв'язку.

Станом на 01.01.2015 р. експлуатаційна довжина залізничних колій у Івано-Франківській області склала 493,6 км, довжина автомобільних доріг – 4110,5 км. По області спостерігається тенденція до зменшення довжини залізничних колій та довжини автомобільних доріг з року в рік і збільшення експлуатаційної довжини тролейбусних ліній (табл. 1).

Для сільської місцевості Івано-Франківської області залишається вкрай низькою якість транспортних послуг. Проблемою є обезлюдненні села, куди навідується громадський транспорт лише кілька разів на тиждень. Розвиток транспортно-дорожнього комплексу сільської місцевості Івано-Франківської області має здійснюватися на основі: оновлення рухомого складу та об'єктів транспортної інфраструктури; підвищення якості транспортних послуг та рівня транспортного забезпечення населених пунктів області; розширення та вдосконалення транспортних маршрутів області.

Велике значення, особливо для сільської місцевості, поселення якої територіально розпорошені, має зв'язок. Протягом останнього десятиліття ринок зв'язку Івано-Франківської області динамічно змінюється. Сучасні види зв'язку поступово витісняють традиційні. Починаючи з 2011 р. спостерігається тенденція до зменшення кількості телефонних апаратів стаціонарної мережі зв'язку загального користування. Натомість збільшується число абонентів мобільного зв'язку з одночасним використанням абонентами послуг декількох операторів мобільного зв'язку та апаратів з двома sim-картами. Продовжує зростати кількість користувачів в області, які підключилися до всесвітньої мережі Інтернет. На сьогодні у всіх райцентрах встановлені вузли доступу до мережі Інтернет. Незважаючи на позитивні тенденції, доступ для жителів сільської місцевості до новітніх технологій залишається вкрай низьким.

Особливістю соціальної інфраструктури є те, що ступінь розвитку фактично відображає рівень життя населення. Вона із чинниками економічного харак-

теру найбільше впливає на відтворення трудового потенціалу, має велике значення для формування не лише фізичних, інтелектуальних здібностей до праці, а й підвищення рівня освіти, кваліфікації, культури, здоров'я, поліпшення умов праці і побуту, організації відпочинку, розвитку торгівлі та транспорту. Через медичне, культурно-побутове обслуговування, житлово-побутові умови, школу, торгівлю, громадське харчування, підготовку кадрів інфраструктура впливає на раціональне використання трудового потенціалу сільських населених пунктів [2].

Задоволення жителів села різноманітними соціальними проблемами залежить від ступеня забезпеченості сільських населених пунктів об'єктами соціальної інфраструктури, зокрема, об'єктами культурного призначення. На сільських територіях Івано-Франківської області число культурних закладів з кожним роком постійно зменшується (табл. 2).

Аналізуючи таблицю 2, слід зазначити негативну тенденцію до скорочення об'єктів соціальної інфраструктури Івано-Франківської області в 2014 р. відносно 1990 р. Так, кількість дошкільних навчальних закладів за аналізований період скоротилась на 11 од., припинили свою діяльність 68 бібліотек та 55 клубних закладів, а демонстраторів фільмів з 746 залишилося 97 одиниць.

Все це обумовлене в першу чергу зменшенням доходів підприємств, які за рахунок своїх коштів утримували ці заклади, зниженням чисельності сільського населення, а також зростанням рівня комп'ютеризації та інформатизації на сільських територіях. Що стосується спортивних залів, тренажерів і спортивних секцій у селах, то зараз вони зовсім відсутні [1, с. 28].

Сільський житловий фонд в регіоні має незадовільну якість (табл. 3).

Так, питома вага загальної площі будівель у сільській місцевості Івано-Франківської області, обладнаних водопроводом, каналізацією, опаленням, газом і водопостачанням, значно нижча, ніж у міських поселеннях. Рівень обладнання житлового фонду у сільських поселеннях водопроводом і каналізацією складає лише 28,3% і 27,7% від загальної житлової площі проти 69,2% і 69,1% відповідно у міських поселеннях.

Таблиця 1

Довжина шляхів сполучення загального користування Івано-Франківської області за період 1990–2014 рр.

Показник	Роки						Відношення 2014 р. до 1990 р. (+;-)
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	
Експлуатаційна довжина залізничних колій, км	479,0	497,0	494,0	494,0	495,6	493,6	14,6
Довжина автомобільних доріг, км	4432,0	4369,9	4169,4	4160,3	4172,6	4110,5	-321,5
Експлуатаційна довжина тролейбусних ліній, км	24,0	51,8	51,8	57,4	60,3	61,9	37,9

Джерело: сформовано авторами на основі [8, с. 152]

Таблиця 2

Функціонування соціальної інфраструктури в селах Івано-Франківської області за період 1990–2014 рр.

Показник	Роки						Відхилення 2014 р. від 1990 р.	
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	+;-	%
Кількість дошкільних навчальних закладів, од.	261	204	165	167	213	272	11	+4,2
Кількість клубних закладів, од.	714	691	682	661	660	659	-55	-7,7
Кількість бібліотек, од.	713	688	678	648	645	645	-68	-9,5
Кількість демонстраторів фільмів, од.	746	508	470	281	245	97	-649	-87
Кількість відвідувань кіносеансів за рік, тис.	7708	356	34	18,1	9,2	3,8	-7704	-99,95

Джерело: сформовано авторами на основі [8, с. 350, 388, 393]

Таблиця 3
Благоустрій сільських населених пунктів
Івано-Франківської області за період 1995–2014 рр.

Рік	Питома вага житлової площі, що обладнана (%)				
	водопро- водом	каналі- зацією	опален- ням	газом	гарячим водопос- тачан- ням
1995	2,2	1,7	8,2	71,2	0,5
2000	2,5	1,4	8,7	78,1	0,4
2005	3,4	2,3	13,9	80,1	1,0
2010	17,9	16,6	22,3	81,9	11,8
2014	28,3	27,7	61,6	83,6	22,5

Джерело: сформовано авторами на основі [8, с. 347]

Показник централізованого опалення житлового фонду в сільській місцевості становить 61,6% від загальної площі проти 69,0% у міських поселеннях. Низьким (у середньому 22,5% будівель від загального житлового фонду) є показник забезпечення гарячим водопостачанням житла на сільських територіях. Для порівняння: у міських поселеннях він становив у 2014 р. 58,5%. Рівень газифікації будинків сільських мешканців регіону у 2014 р. становив 83,6%, проте значна частина сільських будинків залишається на пічному та іншому опаленні. Благоустрій сільського житлового фонду значно відстає від рівня комфортабельності житла в місті [4, с. 88].

Важливим фактором впливу на формування трудового потенціалу є рівень здоров'я людей, оскільки саме він відображає здатність людини до праці та мотивує до подальшого розвитку та вдосконалення. Здорова людина має найважливіше значення для конкурентоспроможності та продуктивності країни. Хворі працівники не зможуть реалізувати свій потенціал і працюватимуть менш продуктивно [6, с. 60].

У процесі дослідження виявлено, що мережа лікувальних закладів Івано-Франківської області зберігає тенденцію до скорочення (табл. 4).

Гальмуючим елементом у створенні належного рівня охорони здоров'я на сільських територіях є низький темп розвитку лікарень та амбулаторно-поліклінічних установ. Медичні заклади на селі не мають повного набору обладнання, виробів медичного призначення та інвентарю, необхідних для надання первинної допомоги. Навантаження на лікаря первинної допомоги у сільській місцевості подекуди сягає декілька тисяч пацієнтів [1, с. 30]. Кількість лікарняних ліжок в 2014 р. порівняно з 1990 р. зменшилась на 61,7% і на 89% порівняно з 2000 р.

На етапі формування трудового потенціалу важливе значення має освіта. Аналіз показав, що станом на 01.01.2014 р. в Івано-Франківській області налічувалось 394 навчальні заклади, з яких 60% – у сільській місцевості. З них два заклади не працювали, один з яких перебуває на капітальному ремонті і не працює понад 10 років [8, с. 350].

Незважаючи на збільшення кількості дошкільних навчальних закладів на селі в 2014 р. на 107 закла-

Таблиця 4
Рівень медичного обслуговування в Івано-Франківській області за період 1990–2014 рр.

Назва об'єкту	Роки						Відхилення 2014 р. від 1990 р.	
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	+;-	%
Кількість лікувальних установ	92	98	86	82	87	81	-11	-12,0
Кількість лікувальних амбулаторно-поліклінічних закладів	208	208	224	241	266	293	85	+40,9
Кількість лікарняних ліжок, тис.	18,3	16,7	12,7	12,6	12,4	11,3	-7	-38,3
Кількість лікарів усіх спеціальностей, тис.	6,1	6,4	6,5	6,7	8,2	8,2	2,1	+34,4
Кількість середнього медичного персоналу, тис.	16,5	16,1	15,5	14,2	15,1	15,1	-1,4	-8,5

Джерело: сформовано авторами на основі [8, с. 365]

Таблиця 5
Наявність дошкільних навчальних закладів у сільській місцевості Івано-Франківської області

Показник	Роки						Відхилення 2014 р. від 2000 р.	
	2000	2005	2010	2012	2013	2014	+;-	%
Кількість дошкільних навчальних закладів, од.	165	167	213	254	264	272	107	64,8
Кількість дітей у дошкільних навчальних закладах, тис. осіб	3,3	5,1	8	9,8	10,4	10,8	7,5	227,3
Охоплення дітей закладами, відсотків до кількості дітей відповідного віку	6	12	17	20	21	21	15	250,0

Джерело: сформовано авторами на основі [8, с. 350]

Таблиця 6
Введення в експлуатацію об'єктів соціально-культурного призначення у сільській місцевості Івано-Франківської області

Об'єкти соціальної сфери	Роки						2014 р. до 2000 р. (+,-)
	2000	2005	2010	2012	2013	2014	
Загальноосвітні навчальні заклади, учнівських місць	1770	928	-	232	280	-	-1770
Лікарняні заклади, ліжок	75	-	-	-	-	-	-75
Житлових будівель, одиниць	493	644	1302	961	1130	1600	1107

Джерело: сформовано авторами на основі [8, с. 134]

дів у порівнянні з 2000 р., збільшення кількості дітей у них (на 7,5 тис. осіб), охоплення сільських дітей дошкільними закладами залишається на низькому рівні – лише 21% (кожна п'ята дитина).

На селі спостерігається згортання загальноосвітніх навчальних закладів, зменшення кількості учнів у існуючих [4, с. 86].

Важливим показником соціального розвитку залишається соціально-культурне будівництво на селі. Якщо проаналізувати введення в експлуатацію об'єктів соціально-культурного призначення в сільській місцевості Івано-Франківської області (табл. 6), то слід зазначити, що протягом 2005–2014 рр. не було введено в експлуатацію жодного ліжка в лікарняних закладах, жодного клубу і будинку культури.

Висновки. Проведене дослідження дало можливість чітко визначити роль та значення соціальної та виробничої інфраструктури у формуванні трудового потенціалу. Соціально-виробнича інфраструктура впливає на виробництво через одну з основних частин продуктивних сил України – людину; розвиток соціально-виробничої інфраструктури створює передумови для економії часу і, як результат, сприяє підвищенню продуктивності праці; рівень розвитку соціально-виробничої інфраструктури впливає на умови життя і на структуру використання вільного часу, підтримання трудових і соціальних здібностей кожної людини шляхом задоволення її духовних, освітніх та інших потреб тощо.

Слід зазначити, що соціально-виробнича інфраструктура сільських територій Івано-Франківської області має ряд проблем, вирішення яких повинно ґрунтуватися перш за все на знаходженні альтернативних джерел фінансування соціально-виробничої інфраструктури на регіональному рівні та рівні держави. Будь-які програми розвитку села не дадуть ефекту до тих пір, поки не будуть належним чином забезпечені соціально-побутові умови життєдіяльності, адже за рівнем оплати праці люди виберуть для проживання те місце, яке буде комфортніше, де вони зможуть отримати для своїх родин краще

медичне обслуговування, можливість освіти, а головне – перспективу майбутнього добробуту.

Нещодавно Кабінетом Міністрів України було схвалено концепцію розвитку сільських територій, реалізація якої розрахована до 2025 р. Вона визначає шляхи створення умов, необхідних для розвитку сільських територій, через формування диверсифікованої сільської економіки, якісного середовища проживання на основі нарощування людського і соціального капіталів та розвитку партнерства держави, бізнесу, громад. А також окреслює головну мету – поліпшення якості життя й економічного благополуччя людей, що живуть у сільській місцевості [5].

Як перспективу подальших досліджень вбачаємо розробку пропозицій щодо відповідальності бізнесу за стан інфраструктури у сільській місцевості.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бурда Н. Тенденції розвитку соціальної інфраструктури села / Н. Бурда // Економічний аналіз. – 2010. – № 7. – С. 28–30.
2. Валюшко І.В. Пріоритети модернізації інфраструктури життєдіяльності сільських територій / І.В. Валюшко, О.В. Шевченко. – К.: Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1624/>.
3. Дієсперов В.С. Сільські території як об'єкти організації економічної діяльності / В.С. Дієсперов // Економіка АПК. – 2014. – № 5. – С. 56–65.
4. Куценко В.І. Соціальний вектор розвитку українського села: стан, проблеми та шляхи їх подолання / В.І. Куценко // Економіка України. – 2014. – № 3. – С. 83–93.
5. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку сільських територій» від 23.09.2015 р. № 995-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995-2015-%D1%80>.
6. Рябоконь В.П. Тенденції розвитку соціальної сфери села на сучасному етапі / В.П. Рябоконь // Економіка АПК. – 2015. – № 4. – С. 57–63.
7. Саблук П.Т. Нові (економічні) центри розвитку сільських територій в управлінні аграрною економікою / П.Т. Саблук, Л.І. Курило // Економіка АПК. – 2014. – № 5. – С. 51–56.
8. Статистичний щорічник Івано-Франківської області за 2014 рік / За ред. О.В. Бліннікової. – Івано-Франківськ, 2015. – 476 с.

УДК 658.014

Захарчин Р.М.*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту та комерційної діяльності
Львівського інституту економіки і туризму***ОСОБЛИВОСТІ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ**

У статті охарактеризовано особливості та висвітлено основні завдання сучасного менеджменту. Виділено основні складові менеджменту: організаційна культура, організаційна поведінка, корпоративний менеджмент, стратегічне управління і планування, кризовий менеджмент, ризик-менеджмент.

Ключові слова: сучасний менеджмент; види менеджменту; складові менеджменту; інтелектуалізація суспільства; сучасні виклики; глобалізаційні процеси; філософія менеджменту.

Захарчин Р.М. ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье охарактеризованы особенности и освещены основные задачи современного менеджмента. Выделены основные составляющие менеджмента: организационная культура, организационное поведение, корпоративный менеджмент, стратегическое управление и планирование, кризисный менеджмент, риск-менеджмент.

Ключевые слова: современный менеджмент, виды менеджмента, составляющие менеджмента, интеллектуализация общества, современные вызовы, глобализационные процессы, философия менеджмента.

Zakharchyn R.M. THE FEATURES AND STRATEGIC CHALLENGES OF MODERN MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS

The features and the main tasks of modern management is highlighted. The main components of management and organizational culture, organizational behavior and corporate management, strategic management and planning, crisis management and risk management is allocated.

Keywords: modern management; types of management; components of management; intellectualization of society; modern challenges; globalization; philosophy of management.

Постановка проблеми. Сьогодні констатуємо про повноцінне становлення інформаційного суспільства, яке заклало основи інформаційної економіки, створюючи можливості для появи нових моделей менеджменту. В умовах загострення кризових явищ та світової гео економічної нестабільності ця проблема актуалізується ще більше. Оскільки підприємства повинні працювати і в умовах кризи, то у вищого менеджменту з'являються нові завдання, нові цілі, які не вкладаються у традиційну модель менеджменту. Зважаючи на світові тенденції, нові управлінські технології, інші підходи до прийняття управлінських рішень вітчизняні менеджери повинні втілювати у життєві реалії уже сьогодні. Однак помітна інертність у прагненнях реалізовувати інновації та дуже часто відсутність волі й бажання це робити разом із об'єктивними фінансовими негараздами уповільнюють процеси реформування й модернізації як на рівні теорії, так і практики. Час не терпить зволікань, тому є загроза знову стати на шлях запозичування чужих стратегій розвитку замість продукування своїх випереджувальних концептуальних моделей розвитку суспільства, економіки і, відповідно, менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний менеджмент формується в умовах появи нових парадигм суспільно-економічного розвитку, нових управлінських технологій, покликаних дати відповідь на виклики сьогодення. У зв'язку з цим з'являються багато наукових досліджень, які, власне, і відображають назрілі тенденції, зумовлені стратегічними викликами ХХІ ст. суспільству та економіці України [1; 3; 9]. Становлення економіки знань, інтелектуалізація суспільства стають важливими чинниками формування сучасного менеджменту і предметом досліджень вітчизняних науковців [1–2; 5–8]. Ґрунтовною працею дослідження сучасного менеджменту стала монографія Ф.І. Хміля, в якій автор через призму історії виникнення та розвитку управління висвітлює методологічні засади складових

менеджменту та проблеми становлення практики менеджменту в Україні [12]. Назрілі проблеми та розвиток сучасного менеджменту в Україні під впливом факторів глобалізації та ІТ-технологій розглядаються у наукових публікаціях [4; 10; 13].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак у наукових дослідженнях недостатньо висвітлена проблематика комплексного розгляду нових стратегічних завдань сучасного менеджменту, окреслення його особливостей, зумовлених глобальною нестабільністю.

Мета статті полягає у висвітленні особливостей та стратегічних завдань сучасного менеджменту організацій під впливом дії зовнішніх і внутрішніх викликів. Вирішення цих завдань допоможе у менеджерам приймати ефективні управлінські рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Менеджмент як наука розвивається відповідно до законів і закономірностей розвитку суспільства та економіки, а в практичній площині реалізується під впливом тенденцій, реалій сьогодення. Сучасні тенденції в розвитку менеджменту проявилися уже у поділі менеджменту на різні види: менеджмент персоналу, інноваційний, інформаційний, креативний, маркетинговий, глобалізаційний та ін. Як стверджують науковці, «сьогодні фірми головну увагу приділяють менеджменту якості, соціальному, екологічному, крос-культурному, креативному менеджменту як відносно самостійним системам управління, що ґрунтуються на принципах процесного підходу, оптимізації процесу управлінської діяльності» [11, с. 40].

Процеси, що відбуваються в суспільстві, вплинули і на трансформацію функцій менеджменту та появу нових, а інформаційно-комунікаційні технології стали основним механізмом, що стимулює нові підходи до технології менеджменту.

Особливості сучасного менеджменту проявляються і в тому, що під впливом нових викликів

важливими складовими менеджменту стали: організаційна культура, організаційна поведінка, корпоративний менеджмент, кризовий менеджмент, ризик-менеджмент.

Організаційна культура. Поширення соціокультурних тенденцій в менеджменті, а також успішна практика багатьох зарубіжних корпорацій переконають вітчизняних менеджерів у необхідності формування організаційної культури. Організаційна культура є важливим тонко плановим інструментом управління, спрямованим на забезпечення конкурентоспроможності організації через ефективне використання нормативного й ціннісного апарату в управлінні, координування управлінських елементів на основі прийнятих норм і стандартів організаційної поведінки, базових цінностей в організаційному середовищі, розуміння філософії організаційної діяльності.

Фактор організаційної культури найкраще проявляється і осмислюється через організаційну поведінку, яка синтезує концепції, теорії, що стосуються окремих людей, груп і організацій в цілому. Оскільки зростає роль людини не тільки в окремо взятій організації, але й суспільстві, то поведінкові концепції стають системоутворювальним елементом для вироблення сучасної методології управління персоналом, підкріпленої інноваційними технологіями менеджменту. Для ефективного управління поведінкою персоналу в межах окремо взятої організації необхідно розробляти поведінкові технології, які можна реалізувати шляхом використання інституційних інструментів із чітким розподілом прав й обов'язків персоналу, не забуваючи при цьому про необхідність дотримання свободи творчості, особливо для професій, що містять креативні елементи.

Корпоративний менеджмент виник у відповідь на стрімке поширення корпоративних структур і корпоратизацію, яка набула значних масштабів, охопивши значний сектор економічного життя. Незважаючи на те що корпоративний менеджмент як самостійний напрямок сформувався наприкінці 60-х – початку 70-х років ХХ ст., інтеграційні процеси й нові завдання макроекономічного рівня висвітлюють нові проблеми, нові аспекти й напрями розвитку цього виду менеджменту.

Кризовий менеджмент, ризик-менеджмент. Кризовий менеджмент спрямований на управління кризовими ситуаціями, вибір адекватних до часу форм, методів і технологій управління, враховуючи специфіку кожної організації. Цей вид менеджменту особливо актуальний для вітчизняних підприємств і організацій, які працюють в умовах тотальної кризи: політичної, економічної, екологічної, соціальної, моральної. Завдання кризового менеджменту сьогодні полягає не тільки в тому, щоб вивчати чинники виникнення кризи й зберігати контроль над кризовою ситуацією, але й не допустити її. Отже, важливою функцією стає прогнозування, що дозволить вивчати сигнали, які підказують про настання передкризової ситуації, вивчати, аналізувати природу й джерела можливої появи кризових явищ. Сьогодні мова повинна йти і про розвиток менеджменту запобігання як нової управлінської технології, спрямованої на попередження кризи й зниження ризиків. У цьому контексті є точки дотику кризового менеджменту із ризик-менеджментом, мета якого полягає у збалансуванні стратегічних можливостей організації із рівнем ризику. Цього можна досягнути на основі поєднання стратегічних і тактичних завдань ризик-менеджменту. Ми поділяємо думку багатьох

науковців щодо доцільності створення відповідного структурного підрозділу, який візьме на себе функції управління ризиками як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, і допомагатиме вищому менеджменту в прийнятті ефективних ризикових рішень.

Зазначене вище підтверджує необхідність створення новітньої моделі менеджменту, на основі якої доцільно формувати стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємств, що передбачатиме максимальне використання нематеріальних ресурсів організації для виконання всіх стратегічних завдань. З огляду на це виділимо основні стратегічні завдання сучасного менеджменту, до яких відносимо:

- пошук філософії управління в умовах кризи та посткризового періоду;
- поширення принципу синергії у всі сфери менеджменту і розвиток синергетичного менеджменту;
- вкорінення теорії систем у сферу менеджменту;
- адаптування до нових викликів і постійний моніторинг зовнішнього середовища організації. У цьому контексті доцільно говорити про переорієнтацію управління з акцентами на внутрішні чинники (ресурси, витрати, потужності, спеціалізацію) на зовнішні чинники. Так створюється поле для управління змінами на науковому ґрунті і розвивається управлінське мистецтво, покликане оптимізувати ризики;
- уміння організовувати різні бізнес-процеси, враховуючи фактори ризику;
- реорганізація організаційних структур під впливом зростання віртуалізації суспільного життя (перехід від вертикальних зв'язків до горизонтальних);
- управління на засадах організаційної культури, оскільки соціокультурна парадигма світобудови проникає і у сферу менеджменту. З огляду на це нова концепція менеджменту пов'язана із появою нових цінностей, новою управлінською культурою, зорієнтованою на нові можливості;
- розвиток групової логіки і командної співпраці;
- зміна змісту планування, зорієнтованого на пошук факторів успішного розвитку;
- розвиток ситуативного підходу в практиці управління, обумовлений вибором вектору й напрямку розвитку вітчизняних підприємств;
- розвиток технологій лідерства, які повинні поєднувати вміння працювати в команді;
- підсилення ролі соціальної політики в діяльності організацій та системі менеджменту, що особливо актуалізується в умовах побудови громадянського суспільства;
- формування нових моделей менеджменту в системі інтеграції освіти, науки й виробництва, що уможливило створення інноваційного простору на основі освітньої та наукової співпраці.

Відповідно до поставлених завдань, формуватиметься новий зміст сучасного менеджменту із новими філософськими засадами. Нова філософія менеджменту повинна опиратися на системно-ситуативний підхід і відображати не просто компетентність менеджера, але й його управлінське мистецтво. Ситуативність пов'язана із об'єктивними чинниками, які вимагають вміння управляти складними процесами і які часто виникають спонтанно, особливо в умовах динамічних змін.

Із зміною підходів до менеджменту змінюється і сама роль менеджера, основні обов'язки якого спрямовуватимуться на: вміння поєднати глобальне мислення із локальними проблемами; вміння працювати із людьми, які мають різний світогляд і соціальну

позицію, вміння поєднати крос-культурні відмінності, що особливо актуально в умовах інтеграції і функціонування транснаціональних корпорацій.

Висновки. Еволюційні зміни в умовах функціонування вітчизняних підприємств приводять до трансформацій у системі менеджменту, до появи нових завдань і механізмів управління з «метою їх адаптації до нових гео економічних реалій» [11, с. 40]. Зважаючи на виклики сьогодення, виникає потреба в окресленні нових завдань сучасного менеджменту та виділенні його характерних ознак, що стали наслідком трансформаційних процесів, інтелектуалізації суспільства, наростанням динамічних й нестабільних тенденцій. Зокрема, інтелектуалізація суспільства й масштабність інформаційних процесів стимулюють появу нових видів менеджменту, зокрема, менеджменту знань, інформаційного менеджменту. Активізація творчих імпульсів, бажання творчої реалізації сприяють, своєю чергою, появі інноваційного й креативного менеджменту.

Подальші дослідження доцільно спрямовувати на теоретичні й прикладні аспекти розвитку сучасного менеджменту в цілому та окремих його складових, враховуючи фактори глобалізаційного характеру. Зокрема, на фоні прискорення інтеграційних процесів, формування нових глобалізаційних структур з'являються новий вид менеджменту – глобалізаційний, який стимулює розвиток нових концептуальних понять, методологічних підходів і прикладних реалізаційних методик.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрущенко К.А. Формування сучасної концепції системи менеджменту знань в організаціях / К.А. Андрущенко // *Агросвіт*. – 2010. – № 15. – С. 27–29.
2. Вовканич С.Й. Теоретико-методологічні основи дослідження людського та інтелектуального капіталу в знаннєвомісткій економіці: концептуалізація понять / С.Й. Вовканич, Л.К. Семів // *Регіональна економіка*. – 2007. – № 4. – С. 7–19.
3. Гриценко А. Методологічні основи модернізації України / А. Гриценко // *Економіка України*. – 2011. – № 1. – С. 4–45.
4. Зозульов О. Сучасні проблеми менеджменту українських підприємств / О. Зозульов, А. Длігач, Н. Писаренко // *Економіка України*. – 2011. – № 6(487). – С. 41–46.
5. Євтушевський В.А. Стратегія корпоративного управління / В.А. Євтушевський, К.В. Ковальська, Н.В. Бутенко. – К. : Знання, 2007. – 287 с.
6. Петренко В.П. Інтелектуальні ресурси соціально-економічних систем: аспекти інноваційного управління : [монографія] / В.П. Петренко. – Івано-Франківськ : Курилюк В.Д., 2009. – 196 с.
7. Ревуцька Н.В. Формування концепції інтелектуалізації бізнесу в сучасній парадигмі управління / Н.В. Ревуцька // *Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Спецвипуск «Економіка підприємства: теорія і практика»*. – К. : КНЕУ, 2008. – Ч. 2. – С. 543–548.
8. Ситник Й.С. Теоретико-методологічні засади інтелектуалізації систем менеджменту : [монографія] / Й.С. Ситник. – Львів : Видавництво «Львівської політехніки», 2014. – 248 с.
9. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : у 3-х т. Т.2. Інноваційно-технологічний розвиток економіки / За ред. акад. НАН України В.М. Геєця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 564 с.
10. Сторожилова У.Л. Розвиток сучасного менеджменту в Україні / У.Л. Сторожилова, Д.Г. Йолкін // *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. – 2013. – № 4(24). – С. 44–54.
11. Фірма в умовах глобальної нестабільності: виклики, можливості та ризики нової економіки : [монографія] / В.А. Вергун, О.І. Ступницький, І.І. Черленяк ; за заг. ред. д-ра держ. упр. І.І. Черленяка. – Ужгород : Аутдор- Шарк, 2015. – 460 с.
12. Хміль Ф.І. Становлення сучасного менеджменту в Україні (проблеми теорії та практики) : [монографія] / Ф.І. Хміль. – К. : ІЗМН; Львів : ЛКА, 1996. – 206 с.
13. Яшкіна Н.В. Основні характеристики сучасного менеджменту / Н.В. Яшкіна // *Економіка і держава*. – 2010. – № 7. – С. 35–36.

УДК 658.14

Каламбет К.М.

аспірант

Полтавської державної аграрної академії

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розглянуто процесний підхід до планування діяльністю та управління підприємством, який базується на визначенні й описі усіх основних і допоміжних процесів підприємства, а також встановленні взаємозв'язків між цими процесами та наступного управління ними. Як інноваційний підхід розглянута філософія Кайдзен, в основу якої покладено безперервне вдосконалення процесів виробництва маленькими приростами за період часу, вдосконалення допоміжних бізнес-процесів і управління, а також усіх аспектів діяльності підприємства, що забезпечують досягнення запланованого результату. Показано, що реалізація процесно-результативного підходу в системі фінансового планування перетворює останній з інструменту виключно фінансового забезпечення розвитку в інструмент вдосконалення діяльності підприємства.

Ключові слова: методи фінансового планування, процесний підхід до планування, результативний підхід до планування, філософія Кайдзен, безперервне поліпшення, реалізація процесно-результативного підходу.

Каламбет К.Н. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рассмотрен процессный подход к планированию деятельности и управлению предприятием, основанный на определении и описании всех основных и вспомогательных процессов предприятия, а также установлении взаимосвязей между этими процессами и последующего управления ими. Как инновационный подход рассмотрена философия Кайдзен, в основу которой положено непрерывное совершенствование процессов производства маленькими приростами за период времени, совершенствование вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов деятельности предприятия, обеспечивающих достижение запланированного результата. Показано, что реализация процессно-результативного подхода в системе фінансового планирования превращает последний из инструмента исключительно фінансового обеспечения развития в инструмент совершенствования деятельности предприятия.

Ключевые слова: методы фінансового планирования, процессный подход к планированию, результативный подход к планированию, философия Кайдзен, непрерывное улучшение, реализация процессно-результативного подхода.

Kalambet K.M. MODERN APPROACHES FOR FINANCIAL PLANNING SERVICES

We consider the process approach to planning and management company, based on the definition and description of all main and auxiliary processes of the enterprise, as well as establishing linkages between these processes and the subsequent management. As an innovative approach, considered the philosophy of Kaizen, which was based on the continuous improvement of production processes in small increments over time, improving the support of business processes and management, as well as all aspects of the company, ensuring the achievement of the planned result. It is shown that the implementation process-effective approach in the system of financial planning makes the last of the instrument of financial support only development tool for improving the business.

Keywords: methods of financial planning, process planning approach, effective approach to the planning, Kaizen philosophy of continuous improvement, the implementation process-effective approach.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкового господарювання фінансове планування є необхідним для досягнення високої результативності діяльності підприємства. Важка передбачуваність факторів впливу на виробничо-господарську діяльність підприємства з боку зовнішнього середовища (зміни в попиті, цінах на продукцію, податковому механізмі тощо) висуває високі вимоги до якості фінансового планування, оскільки підприємство самостійно несе відповідальність за негативні наслідки своєї діяльності. Це вимагає від підприємства ведення налагодженої фінансової роботи, яка дозволить отримати якнайточніші прогнози динаміки фінансових ресурсів у невизначених умовах.

Актуальність проблематики розробки інноваційних підходів до фінансового планування на підприємстві виявляє себе у теоретичному та прикладному аспекті. У теоретичному аспекті актуальність обумовлюється тим, що сучасне нестабільне середовище вимагає розробки нових підходів до планування, як постійного безперервного процесу. У практичному аспекті такі інноваційні підходи вимагають розробки сценарних та варіативних видів фінансових планів з постійним їх коригуванням з огляду на темпи зміни зовнішніх факторів. Тобто в умовах здійснення радикальних змін в економіці існує гостра потреба в нових інструментах та методах, які здатні допомогти вітчизняним підприємствам стати більш ефективними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти фінансового планування і прогнозування як галузі наукових досліджень перебувають у центрі уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Суттєвий внесок у розв'язання проблем фінансового планування зробили такі вітчизняні і російські вчені: І.Т. Балабанов, І.А. Бланк, А.Н. Жилкіна, А.М. Ковальова, А.М. Поддєрьогін та ін. Значний науковий інтерес для осмислення проблем фінансів підприємств і фінансового планування являють праці західних науковців: Р. Брейлі, Е. Грінолла, С. Бріггема, Р.С. Каплана, С. Майерса, Д.П. Нортона, Дж.К. Хорна та ін.

Як правило, праці вчених та фахівців присвячені розгляду та удосконаленню традиційних методів планування: трендового, бюджетування, балансового, методу коефіцієнтів та інших. Але радикальні зміни в економіці потребують створення нових інструментів та методів, які забезпечать ефективне функціонування вітчизняних підприємств. До таких сучасних інноваційних підходів щодо фінансового планування можна віднести процесний та результативний методи, яким недостатньо приділено уваги вітчизняними підприємствами (як позитивного досвіду економічно розвинутих країн).

Мета статті. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні сутності сучасних інноваційних підходів до фінансового планування на підприємстві та підходів до їх реалізації у практичній діяльності.

Виходячи з поставленої мети, завданнями статті є:

- розгляд фінансового планування як процесу і, відповідно, оцінка його ефективності на основі встановлення взаємозв'язків цього процесу та наступного управління ним;

- розгляд як інноваційного підходу підходу безперервного вдосконалення процесів виробництва маленькими приростами за період часу (філософія Кайдзен), що забезпечить досягнення запланованого результату.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах здійснення радикальних змін в економіці існує гостра потреба в нових інструментах та методах, які здатні допомогти вітчизняним підприємствам стати більш ефективними. Це зумовлюється потребою в забезпеченні ефективного фінансового планування діяльності на українських підприємствах, як первинних структур у сфері матеріального виробництва, бо саме від їх діяльності залежить стабільність країни в цілому. Саме тому постає питання щодо застосування процесного та результативного підходів до системи фінансового планування як сучасних інноваційних.

Уперше акцент на процеси в теоретичних дослідженнях було поставлено фахівцями з проблем управління якістю, які звернули увагу на те, що вдосконалення процесів на підприємстві сприяє підвищенню якості продукції. Так, всесвітньо відомий учений у сфері математичної статистики і менеджменту, батько «японського дива» у сфері якості Е. Демінг [1] творчо розвинув і обґрунтував ідеї В. Шухарта [2] щодо методів управління якістю і вперше розробив підхід «Безперервного вдосконалення процесів», в основу якого покладено 14 постулатів, відомих сьогодні як принципи якості Демінга.

Термін «процесний підхід» остаточно затвердився в міжнародному стандарті ISO 9000:2005 Системи управління якістю у такому формулюванні: для результативного функціонування підприємства повинні визначати і управляти численними взаємопов'язаними і взаємодіючими процесами. Часто вихід одного процесу утворює безпосередньо вхід для наступного. Систематична ідентифікація і управління використовуваних підприємством процесів, і особливо взаємодії таких процесів, можуть вважатися «процесним підходом» [3].

Процесний підхід до планування діяльністю та управління підприємством припускає визначення і

опис усіх основних і допоміжних процесів підприємства, а також встановлення взаємозв'язків між цими процесами і наступного управління ними, включаючи безперервне поліпшення за методикою PDCA, моніторинг задоволеності споживачів і внутрішній аудит процесів [1]. Бажаний результат (мета) досягається ефективніше, коли діяльністю і відповідними ресурсами управляють як процесом.

Так, процесний підхід уперше ефективно впровадила у виробництво у 70-х роках ХХ ст. японська автомобілебудівна компанія «Тойота» при активній участі С. Сінґо [4], який розглядав поняття «процес» і «операція» таким чином: коли ми розглядаємо процес, то бачимо рух матеріалу в часі і просторі, перетворення сировини спочатку в напівоброблену заготовку, а потім у готову продукцію. З іншого боку, коли ми розглядаємо операції, то бачимо роботу, що виконується для цього перетворення, – взаємодія і рух засобів виробництва і робітників у часі і просторі.

Цікавим може бути і варіант застосування другого інноваційного підходу до системи фінансового планування на основі застосування філософії Кайдзен (рис. 1).

Так, у сучасному бізнесі майбутнє компаній залежить від активного прагнення до довгострокових перспектив і досягненню злагоджених і умілих дій кожного співробітника компанії. Тобто японська стратегія заснована на безперервному вдосконаленні усіх процесів в компанії як ключ до успіху.

Вже у 1986 р. Масакі Імаї сформулював концепцію Кайдзен, яка системно осмислена і викладена в його роботі «Кайдзен: ключ до успіху японських компаній». Кайдзен ставить в основу управління мислення, орієнтоване на процес, оскільки для того, щоб поліпшити результати, треба поліпшувати процеси. Збій у досягненні запланованих результатів вказує на збій у процесі [5].

Дана філософія фокусується на безперервному вдосконаленні процесів виробництва маленькими приростами за період часу, розробки, допоміжних бізнес-процесів і управління, а також всіх аспектів удосконалення діяльності підприємства. У філософії Кайдзен підприємство безперервно покращує усі функції бізнесу, в чому задіяні усі працівники – від директора до звичайного робітника. Покращуючи стандартизовані дії та процеси, Кайдзен має на меті усунути всі неефективні (зайві) втрати.

Кайдзен концентрує увагу саме на поступове поліпшення процесів, але це не означає поліпшення заради поліпшень. Результат важливий, але процес його досягнення означає антрохи не менше. На практиці це забезпечується покроковим виконанням циклу Е. Демінга PDCA: плануй, роби, перевіряй, виправляй.

У повсякденну роботу з постійного, безперервного вдосконалення залучається весь персонал компанії від робітників до менеджерів, і, що вкрай необхідно, ефективно залучення співробітників проводиться шляхом зміни власних установок вищого керівництва і тільки через повне прийняття філософії Кайдзен.

Основний намір впровадження цієї системи – стимулювати творчі роздуми, які вимагають нового погляду на шаблонні завдання, і

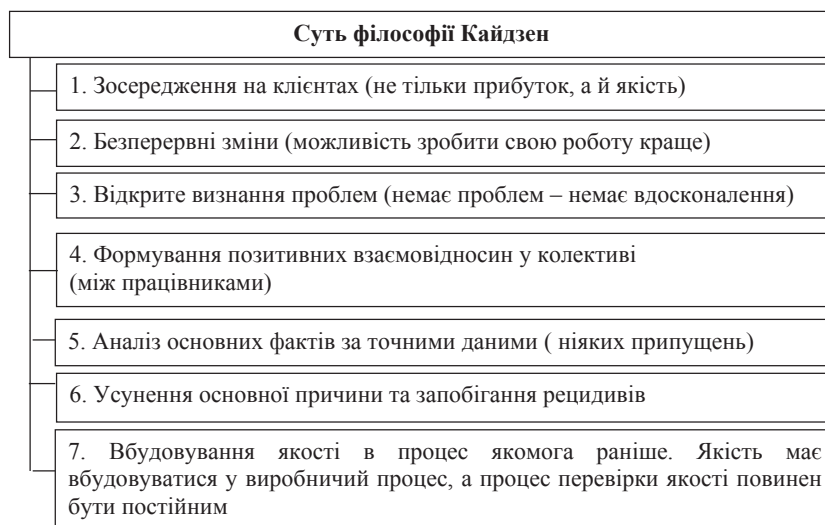


Рис. 1. Сутність філософії Кайдзен на підприємстві

визначення сфер, які потребують удосконалення (рис. 2).

Кайдзен починається з проблеми, або точніше, з визнання, що вона існує. Якщо проблема не виявлена, значить, немає потреби у вдосконаленні. У цьому відмінність Кайдзен від традиційного менеджменту американської та європейської моделі, а саме – рішення усіх проблемних ситуацій безпосередньо в місці їх виникнення, тобто там, де продукту (послуги) додається споживча цінність.

Співробітники японських компаній, що практикують Кайдзен, реалізують десятки пропозицій щодо поліпшень у рік, що значно вище аналогічного показника у великих компаніях інших розвинених країн. Такий підхід до роботи автоматично підвищує ефективність праці, і є інструментом саморозвитку співробітників. Це вірний шлях до створення культури самонавчання [6].

Менеджери, розмірковуючи про поліпшення в стилі Кайдзен, як правило, побоюються дефіциту часу, адже часу катастрофічно не вистачає навіть у звичайному режимі роботи.

Сьогодні традиційний менеджмент орієнтований на кардинальні перетворення та інновації для досягнення технологічних проривів, наприклад, нове обладнання або інформаційні (комп'ютерні) системи. Це суттєві зміни для компаній, де і зосереджено основну увагу керівників. З таких позицій зазвичай Кайдзен розглядається як доповнення до перетворень для збільшення ефекту. Але насправді ефект від постійних удосконалень у сумі може бути порівняно із впровадженням інновацій.

Отже, у центрі концепцій Е. Демінга та М. Імаї є ідея орієнтованості на процеси і їх поступове поліпшення. Так, основні принципи Е. Демінга та концепції Кайдзен знайшли відображення в Міжнародних стандартах якості серії ISO 9000. Перехід на процесний підхід Е. Демінга та результативний підхід М. Імаї до планування діяльності підприємства, а також його управління є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності кожного підприємства, яке допомагає підвищити як керуваність підприємства, так і понизити залежність від людського чинника і створити умови для скорочення витрат. Виходячи з основ фінансового планування, зазначені підходи виступають однією із найважливіших передумов успішного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Висновки. Таким чином, фінансове планування на засадах процесно-результативного підходу спрямовує підприємство на постійні зміни, що в сучасних умовах є не тільки необхідним фактором його виживання, а й ефективного розвитку підприємства. Реалізація процесно-результативного підходу в системі фінансового планування перетворює останній з інструменту виключно фінансового забезпечення розвитку в інструмент удосконалення діяльності і, таким чином, характеризується низкою переваг, а саме:

- дозволяє ідентифікувати ключові бізнеспроцеси, що генерують цінність підприємства, і підвищувати їхню фінансову ефективність, що сприяє зростанню його ринкової вартості;
- спрямовує підприємство, його окремі підрозділи на досягнення стратегічних фінансових результатів;
- підвищує рівень інтегрованості управління підприємством у цілому;
- підвищує рівень координованості структурних підрозділів, рівень ефективності їх співробітництва;

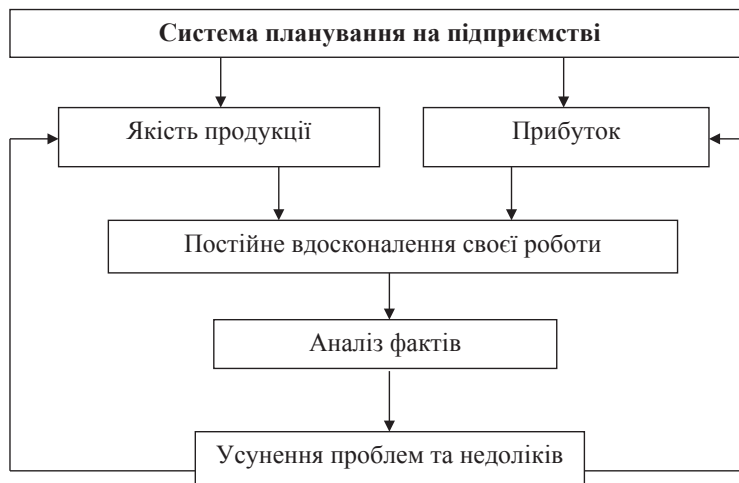


Рис. 2. Впровадження філософії Кайдзен як інноваційного підходу до системи фінансового планування на підприємстві

- дозволяє виявляти структурні та процедурні проблеми в організації управління підприємством та їх усувати;

- орієнтує підприємство на постійне зростання і вдосконалення шляхом поліпшення бізнес процесів;

- узгоджується з актуальними і дієвими підходами до управління: стратегічним менеджментом, управлінням якістю, системою оптимізації витрат виробництва;

- оптимізує інформаційні потоки на підприємстві, скорочує час на прийняття управлінських рішень;

- підвищує рівень гнучкості та адаптованості підприємства до зміни умов зовнішнього середовища;

- підвищує рівень мотивації персоналу, що дозволяє підвищити продуктивність і якість їхньої роботи та якість продукції (послуг) підприємства. Отже, у цілому запровадження даної системи фінансового планування дозволить підприємству перейти від фінансового управління досягненням визначених показників, перерозподілу фінансових ресурсів між підрозділами до прямого фінансового управління процесами, орієнтованого на досягнення стратегічних фінансових результатів та підвищення цінності підприємства. Фінансове планування на засадах процесно-результативного підходу спрямовує підприємство на постійні зміни, що в сучасних умовах є необхідним фактором ефективного та стабільного розвитку підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Э. Деминг. – М. : Альпина Паблишер, 2011. – 400 с.
2. Шухарт У.Е. Статистический метод з точки зору контролю якості / У.Е. Шухарт. – Вашингтон, Вища школа, Департамент сільського господарства, 1939. – 155 с.
3. Методологічні аспекти впровадження процесно-орієнтованого підходу при плануванні діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8487/1/3.pdf>.
4. Сінго С. Вивчення виробничої системи Тойоти з точки зору організації виробництва / Пер. з англ. – М. : Інститут комплексних стратегічних досліджень, 2006. – 312 с.
5. Имаи М. Кайдзен. Ключ к успеху японских компаний / М. Имаи. – М. : Альпина Паблишер, 2009. – 280 с.
6. Кайдзен – довгострокова стратегія японського менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.leaninfo.ru/2010/06/11/kaizen-dolgostrochnaya-strategiya-yaponskogo-menedzhmenta/#>.

УДК 658

Касьян В.В.*кандидат філософських наук,
доцент кафедри економіки**Київського національного університету культури і мистецтв*

ОПЕРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ЯК МОЖЛИВІСТЬ ДЛЯ СТВОРЕННЯ РЕГУЛЯРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті проведено науково-теоретичне дослідження методів та систем управління запасами. Визначено економічне значення впровадження оперативної системи управління запасами та її вплив на загальну діяльність підприємства. Розглянуто характерні риси та ключові відмінності у основних моделях управління запасами. Сформовано поетапний план налагодження оперативної моделі управління запасами з метою збільшення ефективності діяльності підприємств в умовах невизначеності української економіки.

Ключові слова: ефективність, модель управління запасами, прогнозування, регулярний менеджмент, управлінські рішення.

Касьян В.В. ОПЕРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ СОЗДАНИЯ РЕГУЛЯРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В статье проведено научно-теоретическое исследование методов и систем управления запасами. Определено экономическое значение внедрения оперативной системы управления запасами и ее влияние на общую деятельность предприятия. Рассмотрены характерные черты и ключевые отличия в основных моделях управления запасами. Сформирован поэтапный план налаживания оперативной модели управления запасами с целью увеличения эффективности деятельности предприятий в условиях неопределенности украинской экономики.

Ключевые слова: эффективность, модель управления запасами, прогнозирование, регулярный менеджмент, управленческие решения.

Kasian V.V. OPERATING STOCK CONTROL AS POSSIBILITY OF REGULAR MANAGEMENT FORMATION

Research study of methods and systems of stock control is investigated in the article. There is a determination of economic value of implementation of operating stock control system and its influence on general activity of enterprise. Peculiar features and key differences are reviewed within basic models of stock control. Step-by-step plan of establishing the operating stock control system is formed to increase the efficiency of company activity under the conditions of Ukrainian economy uncertainty.

Keywords: efficiency, stock control model, forecasting, regular management, administrative decisions.

Постановка проблеми. Управління запасами є актуальною проблемою для підприємств усіх сфер діяльності та форм власності. Основною причиною створення запасів є економічна невизначеність на мікро- і на макrorівнях та, як наслідок, ризик призупинення основної діяльності або невиконання контрактів. Імовірність існування стабільного керованого попиту на власну продукцію за умов нестабільності економіки є критично низькою, а створення і зберігання запасів потребує суттєвих витрат. Саме тому для кожного підприємства вибір оптимальної моделі управління запасами є першочерговим завданням для організації ефективної діяльності.

Аналіз досліджень і публікацій. Теорія управління запасами – відносно молода течія економічної науки, що активно розвивається. Дана проблема розглядається здебільшого зарубіжними ученими Д. Бауерсоком [1], А. Гаджинським [2], В. Разгуляевим [3], А. Стерліговою [4], А. Фішером [5], Дж. Шрайбфедером [6] та останнім часом і вітчизняними ученими Л. Нефьодовим і Д. Маркозовим [7], В. Перебийніс і Я. Дроботей [8], О. Сумцем [9].

Нині проблема управління запасами має вагомий економічний значення для ефективного функціонування підприємства. Аналіз сучасних наукових праць та інтелектуальних розробок свідчить про те, що робота у даному напрямку ведеться дуже активно, проте питання все ще залишається актуальним, що є підставою для пошуку нових підходів до його вирішення.

Мета статті. Розглянути ключові відмінності у основних моделях управління запасами та сформулювати поетапний план налагодження оперативної моделі управління запасами для збільшення ефективності діяльності підприємств в умовах невизначеності української економіки. У процесі дослідження

використовувалися загальнонаукові методи, зокрема: діалектичний, абстрактно-логічний та системно-структурний.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з того, що запаси являють собою один із найважливіших факторів забезпечення сталості і безперервності діяльності підприємства, а ефективне управління ними сприяє отриманню максимально можливого прибутку, стан та ефективність використання виробничих запасів – як самої вагової частини оборотного капіталу – є однією із основних умов успішної діяльності організації, розвитку і реалізації конкурентних переваг підприємства. Проблема управління запасами є цікавою тим, що дозволяє розглядати її як у вузькому розумінні – не суперечачи іншим бізнес-процесам, оптимізуючи лише запаси, так і дуже широко – дивлячись крізь призму управління запасами на роботу всього підприємства. Загалом сучасна наука виділяє наступні методи вирішення проблеми управління запасами:

- евристичні методи, що являють собою використання досвіду спеціалістів, що здійснюють аналіз ринку та приймають рішення про необхідний рівень запасів, які більшою мірою ґрунтуються на їх суб'єктивному розумінні тенденцій розвитку попиту та пропозиції;

- техніко-економічні методи розрахунків передбачають поділ запасів (резервів) в залежності від його цільового використання (номенклатурні або асортиментні позиції). Ідея полягає у розрахунку для кожної групи власних рівнів запасів, таких як поточний, страховий, сезонний та інші. Для використання даного методу необхідні чіткі статистичні дані, що дають можливість максимально точно здійснювати управління запасами;

- економіко-математичні методи дозволяють вирахувати норму запасів на основі побудови математичних моделей, з метою прогнозування майбутнього рівня запасів за допомогою екстраполяції даних попередніх періодів.

Проте будь-яка модель управління запасами повинна відповідати на два питання: скільки замовляти продукції та коли. На найпростішому рівні їх можна розділити на дві групи: періодичні моделі, що визначають момент замовлення, та критичні моделі рівня замовлення, що визначають обсяг замовлення.

У періодичній моделі замовлення збільшення рівня запасів відбувається через фіксовані проміжки часу, а сам рівень замовлення є величиною змінною. В моделі з критичним рівнем замовлення визначається обґрунтована фіксована норма поповнення запасу, а поповнення здійснюється під час зниження рівня запасів до визначених мінімумів [4, с. 82]. Головним мінусом моделі з періодичним поповненням є те, що вона не включає у себе елементів зворотного зв'язку і процес може виявитися неконтрольованим. Дана стратегія відповідає нормативному забезпеченню і найчастіше застосовується в умовах стабільного попиту.

Моделі з критичним рівнем замовлення більш тонко реагують на зміни попиту, проте її мінусами є завищення середнього рівня запасів або можливість виникнення дефіцитів.

До найбільш розповсюджених модифікацій основних моделей управління запасами відносять модель з заданою періодичністю поповнення запасів до встановленого рівня та модель «мінімум-максимум». В моделі з заданою періодичністю поповнення запасів до встановленого рівня замовлення відбуваються не лише у фіксовані планові моменти часу, а і при досягненні запасів граничного рівня. Величина замовлення визначається за принципом поповнення запасу до максимального бажаного рівня відповідно до розрахованої норми використання. Модель «мінімум-максимум» орієнтована на ситуацію при якій облік запасів і витрати на оформлення замовлення співставні з втратами від настання дефіциту запасів. Поповнення запасів відбувається не через плановий період часу, а при досягненні встановленого мінімального рівня запасів, розмір замовлення передбачає поповнення до максимального великого бажаного рівня запасів. Причому слід пам'ятати, що оптимізація запасів має здійснюватися в автоматичному режимі, коли мінімізація потребує виключно ручних методів впливу.

З розвитком використання в бізнесі обчислювальних систем та ростом популярності автоматизації всіх сфер життєдіяльності компанії до систем управління запасами висувуються нові вимоги, а саме централізоване планування виробничих процесів. Фактично інструментарій лишається незмінним, видозмінюється погляд на сам запас не як на одну із функцій системи управління підприємства, а як на рухому силу її розвитку.

Так можна виділити низку аналітичних систем управління запасами, що широко використовуються в сучасних розвинутих компаніях, а в деяких випадках взяті як ідеологія стратегічного розвитку бізнесу. Основними з них є: MRP (планування потреби в матеріалах), MRP II (планування виробничих ресурсів), ERP (планування ресурсів підприємства), концепції QR «швидкого реагування», JIT «точно в строк» та інші.

Так, система «точно в строк», або «канбан», розроблена Я. Монденом на базі виробництва Toyota

Motor Corporation, характеризує загальний погляд на японську економіку та пріоритети її розвитку. «Канбан» – це естафетна паличка якості та ефективності операцій, у контексті колективних дій команди» [10, с. 10]. Суть системи полягає в тому, щоб запаси за своїми потребами відповідали початковій стадії виробництва, а не накопичувалися. За такої системи масштаби міжопераційного складування скорочуються внаслідок синхронізації операцій і нівелюванні обсягів предметів праці, що переробляються на кожному етапі. Загалом, система «канбан» дещо більше, ніж централізована ланка постачання виробничо-реалізаційної системи, це процес постійної кооперації усіх суб'єктів діяльності на довгострокових контрактних умовах.

Варто зазначити, що базі розглянутих основних моделей управління запасами розроблено та представлено на ринку значну кількість сучасних систем та програм управління запасами, що теоретично дозволяють організувати та зменшити витрати на створення та зберігання матеріальних ресурсів. Проте при наближенні до реалій вітчизняних економічних умов відчувається «заточеність» під конкретні умови розробки моделі та відірваність від сучасних економічних умов, пов'язаних із невизначеністю і на мікро-, і на макrorівнях. Крім того, вартість даних систем та складність їх інтегрування у діяльність підприємства є потенційно недоступними для більшості суб'єктів господарювання української економіки.

За умов високої динамічності змін економічних обставин та низької контрольованості бізнес-процесів важливим кроком для підвищення ефективності діяльності підприємства є організація власної оперативної системи управління запасами.

Метою оперативного управління запасами є формування безперервної, узгодженої роботи з усіма підрозділами підприємства. Традиційно під оперативним управлінням розуміється авральний або хаотичний процес прийняття рішень. Сучасний підхід до оперативного управління включає в себе чіткі інструменти і комплекс інформаційних систем, що дозволяє нормалізувати та досягти локальних та глобальних успіхів в управлінні компанією.

Для побудови оперативної системи управління запасами необхідно здійснити низку кроків. Першим етапом є оцінка становища підприємства та побудова стратегічного плану його розвитку. Необхідно якісно оцінити вузькі місця у процесі забезпечення підприємства та чітко визначитися з майбутнім рівнем рівня обслуговування клієнтів. На другому етапі здійснюється систематизація баз даних, що накопичують інформацію про рух запасів, їхні обсяги та витрати на них. Ця інформація повинна піддаватися аналізу задля оцінки логічного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, що виникають у процесі зберігання та поповнення запасів. Варто зазначити, що будь-яка встановлена закономірність зміни потоків запасів повинна логічно пояснюватися, з метою зменшення вірогідності ефекту збігу [6, с. 82]. Третім етапом є прогнозування майбутньої потреби запасів на основі майбутніх продажів підприємства, даний етап є найвідповідальнішим, від-якого більшою мірою залежить загальний успіх використання моделі. Етап прогнозування можна розділити на такі процеси:

- побудова плану продажів;
- побудова плану поставок запасів;
- побудова плану надходжень та витрат.

На четвертому етапі здійснюється математичний опис встановлених закономірностей та факторів

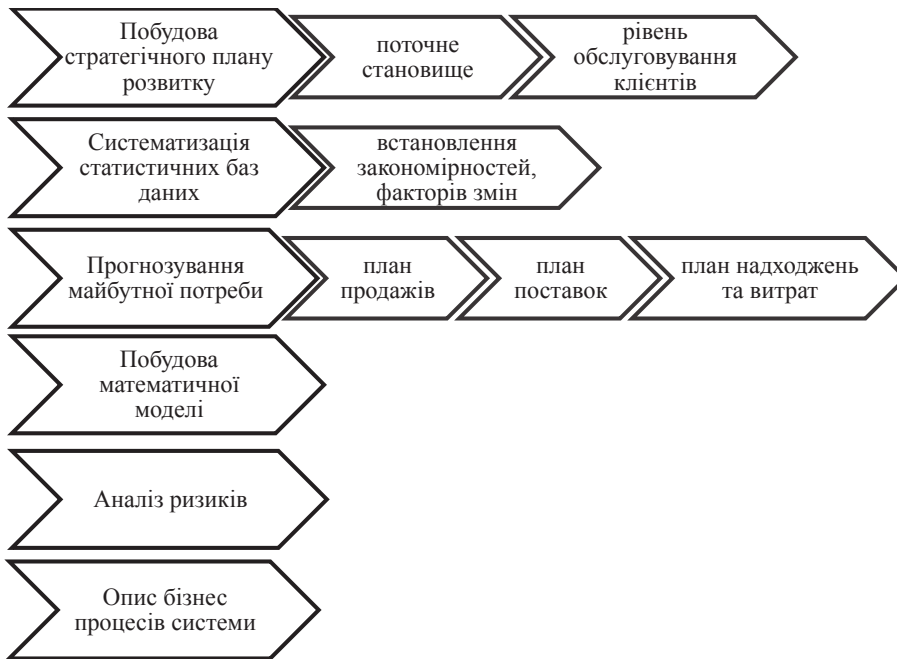


Рис. 1. Етапи побудови оперативної системи управління запасами

Джерело: побудовано автором

впливу на загальну систему управління запасами. Правильність встановлених закономірностей можливо оцінити шляхом аналізу емпіричних відхилень, які виникають при перенесенні моделі прогнозування на попередні статистичні періоди. На п'ятому етапі здійснюється аналіз ймовірних ризиків. Ризики можна поділити на дві групи: ті, що існували до впровадження системи управління запасами, та ті, що виникли після її впровадження. Для ризиків першої групи достатнім буде їх зменшення порівняно з періодом до застосування системи. До ризиків другої групи необхідно максимально відповідально поставитися, з точки зору величини помилки. Логічно, що чим вища ціна помилки, тим більша вірогідність доопрацювання або відмовлення від створеної системи управління запасами.

Останнім етапом впровадження оперативної системи управління запасами є опис процесів та процедур, необхідних для отримання кінцевого результату. Застосування запропонованої концепції дозволить, у першу чергу, систематизувати процес управління запасами. Якісний аналіз поточних змін внутрішніх та зовнішніх показників системи дасть можливість дослідити тенденції і впровадити теоретико-математичні підходи до розрахунку і прогнозу змінних величин з метою мінімізації витрат на створення і підтримку запасів незалежно від характеру та динаміки змін у плановому періоді.

Головним механізмом оперативної системи управління запасами є реалізація принципів зворотного зв'язку, який потребує впровадження на усіх її етапах. Принцип полягає в тому, що при прийнятті управлінського рішення система надає дані про зміни робочих елементів системи та їхню результативність. Лише при постійному отриманні інформації про вплив управлінських рішень можливо здійснити коригування системи та продовжити її налагодження.

У сучасних складних умовах українського бізнесу ефективність управління запасами може бути підвищена за рахунок застосування різних підходів

до управління запасами для різних товарних позицій. За основу може бути взятий ABC-XYZ аналіз, що поєднує два методи аналізу: ABC-аналіз (в основу якого покладено оцінку незначного числа кількісних величин, які є найціннішими та мають найбільшу питому вагу у загальній сукупності вартісних показників) та XYZ-аналіз (який здійснює оцінку стабільності певних об'єктів чи процесів). Це є найпростішим та найлогічнішим поділом на групи товарів, відповідно до кожної з яких будується політика управління запасами. Проте, на нашу думку, лише одночасне застосування усіх принципів управління запасами у відношенні різних номенклатурних груп може збільшити ефективність виробничої діяльності, а відповідно, і прибутковість підприємства.

Висновки. Забезпечення ефективної роботи сучасних підприємств – це складний процес, в якому повинні бути враховані багато факторів. Оперативне управління запасами передбачає вирішення усіх поточних питань, пов'язаних із діяльністю підприємства, управлінням постачанням, реалізацією, виробництвом та діловим іміджем підприємства. Основною метою системи управління запасами є забезпечення безперервної, ритмічної і взаємоузгодженої роботи всіх підрозділів. У зв'язку із специфічними умовами української економіки використання сучасних методик управління запасами майже не здійснюється. Проте будь-яке підприємство має можливості для здійснення власної оперативної оптимізації управління запасами, що створить умови для ведення регулярного ефективного менеджменту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс ; [пер. с англ. Н.Н. Нарышниковой, Б.С. Пинскера]. – 2-е изд. – Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 640 с.
2. Гаджинский А.М. Логистика : учебник / А.М. Гаджинский. – 20-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 484 с.
3. Разгуляев В. Автоматизация многономенклатурных закупок без фиксирования периода между поставками [Электронный ресурс] / В. Разгуляев // Управление запасами – Режим доступа : <http://upravlenie-zapasami.ru>, свободный. – Заглавие с экрана.
4. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок : учебник / А.Н. Стерлигова. – Москва : ИНФРА-М, 2008. – 430 с.
5. Фишер А. Алгоритм управления запасами на основе длительности логистических циклов [Электронный ресурс] / А. Фишер // Логистика и управление. – 2007. – № 3. – Режим доступа : <http://www.logists.by/library/view/algoritm-upravleniya-zapasami-na-osnove-dlitelnosti-logisticheskix-ciklob>, свободный. – Заглавие с экрана.
6. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами / Дж. Шрайбфедер ; пер. с англ. – 2-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 304 с.
7. Нефьодов Л.И. Автоматизация управления многономенклатурными запасами : монография / Л.И. Нефьодов, Д.О. Маркозов ; Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. – Харків : ХНАДУ, 2013. – 179 с.

8. Перебийніс В.І. Логістичне управління запасами на підприємствах : монографія / В.І. Перебийніс, Я.А. Дробота ; Вищ. навч. закл. Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 279 с.
9. Управління матеріальними запасами – ключовий аспект логістичної діяльності сучасного підприємства : монографія / О.М. Сумець [та ін.] ; за ред. канд. техн. наук, доц. О.М. Сумця ; Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка, Харків. ін-т упр. – Харків : Міськдрук, 2014. – 255 с.
10. David, J. Kanban Just-in Time at Toyota: Management Begins at the Workplace / J. David // Japan Management Association. – Tokyo, 1986. – 93 p.

УДК 339.137.2

Кирчата І.М.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У ХОДІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто питання, що пов'язані з підвищенням рівня конкурентоспроможності підприємства, досліджено сутність та визначено місце конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства у ході проведення реструктуризації. Метою роботи обумовила необхідність розробки методичних рекомендацій щодо удосконалення системи управління реструктуризацією підприємства в процесі та на основі розвитку його конкурентного потенціалу.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, конкурентний потенціал, реструктуризація, управління реструктуризацією.

Кирчатая И.Н. РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ХОДЕ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены вопросы, связанные с повышением уровня конкурентоспособности предприятия, исследована сущность и определено место конкурентного потенциала в системе управления конкурентоспособностью предприятия в ходе проведения реструктуризации. Цель работы обусловила необходимость разработки методических рекомендаций качественно совершенствования системы управления реструктуризацией предприятия в процессе и на основе развития его конкурентного потенциала.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества, конкурентный потенциал, реструктуризация, управление реструктуризацией.

Kirchataya I.M. DEVELOPING COMPETITIVE POTENTIAL AS A BASIS OF COMPETITIVENESS DURING RESTRUCTURING OF ENTERPRISE

The study is devoted to the questions which connected with growth of enterprise competitiveness. The article was reviewed essence of competitive potential and its place at the General system of competitiveness management enterprise during restructuring of enterprise. The purpose of the work was necessitated the definition of the role of development competitive potential in improving the enterprises competitiveness.

Keywords: competition, competitive potential, competitiveness, reserves, efficiency, restructuring of enterprise.

Постановка проблеми. Нині переважна частина вітчизняних підприємств, розвиваючись в умовах загострення конкурентної боротьби у всьому світі, приходять до висновку, що не володіє рівнем конкурентної стійкості, достатнім для того, щоб гідно протистояти жорстким реаліям конкурентного середовища.

Успішне функціонування в динамічних, а часто і кризових, умовах залежить від вправного та професійного менеджменту, здатного аналізувати і бачити перспективу, володіти потенціалом і здатністю реалізувати стратегічну мету.

За таких умов для досягнення позитивних результатів на підприємстві необхідна активізація його конкурентного потенціалу, а також пошук стратегічних можливостей та формування нових стійких конкурентних переваг, які у подальшому дозволять реалізувати невикористані резерви конкурентоспроможності підприємства.

Можливості стабільного економічного зростання залежать від ефективного вирішення питання, пов'язаного з істотною зміною стратегії управління і створення ефективної системи управління, інакше кажучи – його реформування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Будучи складним і динамічним, ринковий простір обумовлює потребу в перегляді концептуального підходу до процесу управління конкурентоспроможністю підприємства, зокрема вимагаючи своєчасної адаптації системи управління до змінюваних чинників зовнішнього середовища.

Особливу увагу в дослідженні конкурентної ситуації варто приділяти гіперконкуренції та тим рушійним силам, які її зумовлюють [1]: глобалізація, яка йде за двома напрямками: глобалізація конкуренції у сфері пропозиції, що виражається в інтеграції планування і співробітництві підприємств на світовому ринку, щоб протистояти іншим глобальним конкурентам; і глобалізація конкуренції шляхом гомогенізації попиту, що проявляється у безперервному зростанні кількості глобально діючих споживачів і посередників, які підвищують попит на уніфіковану продукцію; поляризація ринків, яка виражається в тому, що споживачі дедалі більше віддають переваги якісній продукції, нехай навіть за більшою ціною; процес розмивання галузевих меж, який також йде за двома напрямками:

стираються межі між різними галузями (відбувається їх зрощення); зникають внутрішньогалузеві межі (прагнення розширення асортименту продукції); зростання технізації у формі швидкого поширення інформаційної та комунікаційної технологій. Їх використання дозволяє створювати потужні інформаційно-комунікаційні системи, за допомогою яких всі процеси між підприємствами, торговцями, постачальниками і клієнтами можуть бути організовані і реалізовані швидше і ефективніше; дерегулювання ринків.

Крім того, в економічній літературі можна зустріти думку, що на глобальних ринках зустрічається нова форма конкуренції, а саме: група проти групи. Цей вид конкретизації обумовлений загостренням міжнародної технологічної конкуренції у світовій економіці, а тому все частіше спостерігаються процеси кооперації та співробітництва. Ш. Майталь вважає, що розглядати та оцінювати стратегію бізнесу варто саме через концепцію конкуренції на основі співробітництва: «... не конкуренція, а кооперація та співробітництво є фундаментальним джерелом прибутку компаній та економічного добробуту компаній». Інтенсивна конкуренція на внутрішньому ринку може лише призвести до зменшення інвестиційного потенціалу окремих фірм і внаслідок цього – до зниження міжнародної конкурентоспроможності країни [2].

Якщо розглядати підприємство як складну систему, схильну до впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, то приведення підприємства у відповідність до цих змін і є основною метою самого процесу реформування.

У перекладі з англійської мови «реструктуризація» (restructuring) – це перебудова структури чогонебудь.

Нині в діловій та науковій літературі публікується велика кількість напрацювань, присвячених реформуванню, реструктуризації і реорганізації підприємств.

Більшою мірою поняття «реформування підприємств» стало всеосяжним, воно охоплює численні напрями господарської діяльності та її структурних перетворень, а саме: реструктуризацію і реорганізацію.

Саме тому сьогодні необхідно розділяти усі ці поняття і структурувати їх в єдиній системі, оскільки вони характеризують весь процес змін і переходу на новий рівень розвитку українських підприємств.

Реформування підприємств – це комплексний і системний процес змін, результатом якого є створення внутрішніх умов для ефективного управління ресурсами і на цій основі створення умов для підвищення конкурентоспроможності підприємства в перспективі.

У свою чергу, реструктуризацію варто розглядати як основний етап реформування підприємства для подальшого здійснення заходів щодо інвестиційного розвитку виробництв і формування оптимальної структури власників [3].

На думку М. Дмитрієва, основним завданням реструктуризації бізнесу є створення бізнес-системи, яка, з одного боку, відповідатиме довгостроковим задачам власників, а з іншого боку, буде розвиватися відповідно до вимог навколишнього середовища [4].

К. Кордан, Т. Фолмен і М. Вандерборт вважають, що в результаті проведення реструктуризації підприємство повинно не просто працювати краще, а робити більш сучасні продукти. Німецькі учені Э. Фрезі і Л. Тойфсен з Кельнського університету вважають,

що реструктуризація полягає тільки у перетворенні структури управління [5].

Проте варто зазначити, що поняття «реформування» набагато ширше, і реструктуризацію, у даному контексті, можна розглядати як інструмент, використовуваний підприємством при реформуванні.

Невирішені складові загальної проблеми. В сучасних умовах можливість правильно виділити і розвинути конкурентну перевагу, в чому і полягає суть реструктуризації, стала основною проблемою господарюючих суб'єктів, проте переважна більшість публікацій характеризується відсутністю чіткої методології, системності, цілісності і несуперечності, що істотно знижує їхню практичну цінність. Серед найактуальніших методичних проблем процесу реструктуризації залишаються такі: проблема обґрунтування необхідності реструктуризації на основі діагностики його конкурентного потенціалу; проблема підготовки самого процесу реструктуризації; проблема ефективної адаптації підприємства до конкурентних умов; проблема розвитку конкурентного потенціалу; проблема збереження конкурентної стійкості.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Питання реструктуризації підприємства активно досліджують зарубіжні і вітчизняні науковці, проте залишається невирішеною низка теоретичних і практичних проблем реструктуризації підприємства як інструменту реформування системи управління підприємством. Подальшого удосконалення та розвитку потребують теоретичні і методико-прикладні аспекти управління та оцінки конкурентоспроможності підприємства, які мають використовувати комплексний показник загального рівня конкурентоспроможності, що інтегрує оцінку рівня конкурентного потенціалу та конкурентної стійкості, як основи реалізації процесу реструктуризації і виявлення резервів конкурентоспроможності підприємства в подальшому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Можливо правильно виділити і розвинути конкурентну перевагу, в чому і полягає суть реструктуризації, стала основною проблемою реструктуризації господарюючих суб'єктів, при цьому серед найактуальніших методичних проблем реструктуризації залишаються такі:

- питання обґрунтування необхідності реструктуризації на основі діагностики його конкурентного потенціалу;
- проблемні питання підготовки самого процесу реструктуризації;
- питання забезпечення ефективної адаптації підприємства до конкурентних умов;
- проблема розвитку конкурентного потенціалу;
- проблема досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності.

Основним засобом реструктуризації виступає «зміна організаційної системи на основі розділення, з'єднання, ліквідації (передачі) діючих і організації нових структурних підрозділів, приєднання інших підприємств, придбання визначальної частки в статутному капіталі або акцій сторонніх організацій» (створення нових видів бізнесу).

Таким чином, суть реструктуризації зводиться до того, щоб правильно виділити і розвинути конкурентну перевагу підприємства, а саме забезпечити здатність виробляти продукт або послугу краще за інших і утримувати свою конкурентну позицію на ринку.

При цьому головною метою реструктуризації стає пошук джерел розвитку підприємства на основі розвитку його конкурентного потенціалу.

Таблиця 1
Визначення конкурентного потенціалу [7]

Визначення	Джерело
Конкурентний потенціал – це реальна і потенційна здатність компанії розробляти, виготовляти, збувати і обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентні вироби	Х. Фасхiev
Конкурентний потенціал – це сукупність виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей підприємства, які забезпечують йому стійкі конкурентні позиції на ринку	А. Воронкова
Конкурентний потенціал – це комплекс можливостей і ресурсів підприємств, що забезпечує отримання конкурентних переваг на ринку і досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей	В. Лисевич
Конкурентний потенціал – це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища, які забезпечують їх досягнення, оцінки перспективних можливостей щодо зростання ефективності функціонування та зміцнення конкурентоспроможності	Н. Педченко
Конкурентний потенціал – це потенційна можливість зберігати та нарощувати конкурентоспроможність у довгостроковому періоді	П. Забелін

Аналізуючи підходи авторів до визначення конкурентного потенціалу (табл. 1), можна стверджувати, що він є відбиттям стану внутрішнього середовища підприємства і одночасно є як самостійною системою, так і системою більш високого порядку (підприємства).

Проведений вище аналіз визначень конкурентного потенціалу свідчить, що головним завданням управління конкурентоспроможністю підприємства є створення власного конкурентного потенціалу з чіткою орієнтацією на ринкову ситуацію й урахуванням конкурентного ризику.

Таким чином, у широкому розумінні реструктуризація: передбачає комплексність перетворень і змін, а не зміни тільки в одній функціональній сфері (маркетинг, фінанси, виробництво); є постійним інструментом управління, а не реалізацію разового заходу; в змозі поєднувати майнові перетворення як елемент змін та підлягає модифікації і коригуванню у ході реалізації.

У свою чергу, аналіз і узагальнення теоретичних положень розвитку категорії «реструктуризація» дозволяє сформулювати такі вимоги до реалізації самих процесів системних перетворень:

- забезпечення переходу підприємства в якісно новий стан;
- скорочення термінів досягнення нового рівня розвитку підприємства;

- забезпечення підвищеного рівня керованості процесів;
- забезпечення підвищеної адаптивності до конкурентних умов;
- концентрація ресурсів на процесах розвитку конкурентного потенціалу;
- забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, оскільки основними цілями реструктуризації є адаптація підприємства до стану зовнішнього і внутрішнього середовища, що змінюється, а також ідея комплексного підходу до управління розвитком підприємства в цілому, у нижче запропонованій схемі побудови процесу реструктуризації підприємств (рис. 1) передбачається проведення діагностики конкурентного стану (зокрема конкурентного потенціалу) з метою розвитку останнього та забезпечення конкурентоспроможності підприємства у цілому.

Висновки. Перед українськими підприємствами, на відміну від підприємств розвинених країн, на яких реструктуризація проводиться регулярно, стоїть задача перетворити, а то й, по суті, створити абсолютно нові управлінські структури, системи і методи управління. При цьому головною метою реструктуризації має стати пошук джерел розвитку підприємства на основі розвитку його конкурентного потенціалу, а в широкому розумінні реструктуризація має бути такою: передбачати комплексність перетворень і змін, а не зміни тільки в одній функціональній сфері (маркетинг, фінанси, виробництво); стати постійним інструментом управління, а не реалізацію разового заходу; в змозі поєднувати майнові перетворення як

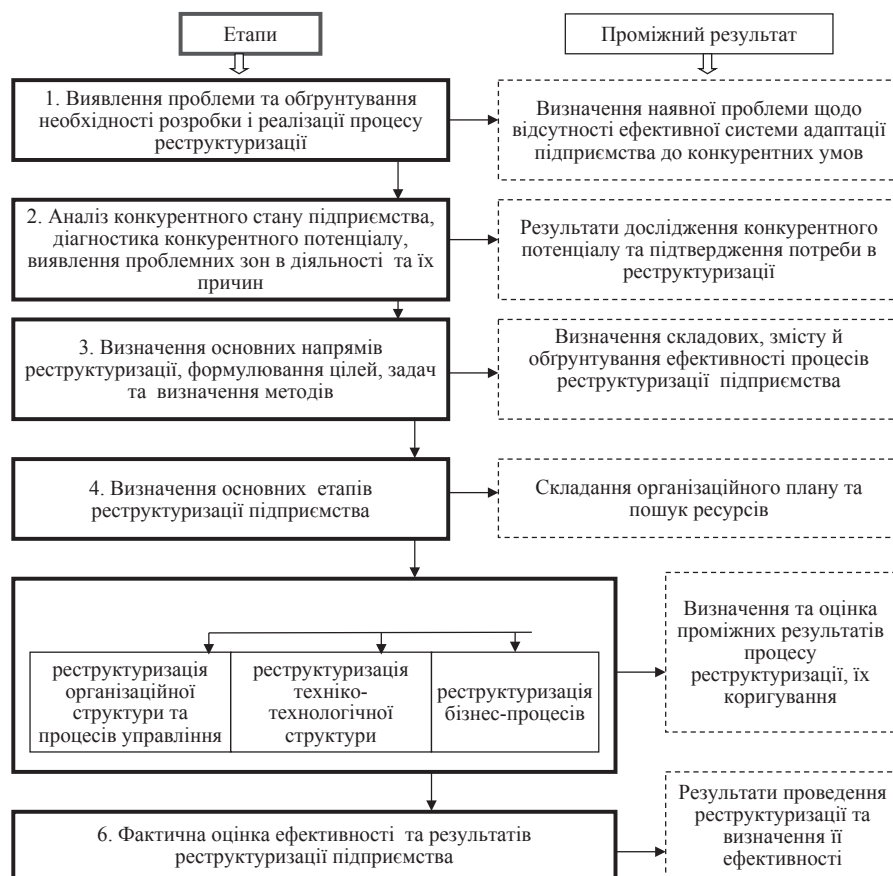


Рис. 1. Схема побудови процесу реструктуризації підприємства на основі діагностики його конкурентного потенціалу

елемент змін та підлягає модифікації і коригуванню у ході реалізації.

Реалізація зазначених заходів – складне завдання, що вимагає використання різноманітних аналітичних методів, при цьому в основі побудови системи управління та забезпечення конкурентоспроможністю підприємства має бути механізм, що враховує, з одного боку, ефективність використання конкурентного потенціалу підприємства та виявлення його резервів, а з іншого боку, положення підприємства на ринку та вплив зовнішнього середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки: теорет.-методол. аспект : [монографія] / С.А. Єрохін. – К. : Світ Знань, 2002. – 525 с.
2. Майталь Ш. Экономика для менеджеров: десять важных инструментов для руководителей / Пер. с англ. ; Акад. нар. хоз-ва при прав. Рос. Федерации. – М. : Дело, 1996. – 196 с.
3. Рудык Н.Б. Методы защиты от враждебного поглощения / Н.Б. Рудык. – М. : Издательство «Дело» АНХ, 2008. – 384 с.
4. Дмитриев М. Перспективы экономических реформ в России / М. Дмитриев // Вопросы экономики. – 2005. – № 5. – С. 52-56.
5. Кордан К. Пять важных подходов к осуществлению реструктуризации / Кордан К., Фолмен Т., Вандерборт М. // Маркетинг. – М., 1999. – № 3. – С. 109-113.
6. Юн Г.П., Таль Г.К., Григорьев И.И. Внешнее управление на несостоятельном предприятии : учебное пособие / Юн Г.П., Таль Г.К., Григорьев И.И. – М. : Дело, 2003. – 250 с.
7. Кирчата І.М. Теоретичні засади конкурентного потенціалу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства / Кирчата І.М. // Глобальні та національні проблеми економіки: Електронне наукове видання Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – Миколаїв, 2015. – Випуск 7. – С. 362-366.

УДК 338.931

Клюс Ю.І.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку й аудиту*

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

РЕГУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ПРИ КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЯМИ

У статті розглянуто методологічні підходи до управління інноваціями в корпорації, виділено додатковий синтетичний підхід із зазначенням наукових шкіл, що до них належать; розглянуто їхні основні риси; особливу увагу приділено картографічній школі при використанні корпоративного (управлінського) підходу.

Ключові слова: корпорація, інновація, підхід, наукова школа, стратегія, розвиток.

Клюс Ю.И. РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ ПРИ КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИЯМИ

В статье рассмотрены методологические подходы к управлению инновациями в компании, выделен дополнительный синтетический подход с указанием научных школ, которые к ним относятся; рассмотрены их основные черты; особое внимание уделено картографической школе при использовании корпоративного (управленческого) подхода.

Ключевые слова: корпорация, инновация, подход, научная школа, стратегия, развитие.

Klus Y.I. REGULATORY INFORMATION FLOWS OF CORPORATE GOVERNANCE INNOVATION

In article methodological approaches to innovation management in the corporation allocated additional synthetic approach specifying scientific schools, these include; considered their main features; special attention is paid to school using cartographic mapping (management) approach.

Keywords: corporation, innovation, approach, scientific school, strategy development.

Постановка проблеми. Управління інформацією для ефективного розвитку підприємства було і залишається нагальною проблемою розвитку економіки країни. Світова економічна криза, різкий спад промислового виробництва призвели безліч підприємств до кризового стану і банкрутства, а розробити комплексну та ефективну методологію управління такими підприємствами досі не вдалося. У цих умовах багато підприємств виявилися нездатними чітко визначити основні цілі, пріоритети діяльності, сформулювати функціональні завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем інноваційного розвитку зробили іноземні та вітчизняні науковці [1-12]. Проте і нині питання регулювання інформаційних потоків у корпорації залишається об'єктом дискусій.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення сутності методологічних підходів до управління інформаційними потоками в корпорації. Для досяг-

нення цієї мети потрібно здійснити дослідження існуючих і обґрунтування доданих підходів до управління інформаційними потоками при корпоративному управлінні інноваціями в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існує велика кількість методологічних підходів до управління інформаційними потоками та потоками інновацій, проте вони відображають лише окремі сторони знань і операцій, що з ними проводять.

Ми виділяємо п'ять підходів до управління інноваціями: науково-технічний, економічний, організаційний, корпоративний (управлінський) і синтетичний (табл. 1).

Науково-технічний підхід передбачає дослідження технології перетворення і передачі інновацій, причому ці технології можуть використовувати як комп'ютерно-мережеві засоби, так і інші.

Економічний підхід розглядає інновації як актив або товар і, отже, досліджує питання комерційної захисту та використання інновацій як інтелектуаль-

Таблиця 1
Класифікація підходів до управління інноваціями

№ п/п	Методологічний підхід	Школи
1	Науково-технічний	Системна
		Картографічна
		Просторова
2	Економічний	Комерційна
3	Організаційний	Організаційна
		Процесна
4	Корпоративний (управлінський)	Картографічна
		Стратегічна
5	Синтетичний	Пізнавально-технологічна
		Екологічна
		Таксономічна
		Емпірична
		Ресурсна

ної власності організації, а також реалізацію знань через ринки інновацій.

Організаційний підхід досліджує знання як інтелектуальний ресурс організації, виявляє організаційні умови управління ними.

Корпоративний (управлінський) підхід формує організаційні умови управління інноваціями на рівні суб'єкта господарювання.

Синтетичний підхід формується в даний час, тому що він полягає у синтезі наведених вище підходів.

Розглянемо науково-технічний підхід. Системна школа є найбільш раннім методологічним підходом до управління інноваціями і заснована на традиціях експертних систем.

Основна ідея системної школи полягає у тому, що інновації в організаціях можуть бути акумульовані в базах знань, до них забезпечується доступ співробітників, які можуть використовувати акумульовані інновації, виходячи з власної думки. Перевагою підходу є те, що інновації в сховищах класифікуються відповідно до потреб організації.

Недоліком системної школи є постійний розгляд перенасиченості організації інноваціями.

Використання тільки цього підходу недостатньо для досягнення підприємством конкурентної переваги.

Принципи картографічної школи можуть бути застосовані для можливості систематизації інновацій та визначати за допомогою так званих карт інновацій доступ співробітників до відповідних інновацій. У рамках цієї школи бази інновацій, швидше, являють собою не сховища інновацій, а засоби отримання інновацій, що забезпечують взаємозв'язок між тими, хто шукає інновації, і тими, хто ними володіє.

Система методів, що розроблена в рамках досліджень картографічної школи, отримала назву «Knowledge Mapping», тобто «Розробка карт інновацій». Ці методи полягають у виявленні знань, визначенні їхньої цінності, створення каналу для передачі. Карта інновацій являє собою графічну модель організації з позначенням джерел інновацій, каналів їх передачі та обмеження цих каналів.

Створення карт інновацій в організації необхідно виходячи із таких аргументів:

- завдяки їм інновації використовуються багатозадово;
- співробітники використовують чужий практичний досвід;
- забезпечення доступу співробітників до необхідних їм інновацій дозволяє вдосконалити процес прийняття рішень;

- розширюються можливості для підвищення кваліфікації співробітників;

- карти інновацій дають можливість провести інвентаризацію інтелектуальних активів компанії.

Створення карти інновацій вимагає проведення докладного дослідження всередині організації за допомогою таких методів, як:

- анкетування співробітників;
- спостереження;
- аналіз інновацій у комп'ютерних мережах;
- вивчення внутрішнього документообігу, що становить як політику організації, так і рішення приватних питань.

Кarti інновацій бувають: процедурні, концептуальні, професійні і карти аналізу соціальних зв'язків. Отже, відбувається аналіз трьох найважливіших чинників управління інноваціями: процесів, технологій та людей.

Процедурні карти пов'язані з бізнес-процесами. При їх складанні виходять із припущення, що в кожному бізнес-процесі в організації є деяке знання, а самі процедурні карти виявляють ці інновації [7]. Мається на увазі, що сама організація насамперед сприяє передачі інновацій від одних співробітників іншим, а також від окремих людей організації в цілому. Подібна взаємодія необхідно для генерації та впровадження інновацій [8].

Концептуальні карти інновацій контролюють накопичення інновацій у компанії. Вони визначають принципи управління інноваціями, зібраними у сховищах інновацій. Концептуальні карти розробляються з урахуванням сучасних інформаційних технологій.

За допомогою професійних карт фіксуються навички, посадові інструкції, заслуги співробітників. На основі професійних карт формуються внутрішні «жовті сторінки», завдяки яким у рамках організації можна буде оперативно отримувати необхідні інновації від своїх колег.

Карта аналізу соціальних зв'язків відтворює соціальні взаємодії між окремими людьми або групами. На її основі можна досліджувати канали обміну інформацією в організації.

Дослідження картографічної школи дозволили визначити можливості організації для впорядкування каналів обміну і трансформації знань. Ефективне використання знань в організації за допомогою каналів обміну інноваціями було розроблено представниками картографічної школи.

Кarti знань застосовуються при аналізі існуючих знань і потреби в них як у всій компанії, так і по обраній ділянці.

Отже, практичне застосування карт знань полягає у:

- розгляді різних типів знань (формального і неформального, явного і прихованого);
- дослідженні знань, укладених у відносинах, людях, документах, процесах;
- доведенні до відома усіх співробітників суті створення карт знань;
- прийнятті до уваги організаційної культури та системи заохочень.

Просторова школа використовує просторовий дизайн для забезпечення обміну інноваціями. Прикладами можуть служити такі зручні приміщення, в яких, за задумом керівництва фірми, співробітники можуть збиратися у будь-який час, що дозволить проводити обмін інноваціями. На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що підхід за допомогою просторового дизайну сприяє збільшенню кількості знань в організації.

Перейдемо до аналізу економічного підходу. Розглянемо комерційну школу. Вона має два напрями: перший заснований на комерційному захисті і використанні знань як інтелектуальної власності організації, другий розглядає ринки знань.

У рамках першого напрямку знання часто трактується як актив і розглядається як інтелектуальний капітал організації.

Нині в компаніях оцінюються нематеріальні активи, які набувають більшу цінність, ніж матеріальні активи. Навіть у тих секторах, де традиційна технологія виробництва залишається домінуючою, постійне новаторство і безперервний творчий процес стають ключовими для забезпечення більшої конкурентоспроможності підприємства як усередині країни, так і на міжнародному ринку.

Динаміка моделі полягає у тому, що вартість створюється за двома джерелами:

1. Інновації.

2. Продукти та послуги, що виникають у результаті комерціалізації інновацій.

Другий напрям комерційної школи відображений у роботі А.Л. Гапоненко [6]. Специфічні знання у згорнутому вигляді присутні у будь-якому товарі і послугі і надають йому властивість наукоємного товару (послуги). Те, що знання важко відокремити від носія (людини або товару), вносить свою специфіку у формування ринків знань.

Розглянемо організаційний підхід. На фундаменті управління інноваціями розташовуються складові управління інноваціями:

1. Постійні дослідження знання.

2. Оцінка знання для кожного циклу бізнесу до його початку, в процесі і після закінчення.

3. Постійне управління знанням на життєвому циклі розвитку організації, на усіх стадіях життєвого циклу товару та інновацій.

Організаційна школа розглядає взаємодію команд як ключову умову успіху організації в питаннях управління інноваціями.

Для розвитку процесів управління інноваціями в організації необхідні: поліпшення обміну інноваціями та взаємодії серед співробітників; поширення прикладів найкращого використання досвіду; вдосконалення навчання; інтеграція в колектив нових співробітників; багаторазове використання накопиченого досвіду; поліпшення якості проектів; зміцнення взаємодії із зовнішнім середовищем; адаптивність і розвиток здатності реагувати на різкі зміни обстановки.

Для вирішення зазначених завдань необхідно втручання щонайменше у дві важливі компоненти: в управління персоналом і в технологічну інфраструктуру організації.

Сутність управління інноваціями, з погляду стратегічної школи, полягає у поданні його як конкурентної стратегії. Особливість цього підходу в тому, щоб максимально використовувати знання за допомогою різних засобів.

В організаціях повинна бути створена нова посадова одиниця – менеджер з інновацій. Менеджер з інновацій має повноваження із запровадження усіх існуючих методів управління інноваціями в організації. Щодо організаційної структури, відділ з управління інноваціями може бути виведений за межі ієрархічної структури, але водночас повинен володіти можливостями взаємодії з підрозділами будь-якого рівня.

Головним недоліком розглянутих підходів є їхня орієнтація на чисто емпіричні моделі і практичний досвід.

Розглянемо синтетичний підхід. Тут можна виділити пізнавально-технологічну школу Е. Караяніса, об'єднуючу в управлінні інноваціями інформаційні технології з управлінським та організаційним пізнанням. Е. Караяніс визначає структури і системи, реальні та інформаційно комунікативні, які дадуть організації можливість максимізувати результативність та ефективність її пізнавальних процесів. Модель управління інноваціями може бути визначена як «Мережа організаційного знання» (Organizational Knowledge Network, або ОК-Net). Ця модель побудована на трьох ключових елементах: метапізнання, мета навчання і метазнання.

Екологічна школа Д. Сноудена [12] охоплює екологію управління знанням, що базується на когнітології, семіотиці та епістемологічній прагматиці.

Сноуден розглядає діючу систему знань, що складається із чотирьох елементів:

1. Явне і неявне знання.

2. Активи знання.

3. Віра в успіх організації.

4. Визначеність і невизначеність рішень щодо цілей.

Вони розгорнуті, спільно з їх взаємодіями, в системі мислення, яка сфокусована на дії.

Складена матриця рішень, що керує знаннями процесом на основі чотирьох типів перехідних дій:

1. Обмін явним знанням через структури організації.

2. Обмін неявним знанням через психосоціальні механізми.

3. Перетворення неявного знання на явне.

4. Вивільнення неявного знання через віру в успіх та її руйнівні сили. Усе це веде до екології управління знанням у фірмі.

Щодо неявності знання виносяться припущення, що чим більш неявним є знання, тим більш складно його кодифікувати і перетворювати.

Горизонтальний аспект містить послідовне розмежування різних організаційних рівнів, на яких може перебувати знання. Ця базова модель об'єднана поняттям механізмів і процесів, формальних або неформальних, які покликані сприяти або здійснювати перенесення знання.

Таксономічна школа Деспре і Шаувеля [1] являє собою таксономію управління знанням.

Таксономічна школа стверджує, що більшість типів поведінки і практик, пов'язаних з управлінням знанням, може бути локалізовано у межах даної класифікації. Деспре і Шаувелем був зроблений практичний висновок про те, що всі менеджери, які працюють у цій галузі, повинні зрозуміти, що управління інноваціями є більшим, ніж програмне забезпечення групової роботи або Інтранет, більше ніж інтелект.

Відповіддю на нові вимоги до управління має стати поява нових функцій, а саме: придбання інновацій, засвоєння інновацій та передача інновацій. Кожна із цих функцій повинна мати свої цільові установки, регламенти і методи виконання, системи контролю та відповідальності.

Управління інноваціями стає і новим видом управлінської діяльності, що охоплює рішення та дії з виявлення, відбору, синтезу, узагальнення, зберігання і розповсюдження знань. До цього ж належить надання знань споживчого характеру з тим, щоб вони являли собою необхідну і доступну для користувачів інформацію. Важливо також створювати інтерактивне навчальне оточення, що дозволяє обмінюватися інноваціями та інформацією.

Висновки. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології багато в чому сприяють успішній самоорганізації управління інноваціями в корпорації, але важливо визначити методи та інструменти такого управління, за рахунок яких таке управління стає можливим. Це може бути подальшим напрямом досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Верба В.А. Аналітична оцінка управлінських технологій розвитку українських підприємств / В.А. Верба // Актуальні проблеми економіки, 2010. – № 5. – С. 52-59.
2. Редькін О.С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління : [монографія] / О.С. Редькін, В. Реген, Н.А. Хрущ. – Одеса : «Евен», 2004. – 216 с.
3. Гапоненко А.Л. Управление инновациями. – М. : ИПК госслужбы, 2001. – С. 37.
4. Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. – М. : Олимп-Бизнес, 2009.
5. Румизен М.К. Управление инновациями : пер. с англ. – М. : АСТ : Астрель, 2004. – С. 13.
6. Коуполоулос Т.М., Фраппало К. Управление инновациями : пер. с англ. – М. : ЭКСМО, 2008.
7. Plumley D. Process-Based Knowledge Mapping // KMMag. 2003. March 3 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.destinationkm.com/default.asp?NevvsID=:1041> .
8. Gotta M. Social Computing: Getting Ahead of the Blog. April 20, 2004 [Electronic resource]. – Access mode : http://techupdate.zdnet.com/techupdate/stories/main/Social_Computing.html.
9. Frappaolo C., Toms W. Knowledge Management: From Terra Incognito to Terra Firma // Imaging World. 1997. November 20.
10. Mckinseyquarterly [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.mckinseyquarterly.com>.
11. Skyrme D. Capitalizing on Knowledge: From E-Business to K-Business. – London : Butterworth-Heinemann, 2001.
12. Snowden D. The ecology of a sustainable Knowledge Management Program // Knowledge Management. – 1998. – № 1(6).
13. Inkpen A., Dinur Л. Knowledge Management Processes and International Joint Ventures // Organization Science. – 1999. – № 9(4). – P. 454-468.

УДК 658:005.922.1:33

Коваленко О.В.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки підприємства
Запорізької державної інженерної академії*

Биткін С.В.

*кандидат технічних наук,
начальник відділу маркетингу та інформаційно-аналітичної роботи
ПАТ «Запоріжсталь»*

Големба В.Є.

*провідний спеціаліст з методів розширення ринку збуту
відділу маркетингу та інформаційно-аналітичної роботи
ПАТ «Запоріжсталь»*

Балюра Ю.О.

*студент
Запорізької державної інженерної академії*

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто роль інформаційно-аналітичних джерел у забезпеченні безпеки функціонування підприємства. Проаналізовано найбільш відомі інформаційно-аналітичні джерела металургійної галузі, їхні структура та роль в отриманні достовірних даних щодо ситуації на ринку металопродукції.

Ключові слова: інформаційно-аналітична діяльність, джерела інформації, конкуренти, металургійна галузь, ринок металопродукції, конкурентна розвідка, економічна безпека підприємства.

Коваленко Е.В., Быткин С.В., Големба В.Е., Балюра Ю.О. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Рассмотрена роль информационно-аналитических источников в обеспечении безопасности функционирования предприятия. Проанализированы наиболее известные информационно-аналитические источники металлургической отрасли, их структура и роль в получении достоверных данных относительно ситуации на рынке металлопродукции.

Ключевые слова: информационно-аналитическая деятельность, источники информации, конкуренты, металлургическая отрасль, рынок металлопродукции, конкурентная разведка, экономическая безопасность предприятия.

Kovalenko E.V., Bytkin S.V., Golemba V.E., Balyura Y.O. THE ROLE OF INFORMATION AND ANALYTICAL SOURCES IN SAFETY OF THE ENTERPRISE FUNCTIONING

The role of information and analytical sources in safety of the enterprise functioning is considered. The most known information and analytical sources of metallurgical branch, their structure and role in receiving of reliable data about a situation in the market of steel products are analysed.

Keywords: information and analytical activity, information sources, competitors, metallurgical branch, steel market, competitive intelligence, economic security.

Постановка проблеми. З кожним роком роль інформаційно-аналітичної діяльності об'єктивно зростає. Сучасні форми ведення господарської діяльності включають у себе багатофункціональну систему оцінювання загроз та ризиків на підприємстві, що у свою чергу створює необхідність удосконалення методів та інструментів інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємств.

Головну роль в організації ефективної комплексної системи економічної безпеки відіграє інформаційна підсистема, метою якої є формування достатньої сукупності матеріалів та відомостей щодо середовища функціонування підприємства та їх якісна аналітична обробка з метою отримання достовірних даних, необхідних для прийняття ефективних управлінських рішень. Це – основне завдання корпоративної розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи щодо ролі інформаційно-аналітичних джерел у забезпеченні безпеки функціонування підприємства знайшли своє відображення у наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, таких як С.В. Позднішев, І.Т. Муковський, Е.В. Чергинець, А.В. Зайцев, Л.М. Гершензон, І.М. Ножов, Д.В. Панкратов. Питанням конкурентної розвідки та її значенню у забезпеченні безпеки підприємства приділили увагу В.В. Дудихін, О.В. Бур'як, А.І. Доронін, С.В. Биткін, В.М. Литвин, А. Деревіцький, Д.В. Зеркалов, В. Платт, Є.Л. Ющук.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у дослідженні ролі інформаційно-аналітичних джерел у забезпеченні безпеки функціонування підприємства.

Виклад основного матеріалу. У звичайному розумінні інформація являє собою різні дані, показники та інші відомості, що сприймаються людиною або спеціальними пристроями як відзеркалення фактів матеріального світу у процесі комунікації [1, с. 252].

Інформаційно-аналітична діяльність – це сукупність дій на основі концепцій, методів, засобів, нормативно-методичних матеріалів для збору, накопичення, обробки та аналізу даних з метою обґрунтування та прийняття рішень [2, с. 8].

З метою комплексного забезпечення належного рівня економічної безпеки підприємства в умовах подолання наслідків глобальної фінансово-економічної кризи необхідно гарантувати повне, вчасне та достовірне інформаційно-аналітичне забезпечення.

Головною метою інформаційно-аналітичного забезпечення безпеки підприємства є своєчасне викриття на ранній стадії заходів безпосередньої підготовки певних сил для нанесення економічних збитків підприємству та забезпечення відповідних їм дій, а також добування необхідної інформації для планування, підготовки і проведення заходів з метою недопущення можливих дій [3, с. 7].

Таким чином, інформаційна безпека підприємства може бути визначена як такий стан його інформаційно-аналітичного забезпечення, що здатний мінімізувати вплив зовнішніх та внутрішніх загроз на результативність діяльності підприємства, нівелювати ризик втрати господарської стабільності та створити умови для їхнього сталого розвитку [4].

Загалом, інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємства – це вид інформаційно-аналітичного забезпечення підприємницької діяльності шляхом добування, обробки і надання керівництву необхідної інформації. Таким чином, завдання ана-

літика у процесі обробки розрізнених даних та перетворення їх на достовірну інформацію зводяться до:

1) оцінки інформації (визначення ступеня її вірогідності);

2) обробки інформації («очищення» інформації від «шуму» (неупорядкованих, незрозумілих або зайвих відомостей [3, ст. 9]);

3) створення на основі наявної інформації прогнозу розвитку ситуації (на яку дана інформація має або матиме вплив).

У процесі обміну інформацією виділяють такі чотири базових елементи: 1) відправник – суб'єкт, який генерує інформацію і передає її; 2) повідомлення, або інформація, закодована за допомогою символів; 3) канал як засіб передачі інформації; 4) одержувач – суб'єкт, якому призначена інформація, який її отримує і інтерпретує.

Відповідно, і загальний технологічний процес комунікації включає такі чотири операції: 1) підготовка інформації; 2) кодування інформації і вибір каналу; 3) передача повідомлення у вигляді певного сигналу; 4) отримання сигналу і його декодування [1, с. 60].

Належним чином проаналізована інформація та отриманий аналітиком прогноз спрямовуються до адресата (одразу до керівника або спочатку до начальника служби економічної безпеки, а уже потім до керівника), який:

1) дає оцінку проекту розвитку ситуації;

2) здійснює пошук альтернатив;

3) приймає остаточне рішення щодо напрямку використання інформації у процесі діяльності підприємства та вчинення або невчинення ним з її урахуванням певних дій.

Таким чином, ефективність функціонування, тобто можливість виконання поставлених цілей і досягнення мети системи економічної безпеки підприємства, найбільшою мірою залежить від організації інформаційного забезпечення, яке складає основу для прийняття будь-якого рішення, уможлиблює контроль за виконанням, передбачає корегування тактики і стратегії не лише для досягнення необхідного для розвитку рівня безпеки, але й отримання і використання додаткових конкурентних можливостей.

Діяльність, пов'язану зі збором та аналізом інформації, можна назвати аналітичною розвідкою. Аналітична розвідка (АР) – це компонент розвідувальної діяльності, що складається з виявлення, оцінки, прогнозування різних соціальних процесів, подій, заходів на основі відомостей, що отримуються переважно з відкритих джерел [5].

Доступ до інформаційних джерел про основні тенденції ринку і наміри конкурентів може відбуватися шляхом конкурентної розвідки, яка проводиться в межах закону і етичних норм. Вона забезпечує збір і оброблення даних з різних джерел для формування управлінських рішень з метою підвищення конкурентоспроможності організації. Конкурентна розвідка – це постійний процес збору, нагромадження, структуризування, аналізу даних про внутрішнє і зовнішнє середовище організації та надання вищому менеджменту інформації для передбачення та своєчасної реакції на зміни у зовнішньому середовищі [6]. Важливою є та обставина, що під час конкурентної розвідки використовуються лише законні методи. Хоча, залежно від виду інформації, яку необхідно отримати, методи конкурентної розвідки можна умовно поділити на цілком законні (забезпечують збір відкритої інформації) та методи, які за своєю формою не порушують норм законів, проте інколи

порушують правила чесної конкурентної боротьби (у випадку необхідності доступу до умовно відкритої інформації). До першої групи методів конкурентної розвідки, тобто до законних, належать: вивчення й аналіз публікацій конкурента; дослідження, аналіз та обробка відкритої інформації про нього. До другої групи методів належать бесіди з фахівцями конкурента, конкурси, запрошення консультантів, перемаювання провідних фахівців тощо.

Інформаційна база підприємства має формуватися не тільки на основі показників діяльності, але й інших інформаційних ресурсів. Необхідним є пошук додаткових, нетрадиційних джерел інформації та її аналітична обробка.

Джерелами для збору і аналізу інформації, що необхідна для забезпечення інформаційної безпеки підприємства, можуть бути:

- різні офіційні джерела (офіційні видання, звіти та документи державних чи інших органів і організацій), що містять відкриту інформацію;
- неофіційні джерела, що містять більш-менш достовірну усну чи іншу нетаємну інформацію, що отримується з неформальних контактів із носіями даної інформації;
- конфіденційна інформація, що отримується співробітниками шляхом несанкціонованого доступу до цієї інформації;
- внутрішня інформація щодо усіх аспектів діяльності [7].

Такими джерелами можуть бути також:

- дані результатів соціологічного обстеження;
- науково-технічна інформація (власні і цільові дослідження, конференції, ярмарки);
- інтернет-ресурси – інтернет-торгівля, інтернет-реклама, інтернет-біржі, інтернет-банкінг, інтернет-інвестування.

При роботі з інформацією досить важко одразу знайти потрібні відомості в повному обсязі, так як вони знаходяться в різних джерелах. Тому підходить до пошуку потрібно з позиції рішення розвідувальних задач. Тоді на основі узагальнення зібраних розрізаних фактів можливо зробити корисні висновки щодо проблеми, що цікавить [8, ст. 14].

Досягнення у сфері розвитку високих інформаційних технологій, інформатизація суспільних процесів значно полегшили і розширили доступ до інформаційних ресурсів. Фіксується стала тенденція розвитку високих інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, розвиток різноманітних сервісів і служб, що зумовлює їх використання при здійсненні аналітичних досліджень.

Саме інтернет-ресурси відіграють важливу роль в оцінці підприємствами чорної металургії своїх конкурентних позицій на ринках збуту. Аналіз інформації, отриманої з деяких спеціалізованих інтернет-джерел, сприяє розробці шляхів модернізації виробництва, перспективі експорту продукції до тієї чи іншої країни, дозволяє оцінити позиції своїх конкурентів. Пошук інформації про конкурентів має включати в себе:

- проекти по введенню виробничих потужностей в експлуатацію (будівництво нових заводів, цехів, ліній виробництва);
- терміни введення в експлуатацію;
- обсяги інвестування;
- собівартість продукції;
- випуск нової продукції тощо.

Усім цим вимогам відповідають такі зарубіжні та вітчизняні інформаційно-аналітичні сайти, на структурі яких зупинимося детальніше.

- <https://www.steelorbis.com/> Платний ресурс SteelOrbis є унікальним джерелом інформації щодо останніх тенденцій на ринку сталі з щоденними звітами про ціни та аналізом ринку. SteelOrbis був створений в Туреччині, яка відіграє дуже важливу роль на світовому ринку сталі в якості експортера та імпортера. Починаючи з 2005 року, SteelOrbis відкрив підрозділи у США, Китаї та Італії. Тому сайт представлений на турецькій, англійській, китайській та італійській мовах;

- <http://www.platts.com/> Компанія Platts є платним провідним світовим постачальником інформації про енергоносії, продукції нафтохімії, металургії та сільськогосподарства, одним з головних джерел еталонних оцінок по ринках згаданих товарів. Інформаційно-аналітичні продукти, які Platts випускає з 1909 року, допомагають клієнтам у прийнятті максимально зважених рішень, що стосуються торгових та інших ділових операцій, сприяють прозорій та ефективній роботі ринків. Протягом десятиліть компанія користується світовим визнанням як найбільш надійне джерело інформації по енергетичних, металургійних та цукрових ринках. Новини, коментарі, фундаментальні ринкові дані та дослідження, а також тисячі щоденних цінових котирувань, які публікує компанія Platts, широко використовуються в якості еталонних індикаторів на ринках наявного товару і ф'ючерсів.

- <http://www.metalbulletin.com/> Metal Bulletin – один із кращих інформаційних сайтів для фахівців металургійної галузі. Журнал був заснований у 1913 році з метою забезпечення своєчасної інформації, включаючи показники цін на світовому ринку чорного та кольорового металу. Metal Bulletin охоплює усі світові ринки металів та сталі і надає повну інформацію про ціни, експертні коментарі щодо ситуації на ринку та статистику. Представлена інформація щодо чорних та кольорових металів, дорогоцінних металів, руди та сплавів, сировинних матеріалів, вуглецевої сталі, нержавіючої та спеціальної сталі, металобрухту та вторинних матеріалів, вантажоперевезень, ринкових торгів і біржових новин та цін.

- <http://metalexpert-group.com> Метал Експерт – незалежний постачальник новин, аналізу та прогнозів по ринках сталевого прокату і металургійної сировини, що розпочав свою діяльність у 2004 році. Сегменти ринку: сталевий прокат – напівфабрикати, сортовий прокат, листовий прокат, труби, металовироби; сировинні матеріали – залізородна сировина, сталевий брухт, чавун; вугілля; феросплави; нержавіюча сталь; кольорові метали. Базується на ринкових джерелах, але при цьому приділяє велику увагу перевірці та аналізу одержаної інформації. Сайт аналізує великий обсяг статистики і залучає масу інших даних, значну частину яких збирає самостійно. Центральний офіс Метал Експерт знаходиться в Україні, є представництва в Росії, Швейцарії та США;

- <http://www.worldsteel.org/> Всесвітня асоціація сталі (Worldsteel) була заснована як Міжнародний інститут чавуну і сталі 19 жовтня 1967 року. Вона змінила свою назву на Всесвітню асоціацію виробників сталі 6 жовтня 2008 року. Всесвітня асоціація сталі є однією із найбільших промислових асоціацій у світі та з найбільш динамічним розвитком. Worldsteel представляє близько 170 виробників сталі, національних і регіональних асоціацій у сталеливарній промисловості і науково-дослідні інститути. Учасники Worldsteel представляють близько 85% світового виробництва сталі. Worldsteel виступає в якості координаційного центру для сталеливарної промисловості;

- <http://www.ukrrudprom.com/> «УкрРудПром» – це інформаційно-аналітичний портал, який висвітлює події гірничо-металургійного комплексу та діяльність фінансово-промислових груп, бізнес яких пов'язаний із найбільшою галуззю промисловості – металургією. Сайт пропонує своїм відвідувачам щоденні новини, присвячені значущим для галузі та економіки подіям: новини підприємств, виробничо-фінансові показники, зміни у законодавстві, ситуація на вітчизняному та світовому ринках залізорудної сировини та чорних металів, динаміка попиту, кон'юнктура цін, а також ексклюзивні аналітичні матеріали галузевих журналістів та спеціалістів ГМК;

- <http://www.expert.kiev.ua/> Укрпромзовнішекспертиза є провідною компанією України з вивчення українських та міжнародних ринків, підготовки рішень з розвитку бізнесу, дослідження промисловості та промислової політики. Діяльність підприємства почалася у 1993 році й успішно продовжується нині. До компетенцій ДП «Укрпромзовнішекспертиза» належать консультування з питань розвитку бізнесу, маркетингові дослідження, складання бізнес-планів, ТЕО та інвестиційних меморандумів, проведення кон'юнктурних цінових досліджень тощо. Частина робіт випускається на постійній основі у вигляді періодичних видань, які забезпечують клієнтів актуальною інформацією про оперативні зміни в ринковому середовищі. Зокрема, такі періодичні видання, як «Дайджест цін товарів на світових ринках» і «Ринок стали: аналітика, прогнози, сценарії», були затверджені постановою Кабінету Міністрів офіційними джерелами інформації для цілей трансфертного ціноутворення.

- <http://dzi.gov.ua/> Державне підприємство «Державний інформаційно-аналітичний центр моніторингу зовнішніх товарних ринків» здійснює підготовку аналітичної інформації про рівень цін на відповідних ринках, проведення маркетингових досліджень, перевірку відповідності цін існуючій кон'юктурі ринку товарів, робіт, послуг, прав інтелектуальної власності. Свою роботу підприємство розпочало у 1991 році. Головний офіс знаходиться у Києві.

Усі ці спеціалізовані інформаційні агентства та багато інших висвітлюють новини, розглядають проблеми та перспективи позиціонування металовиробників на світових ринках у своїх аналітичних статтях. Аналізуючи інформацію, отриману з новин на цих сайтах (які представлені у вільному доступі, тобто безкоштовно), та завдяки платній підписці на розсилку новин аналітики та фахівці з чорної металургії можуть оцінити конкурентну позицію того чи іншого підприємства на ринку.

У процесі підготовки аналітичної інформації максимальна увага приділяється постійному моніторингу зовнішніх інформаційних потоків з метою отримання експертами нової та інколи дуже неочікуваної для них інформації. Прийняття ефективних рішень залежить від постійного аналізу інформації щодо змін зовнішнього середовища. Так, аналізуючи дані товарної структури зовнішньої торгівлі, представлені Державною службою статистики України (Держстат), можна зазначити, що експорт товарів за січень-липень 2015 р. склав 21 млрд 679,6 млн дол. Порівняно з січнем-липнем 2014 р. експорт скоротився на 34,8% (на 11 млрд 590,8 млн дол.). Зокрема, експорт продовольчих товарів скоротився на 16% – до \$7,6 млрд, мінеральних продуктів – на 54% – до \$1,7 млрд, хімії – на 37% – до \$1,5 млрд, деревини – на 25% – до \$0,9 млрд, промислових виробів – на 32% – до \$0,3 млрд, металів – на 42% – до \$5,7 млрд і транспорту – на 51% – до \$1,7 млрд [9].

Загалом, структура експорту українських товарів у січні-липні 2014–2015 рр. наглядно представлена на рисунку 1.

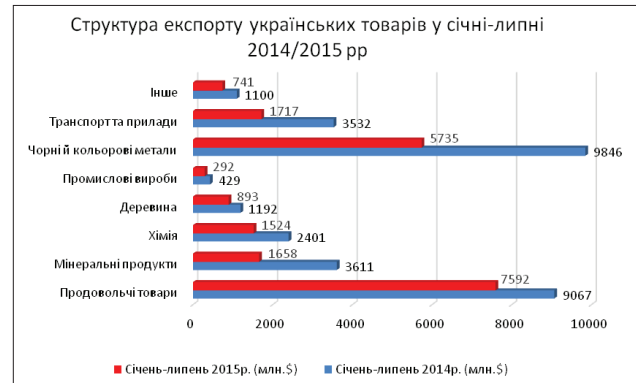


Рис. 1. Структура експорту українських товарів у січні-липні 2014–2015 рр.

Динаміка 2014 року суттєво змінила структуру експорту від Митного союзу/Росії до ЄС та від важкої промисловості до продовольчих товарів. Через посилення російської агресії і падіння економіки зростання експорту до ЄС у 2014 р. відбувалося значно меншими темпами, ніж очікувалося. У 2015 році ця тенденція посилилася. Так, обсяг експорту товарів до країн ЄС у січні-липні 2015 р. склав 7 млрд 156,3 млн дол., або 33,0% від загального обсягу експорту, і зменшився порівняно з аналогічним періодом 2014 р. на 33,9%.

Позитивними чинниками, що впливають на експорт, можна назвати такі:

- сильна девальвація та вища міжнародна конкурентоспроможність;
- безмитний доступ на ринок ЄС завдяки автономним торговельним преференціям.

Але разом з тим визначальними є негативні чинники, а саме:

- недостатнє відшкодування ПДВ експортерам;
- економічна слабкість регіону, особливо Митного союзу;
- суттєве зростання протекціонізму з боку Росії, особливо щодо України.

Уряд має враховувати ці зміни та відповідно пристосовувати торговельну політику завдяки усуненню негативних внутрішніх чинників, особливо неефективної системи відшкодування ПДВ, що є ключовою проблемою для експортерів; стимулювати експорт до країн ЄС через запровадження міжнародних стандартів; створити цілісну систему стимулювання експорту, яка б зосереджувалася на майбутніх можливостях, а не на минулому.

Економічний розвиток сектора чорної металургії України значною мірою залежить від кон'юнктури – стану та динаміки розвитку світового ринку металопродукції, перспектив міжнародного співробітництва та процесів міжнародної інтеграції. Це пояснюється тим, що Україна входить до десятки найбільших світових країн – виробників сталі і у 2014 р. посіла серед них десяту позицію (рис. 2), хоча ще у 2011 р. займала сьому.

Як видно на рисунку 2, Китай лідирує серед країн – виробників сталі. Конкуренція з боку китайських металургів стає дедалі жорсткішою. Споживання металопродукції у Китаї вперше за тривалий час скоротилося у 2014 р. на 3% (до 740 млн т). Тому надлишковий прокат китайські компанії спрямовують на експорт, збиваючи ринок, у тому числі й українським постачальникам. Ескалація воєнних

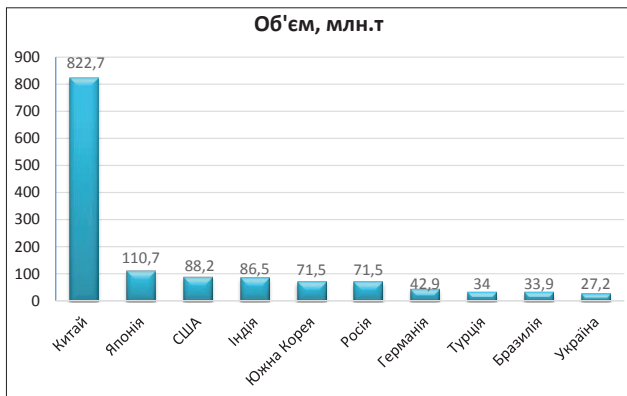


Рис. 2. Десять найбільших країн – виробників сталі у світі у 2014 р. [10]

конфліктів та інші глобальні проблеми призводять до уповільнення зростання світової економіки, що також впливає на обсяги замовлень на металопрокат.

Загалом, за даними World Steel Association (WSA), світове виробництво сталі за 2014 р. збільшилося на 1,2% порівняно з 2013 р. і досягло 1,662 млрд т. Найбільший ріст виробництва сталі спостерігався на Близькому Сході. Тут темпи зростання склали 7,7%.

У 2014 р. до країн Близького Сходу було експортовано основну частку української металопродукції (близько 8 млн т). Проте попит на металопродукцію у цих країнах дещо знизився. На це головним чином впливають 2 фактори. По-перше, після зниження цін на нафту країни MENA (Middle East and Northern Africa) пригальмували розвиток інфраструктурних проєктів, так як планувалося їх частково фінансувати завдяки надходженням від продажу нафти (через збільшення видобутку «чорного золота» Іраном і відмову від скорочення видобування Саудівською Аравією ціни на нафту марки Brent опустилися напередодні нижче \$44 за барель). По-друге, багато близькосхідних країн посилено розвивають власну металургійну промисловість, через що попит на імпортований метал скорочується (рис. 3).

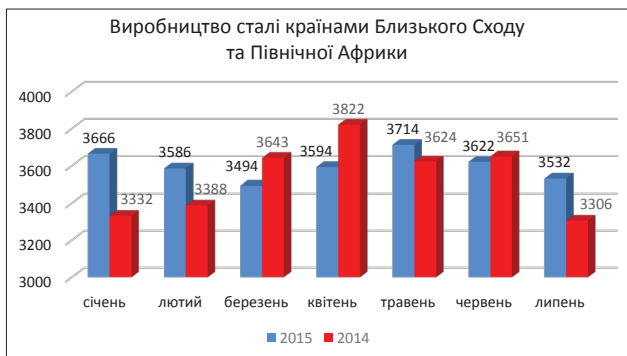


Рис. 3. Динаміка виробництва сталі країнами Близького Сходу та Північної Африки за перші 7 місяців 2014 та 2015 рр. [11]

В останні роки у близькосхідну металургійну галузь знову пішли досить великі інвестиції. В Ірані, Іраку, Саудівській Аравії, ОАЕ, Катарі, Омані, Єгипті, Алжирі будуються, розширюють продуктивність або проєктуються кілька десятків сталеливарних і прокатних підприємств сукупною потужністю близько 40-50 млн т на рік. Згідно з оприлюдненими планами інвесторів усі вони можуть вступити в дію до 2018 року.

Втім, уже зараз введення в дію нових заводів сприяло різкому скороченню імпорту сталі в Іран і

ОАЕ, які ще у 2007–2008 рр. закуповували за кордоном по 12-13 млн т на рік, а тепер зменшили ці обсяги в кілька разів (хоча, звичайно, тут чималу роль зіграли міжнародні санкції щодо Ірану і крах дубайського ринку нерухомості в ОАЕ).

Компанії Emirates Steel Industries і Qatar Steel, що володіють правом безмитних продажів своєї продукції у країні Перської затоки, успішно витісняють з цього ринку постачальників довгомірного прокату з інших країн, чий прокат обкладається 5% тарифом. Emirates Steel Industries у 2015 році планує вийти на рівень 5,5 млн т на рік, причому до її асортименту увійде не тільки довгомірний, але і плоский прокат. Qatar Steel в липні 2013 року запустила нову електродугову піч, яка збільшила його продуктивність до 3 млн т сталі на рік. Проте Катар реалізує велику і вкрай амбітну програму підготовки до чемпіонату світу з футболу 2022 року, що свідчить про підвищення попиту на металопродукцію.

Попит на сталь на внутрішньому ринку Ірану залишається незмінним. Водночас місцеві виробники сталі планують збільшити обсяги експорту матеріалу в Ірак і Афганістан. Крім того, країна готова поставляти сталь в Європу, розглядаючи її в якості основного напрямку експорту після зняття санкцій. За період з січня по квітень 2015 року Іран експортував 1,2 млн т сталі. У 2014 році країна виробила сумарно 16,9 млн т сталі, відправивши на міжнародний ринок при цьому 2,5 млн т.

Іран також почав будівництво великого металургійного комбінату Mokran Major Steel Complex у портовому місті Chabahar, розташованому в затоці Омана недалеко від кордону з Пакистаном. Спеціалізація комбіната – катанка і г/к листовий прокат (Trade Arabia). Інвестиції у проєкт, учасниками якого є державна компанія Iranian Mines and Mining Industries Development and Renovation Organization (IMIDRO), БЕЗ Чахбехар і група приватних інвесторів, складуть \$4,3 млрд. Будівництво буде завершено через три роки. Перша черга передбачає запуск виробництва губчастого заліза в обсязі 1,6 млн т на рік. До кінця 2018 року передбачається ввести в дію й інші об'єкти – фабрику з виготовлення окатишів, сталеплавильний комплекс і прокатні стани. Обсяг виробництва складе 3,2 млн т сталі на рік. Метою проєкту заявлені забезпечення поставок сталевого прокату і металургійної сировини для задоволення внутрішніх потреб Ірану, а також експорт металопродукції.

У Саудівській Аравії у 2013 році стартував виробничий комплекс South Steel Company (SOLB) з річною продуктивністю 1 млн т сталі і 500 тис. т прокату на рік. Компанія Al-Tuwairqi Group приблизно у цей же час запустила другу електродугову піч на своєму комбінаті NASCO, що довело його потужність до 2,5 млн т сталі на рік і дозволило істотно скоротити закупівлі напівфабрикатів. Розширення виплавки металу на 1 млн т на рік планує і ще одна саудівська компанія – Rajhi Steel. Попит на прокат знизився також через дефіцит бюджету і воєнне протистояння з Єменом. Багато проєктів, для реалізації яких потрібен прокат, були відстрочені.

В Іраку анонсовані або вже реалізуються щонайменше чотири проєкти будівництва нових металургійних підприємств або модернізації наявних. Сукупна потужність цих проєктів оцінюється більш ніж у 2,5 млн т сталі і 2 млн т довгомірного прокату на рік.

Безумовно, Ірак і країни Перської затоки зможуть зменшити потреби в імпортованих заготовках і готовому прокаті.

Щодо ринку залізорудної сировини, гірничо-металургійні підприємства України в січні-серпні 2015 року в умовах значного падіння цін на ЗРС у світі скоротили виручку від експорту цієї продукції на 37,9% порівняно з аналогічним періодом минулого року – до 1,471 млрд дол. з 2,370 млрд дол. Основними покупцями українського ЗРС були Китай – 46,6% виручки, Чехія – 9,9%, Польща – 10,4%. Основними конкурентами України є гірничорудні компанії із Австралії і Бразилії, т.зв. компанії «Великої трійки» (BHP Billiton, Rio Tinto Group и Vale). За рахунок низької собівартості виробництва і логістичних переваг з доставки у Китай вони ведуть агресивну політику зі збільшенню об'ємів своїх продажів ЗРС і витісненню українських виробників. Крім того, якісні показники сировини, що добувається в Бразилії та Австралії, значно кращі, а нашим підприємствам ще потрібно нести значні витрати на збагачувальні роботи.

У зв'язку з цим постає питання: як українським металовиробникам утримати свої позиції на регіональному та світовому ринках? Саме інформаційно-аналітичні джерела здатні допомогти аналітикам та експертам оцінити позиції своїх конкурентів та виявити нові ніші на ринках, використовуючи законні методи конкурентної розвідки.

На думку В.Л. Мазура, металургійні підприємства країни порівняно з розвиненими країнами світу характеризуються істотним технологічним відставанням і підвищеною енергоємністю. На галузь тисне як знос основного технологічного обладнання, так і нарощування сучасних металургійних потужностей у світі. Сьогодні українські металургійні підприємства «з технічної причини» не в змозі ефективно конкурувати на глобальних ринках сталі навіть за наявних обсягів виробництва, не кажучи вже про планований приріст виплавки [12].

Тому ефективна стратегія розвитку галузі в сучасних умовах повинна жити такі основні заходи, які дозволять істотно підвищити енергоефективність:

- застосування сучасних технологій та обладнання, створення гнучких технологій наскрізного виробництва сталі з використанням агрегатів позапічної обробки чавуну та сталі;

- удосконалення технологічних процесів, заміна мартенівської технології виплавки сталі технологією конверторної виплавки і впровадження технологій доменної плавки чавуну із вдмухуванням гарячих поновлюваних газів на холодному технологічному кисні й пилувугільній суміші;

- використання домішок пилоподібного вугілля в доменному виробництві;

- структурна перебудова галузі з переходом на інноваційний шлях розвитку;

- підтримка ефективно працюючих виробничих потужностей та розвиток сировинної бази чорної металургії;

- збалансований розвиток взаємопов'язаних підгалуздей гірничо-металургійного комплексу [13].

У більшості країн інформаційно-аналітична діяльність – розвинена сфера бізнесу, що приносить значні прибутки. Відстеження кон'юнктури ринку, нових продуктів чи послуг, стратегії і планів реальних і потенційних конкурентів – неодмінний атрибут поважачої себе фірми [8, ст. 15].

Будь-яка організація (комерційна або некомерційна) при заключенні угод постійно підлягає ризику бути дезінформованою щодо суб'єкту угоди, його реальних намірів та умов заключення догово-

рів. Аби цьому запобігти, на етапі переддоговірної роботи необхідно ретельно вивчити комерційну біографію партнера, його економічну спроможність, добросовісність, авторитет та інші фактори діяльності, які можуть вплинути на ту чи іншу сторону майбутніх ділових відносин.

Збір відомостей для ділових переговорів і виявлення ненадійних партнерів по бізнесу може забезпечити керівництво організації від перспективи мати несприятливі економічні або юридичні наслідки через недобросовісні дії контрагентів. Збір інформації також дозволяє «відсіяти» ненадійних партнерів по бізнесу ще до вступу з ними у переговори (наприклад, завдяки даним про банкрутство компанії чи невикрачені кредити). Крім того, під час проведення переговорів, завдяки зібраній та належним чином проаналізованій інформації, керівництво може оперувати фактами і даними щодо іншої сторони, що може принести підприємству більші вигоди.

Висновки. Як бачимо, інформаційно-аналітичні джерела в системі управління підприємством відіграють дуже важливу роль. Належний моніторинг та аналіз інформації, визначення причин, джерел, характеру, інтенсивності впливу загрозливих факторів на потенціал виробництва, зважене прийняття керівництвом компанії управлінських рішень на основі ефективно функціонуючої системи інформаційної безпеки дозволять забезпечити належний рівень економічного розвитку підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічне управління підприємством: навч. посіб. / А.М. Колосов, О.В. Коваленко, С.К. Кучеренко, В.Г. Бикова; за заг. ред. А.М. Колосова. – Старобільськ: Вид-во ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2015. – 352 с.
2. Быткин С.В., Литвин В.М. Конкурентная разведка во внешнеэкономической деятельности: инженерно-экономические методы / С.В. Быткин, В.М. Литвин. – Х.: Фактор, 2015. – 240 с.
3. Чергинець Е.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємництва (збір та пошук інформації) / Е.В. Чергинець, А.В. Зайцев, Є.В. Позднишев // Навчальний посібник. Книга 2 / За заг. ред. Є.В. Позднишева. – К.: Видавець Позднишев, 2007. – 74 с.
4. Копелев І.Ю. Інформаційні загрози: суть і проблеми / І.Ю. Копелев, М.О. Живко // Системи обробки інформації. – 2010. – Вип. 3.
5. Бурьяк А.В. Аналитическая разведка [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1017064/Buryak_-_Analiticheskaya_razvedka.html.
6. Ткачук Т. Характерні особливості конкурентної розвідки та промислового шпигунства / Т. Ткачук // Персонал. – 2007. – № 2. – С. 72-78.
7. Захаров О.І. Інформація в управлінні системою економічної безпеки підприємства / О.І. Захаров // Вчені записки Університету «Крок». – 2009. – № 19. – С. 177-186.
8. Дудихин В.В. Конкурентная разведка в Интернет / В.В. Дудихин, О.В. Дудихина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ООО «Издательство АСТ»: Издательство «НТ Пресс», 2004. – 229, [II] е.: ил.
9. Зовнішньоекономічна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. World Steel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org/dms/internetDocumentList/bookshop/2015/World-Steel-in-Figures-2015/document/World%20Steel%20in%20Figures%202015.pdf>.
11. World Steel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org/statistics/crude-steel-production.html>.
12. Інформаційне агентство МІНПРОМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minprom.ua/articles/97345.html>.
13. Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасний менеджмент: проблеми теорії та практики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ktu.edu.ua/uploads/files/konferentsyi/2015/menedzhm2015.pdf>.

УДК 658.8

Ковінько О.М.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри маркетингу та реклами**Вінницького торговельно-економічного інституту**Київського національного торговельно-економічного університету*

АКТИВІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗАСОБАМИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Обґрунтовано важливе місце міжнародного маркетингу в діяльності вітчизняних підприємств, так як в умовах глобалізації перед національними компаніями постає завдання бути конкурентоспроможними і мати можливість ефективно та прибутково здійснювати господарські операції у світовому масштабі. Проведений сутнісно-етимологічний аналіз існуючих визначень міжнародного маркетингу та запропоновано авторське визначення міжнародного маркетингу як систематичної та планомірної діяльності щодо освоєння вітчизняного ринку та проникнення на ринки інших країн (на декілька), що характеризується різними етапами просування товарів до покупців, розташуванням виробництва в інших країнах.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, ринки, транснаціональні корпорації, експорт, еволюція, законодавство.

Ковинько А.Н. АКТИВИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОМПАНИИ СРЕДСТВАМИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

Обосновано место международного маркетинга в деятельности отечественных предприятий, так как в условиях глобализации перед национальными компаниями стоит задача быть конкурентоспособными и иметь возможность эффективно и прибыльно осуществлять хозяйственные операции в мировом масштабе. Проведен по существу этимологический анализ существующих определений международного маркетинга и предложено авторское определение международного маркетинга как систематической и планомерной деятельности по освоению отечественного рынка и проникновения на рынки других стран (на несколько), который характеризуется различными этапами продвижения товаров к покупателям, расположением производства в других странах.

Ключевые слова: международный маркетинг, рынки, транснациональные корпорации, экспорт, эволюция, законодательство.

Kovinko O.M. INTENSIFICATION OF FOREIGN MEANS OF PRODUCTION ENTERPRISE MARKETING INTERNATIONAL

Proved an important place in the international marketing of domestic enterprises, because in globalized national companies to task appears to be competitive and be able to effectively and profitably carry out business transactions worldwide. Conducted in factymological analysis of existing definitions of international marketing and invited authors' definition of international marketing, as systematic and planned activities for the development of the domestic market and penetrate the markets of other countries (some), characterized by different stages of promotion of products to customers, location of production in other countries.

Keywords: international marketing, markets, multinationals, export, evolution, legislation.

Постановка проблеми. Існуюча неоднорідність соціально-економічного, науково-технічного, зовнішньоекономічного розвитку України в умовах розвитку глобальної конкуренції вимагає від підприємств застосування ефективних інструментів позиціонування і просування товарів та послуг як у внутрішньому, так і в світовому просторі. Це означає, що вітчизняні підприємства повинні здійснювати господарську діяльність і позиціонувати себе як платформа для реалізації перспективних світових проєктів, і тим самим забезпечувати ефективну підприємницьку діяльність за рахунок активізації та раціоналізації зовнішньоекономічної діяльності.

В умовах глобалізації перед національними компаніями виникає необхідність ефективнішого використання принципів міжнародної маркетингової діяльності, щоб не просто працювати на світовому ринку, а бути конкурентоспроможними і мати можливість ефективно та прибутково здійснювати господарські операції у світовому масштабі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розробку концептуальних засад у формуванні концепції міжнародного маркетингу зробили такі науковці: Ж.-Н. Копферер, Ф. Котлер, Т. Левітт, Д. Квелч, Ел. Райс, А.Ф. Павленко, С. Кумбер, Д. Ренделл, В. Тамберг, А. Бадьин, Н.В. Коник, Т.А. Пешкова. Метою їхніх досліджень стала розробка методичного інструментарію активізації зовнішньоекономічної діяльності із застосуванням засобів і можливостей міжнародного маркетингу для забезпечення стійких конкурентних переваг, завоювання міцних ринкових позицій.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Прагнення фірм повною мірою використовувати свої виробничі, наукові та комерційні можливості не тільки приводить їх до необхідності здійснювати пошук переваг не тільки на національному ринку, але й змушує в умовах зростаючої конкуренції витягати вигоди з різниці або ідентичності в економічній ситуації на ринках різних країн. Вихід на зовнішній ринок як для більшості вітчизняних, так і іноземних підприємств не можна розглядати як гостру необхідність, однак вигоду від такої діяльності можуть отримувати і такі підприємства.

У зв'язку з цим найбільш раціональним шляхом, що дозволяє розкрити сутність досліджуваного нами явища та дати його визначення, є розкриття його походження та суперечливого розвитку, що передбачає виявлення головних елементів із уже існуючих визначень як національного, так і міжнародного маркетингу. Виділення головного із сукупності понять і термінів, що визначають міжнародний маркетинг, вимагає особливої процедури дослідження існуючих зв'язків між сукупністю цих елементів і з позиції того, що міжнародний маркетинг являє собою тільки частину цілісної системи існуючих міжнародних економічних відносин.

Формулювання цілей статті. Ціллю дослідження є розробка теоретичних підходів і практичних рекомендацій, спрямованих на застосування міжнародного маркетингу як засобу активізації зовнішньоекономічної діяльності виробничого підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «міжнародний маркетинг» прийнято вживати

щодо підприємств, коли сфера їхньої бізнес-діяльності виходить за рамки національних границь. Він, звичайно, є антонімом поняття «національний або внутрішній маркетинг». У деяких випадках замість терміну «міжнародний маркетинг» використовують термін «зовнішній маркетинг». У зв'язку із цим у вітчизняній теорії та практиці варто вважати правильним застосування як терміну «міжнародний маркетинг», так і терміну «зовнішній маркетинг», а також рівнозначність понять «національний і внутрішній маркетинг», якщо не вводяться які-небудь спеціальні обмеження на їхнє вживання.

Частина авторів вважає міжнародний маркетинг на стільки невід'ємною частиною усієї системи маркетингу підприємства, що, швидше за все, не передбачає необхідності давати яке-небудь окреме його визначення. Найбільш яскраво цю позицію відображає відомий учений-маркетолог Ф. Котлер: «Може виникнути питання, а чи не припускає заняття міжнародним маркетингом використання яких-небудь нових принципів? Зовсім очевидно, що принципи постановки маркетингових завдань, вибору цільових ринків, визначення маркетингового позиціонування, формування комплексу маркетингу та проведення маркетингового контролю залишаються дійсними. Всі ці принципи не нові, однак відмінності між країнами можуть виявитися такими глибокими, що діячеві міжнародного ринку необхідно вміти розбиратися в закордонному середовищі та іноземних інститутах і бути готовим до перегляду фундаментальних подань про те, як люди реагують на спонукальні прийоми маркетингу» [1, с. 612]. Тим самим для міжнародного маркетингу, згідно із цією думкою Ф. Котлера, зберігається справедливым визначення, дане ним для маркетингу в цілому: «Маркетинг – це вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб за допомогою обміну» [1, с. 47].

Визначення, дане Ф. Котлером, відображає послідовність між національним маркетингом, що відпо-

відає еволюції теорії маркетингу, однак у ньому не формуються обмеження на склад суб'єктів ринку. Суб'єктами ринку, за цим визначенням, можуть бути як окремі юридичні та фізичні особи, що перебувають у різних країнах світу, так і суб'єкти, що перебувають у межах національних границь держав. Остання обставина суперечить основному принципу маркетингу – задовольняти найбільшою мірою потреби споживачів товарів і послуг, що неможливо зробити без обліку національних особливостей ринку тієї або іншої країни.

Окремі фахівці розглядали визначення міжнародного маркетингу як філософію міжнародного бізнесу та інтелектуальну технологію бізнесу, що має кумулятивний характер, під впливом і за допомогою якого у формі речових і неречових обмінів, що перетинають державні границі, забезпечується задоволення інтересів і потреб учасників обмінів.

Визначення, дане Г.Л. Багієвим, В.М. Тарасевич і Х. Анн, базується на концепції маркетингу взаємодії: «Міжнародний маркетинг можна визначити як філософію та інструментарій міжнародного підприємства та як процес розробки і прийняття рішень у мережі взаємин (комунікацій) між інтернаціональними фірмами (юридичними та фізичними особами), які залучені у процес комерційного або некомерційного міжнародного обміну товарами та послугами» [2, с. 556].

Вивчення спеціальної літератури показує, що при визначенні поняття «міжнародний маркетинг» можна виділити два основних підходи:

- міжнародний маркетинг вважається невід'ємною частиною всієї системи маркетингу підприємства. Представники такого підходу не бачать необхідності давати яке-небудь окреме визначення міжнародного маркетингу. Прихильники першого підходу, таким чином, підходять до поняття міжнародного маркетингу, виходячи з того, що національний маркетинг виник історично та розвивався

Таблиця 1

Основні теоретичні підходи, що відображають сутність поняття «міжнародний маркетинг»

Автор	Визначення
Г. Албаум, Б. Берман, Е. Кайнак	Міжнародний маркетинг як особливий вид діяльності зводиться до маркетингової діяльності за межами національних кордонів, здійснюються одночасно в декількох країнах, або до маркетингу товарів і послуг між країнами.
Х. Мейснер, Х. Мефферт, П. Ховелл	Сутність міжнародного маркетингу полягає у діяльності зі збуту товарів на закордонних ринках різними способами.
Ф. Джефкінс	Міжнародний маркетинг як продаж товарів за кордоном шляхом експорту, ліцензування або шляхом створення виробничого підприємства в інших країнах.
З. Карпова	Міжнародний маркетинг – це маркетинг товарів і послуг за межами країни, в якій знаходиться підприємство. Уся робота з маркетингу, орієнтована на зарубіжні інтереси фірми, належить саме до сфери міжнародного маркетингу.
Американська асоціація маркетингу	Міжнародний маркетинг – це феномен маркетингу, що здійснюється в середовищі, відмінному від національного або іншого базового середовища.
Філіп Котлер	Міжнародний маркетинг полягає у розширенні та ускладненні взаємодії між країнами, створенні глобального ринку товарів, що пов'язано із інтернаціоналізацією капіталу і посиленням конкуренції на міжнародних ринках.
П.С. Зав'ялова	Міжнародний маркетинг є складним і важким процесом вивчення зовнішніх ринків і їхніх можливостей, дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища, підтримка прямих зв'язків із закордонними покупцями чи дія через посередницькі фірми; відповідність вимогам світового ринку – дотримання прийнятних умов збуту товарів, розробка та виробництво таких експортних товарів, які через кілька років після виходу на ринок, відрізнялися б високою конкурентоспроможністю.
В.І Сергєєва	Міжнародний маркетинг – це філософія міжнародного бізнесу та одночасно комерційна і некомерційна інтелектуальна технологія цього бізнесу, що має кумулятивний характер, під впливом якої у формі обміну забезпечується задоволення інтересів і потреб учасників обміну.
Т.М. Циганкова	Міжнародний маркетинг – це маркетингова діяльність фірми за межами національних кордонів.
К.В. Садченко	Міжнародний маркетинг – це діяльність направлена на просування товарів та послуг на міжнародних ринках від того, хто їх виробляє, до того, хто має в них потребу, засобами міжнародного обміну, міжнародних угод купівлі-продажу і маркетингових стратегій.

першим. Тому закладені у внутрішньому маркетингу принципи та методи прийняття рішень можуть застосовуватися для міжнародного маркетингу;

- міжнародний маркетинг пов'язує з інтернаціоналізацією світового господарства, що поставила підприємства в якісно нові умови бізнес-діяльності, у результаті чого підприємства не можуть обмежуватися тільки видозміною інструментів внутрішнього ринку. Принципово нові умови ведення бізнес-діяльності та збільшення кількості факторів, що впливають на прийняття рішень призвели до виникнення нових міжнародних сфер бізнес-діяльності. При цьому міжнародний маркетинг, будучи складовою частиною зовнішньоекономічної діяльності, відрізняється від внутрішнього принципово новими особливостями.

Розуміння сутності міжнародного маркетингу є неоднозначним. Окрім того, воно схильне до зміни в міру посилення процесів глобалізації та інтеграції у світовій економіці.

З метою формування адекватного авторського підходу до поняття міжнародного маркетингу необхідний сутнісно-етимологічний аналіз наявних трактувань.

У роботах зарубіжних авторів пропонуються різні визначення міжнародного маркетингу. У результаті виділено кілька основних теоретичних підходів, що відображають сутність поняття міжнародного маркетингу (табл. 1).

Однак у міру свого розвитку визначення міжнародного маркетингу змінювалося та ускладнювалося. Так, наприклад, Р. Дамара відзначає, що міжнародний маркетинг являє собою щось більше, ніж маркетинг експортної продукції або просте поняття продажу національних товарів за кордон, і визначає його як комплекс заходів, необхідних для ствердження на закордонному ринку та участі в ньому [3].

Таким чином, основу міжнародного маркетингу становить не просте перетинання товарами границь, а деякі якісні зміни як в управлінні міжнародною маркетинговою діяльністю, так і в характеристиках самої компанії.

Найбільш поширеною думкою вчених-економістів є те, що міжнародний маркетинг являє собою «маркетинг товарів і послуг за межами країни, де знаходиться підприємство». Близьке за змістом до вищезазначеного розуміння міжнародного маркетингу Г.Л. Багієвим, В.М. Тарасевич, Х. Анн трактується як «маркетинг, використовуваний організаціями у зовнішньоекономічній діяльності» [2, с. 91].

При цьому варто зазначити, що ці визначення не відображають суті міжнародного маркетингу та є абстрагованими від його особливостей, тоді як посилення процесів глобалізації вимагає виділення цих особливостей з метою подальшого формування адекватної системи міжнародного маркетингу та її інтеграції в систему управління підприємством, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Ґрунтуючись на тому, що багато вчених розглядають маркетинг як комплекс заходів, і, враховуючи, що міжнародний маркетинг є одним із видів маркетингу, то досить поширеним є розуміння міжнародного маркетингу як комплексу заходів. «Міжнародний маркетинг являє собою особливий комплекс заходів щодо реалізації товарів і послуг за межами своєї країни» [4, с. 115].

Г. Армстронг вважає, що міжнародний маркетинг – це діяльність, яка пов'язана із попереднім вивченням ринків країн, що можуть становити

інтерес; вибором найбільш сприятливого регіону чи країни; визначенням способу присутності підприємства на цьому ринку; визначенням комерційної пропозиції в розрізі товарів, послуг і цін, пристосованих як до сприятливих, так і до несприятливих варіантів ринку; визначенням комерційної політики, збутової політики, комунікацій і підбір торгового персоналу [5].

Тому доцільність виходу на новий зарубіжний ринок пояснює необхідність знаходження компромісу між використанням уже випробуваних на інших ринках рішень і необхідним рівнем адаптації. Стандартизація дає вигреш у продуктивності, але адаптація часто є тією неминучою ціною, яку треба заплатити заради закріплення на ринку.

Ж.Ж. Ламбен пропонує при виході фірми на глобальний ринок, зберігши стійку конкурентну перевагу, використовувати два різних підходи [6, с. 49]. Перший підхід, орієнтований на стандартизацію маркетингової активності на усіх ринках, віддає пріоритет показникам ефективності власного виробництва. Другий підхід, навпаки, наголошує на адаптацію товарів, тобто на маркетинг специфічних потреб різних ринків.

Проведений сутнісно-етимологічний аналіз існуючих визначень міжнародного маркетингу дозволив запропонувати авторське визначення міжнародного маркетингу. Отже, міжнародний маркетинг – це систематична та планомірна діяльність щодо освоєння вітчизняного ринку та проникнення на ринки інших країн, можливо відразу на декілька, що характеризується різними етапами просування товарів до покупців, розташуванням виробництва в інших країнах.

У цьому визначенні ми виходимо із необхідності виявлення та задоволення потреб і запитів споживачів країн, де планується здійснювати маркетингову діяльність. Тобто міжнародний маркетинг – це інструмент активізації діяльності підприємства на ринки інших країн при дотриманні ділової культури, рівноваги попиту та пропозиції.

Висновки. Отже, міжнародний маркетинг як інструмент розвитку підприємства є механізмом реалізації та підвищення ефективності його бізнес-діяльності із залученням засобів зовнішньоекономічної діяльності. Він спрямований на потенційних споживачів, концентрацію зусиль на просування вітчизняних товарів на зовнішні ринки, підтримку сформованих і розвиток нових бізнес-зв'язків з іншими підприємствами, підвищення конкурентоспроможності підприємства, виведення підприємства на лідируючі позиції та розвитку його позитивного іміджу в Україні та за кордоном.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф. Основи маркетингу. Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М. : Прогрес, 1993.
2. Багієв Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багієв, В.М. Тарасевич, Х. Анн. – М. : ВАТ «Економіка», 1999.
3. Дамари Р. Теорія і практика маркетингу // Маркетинг. Спец. випуск. – 1994. – № 1.
4. Захаров В.Я. Маркетингові дослідження. Опитування для менеджерів : монографія. – Н. Новгород : Волжськ. держ. інж.-пед. інститут, 1998.
5. Котлер Ф. Основи маркетингу : Пер. с англ. – 2-е европ. изд. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – М.; Спб.; К. : Видавництво «Вільямс», 1999.
6. Ламбен Ж.-Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива / Пер. с французької / Ж.-Ж. Ламбен. – Спб. : Наука, 1996.

УДК 339.138

Колотова Н.Б.

асистент кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто значення маркетингу, яке все більше зростає в реалізації інноваційних проектів машинобудування. Теорії інноватики нині усе більшою мірою властивий маркетинговий аспект. Також розглянуто комплекс маркетингу інновацій, визначено його особливості на сучасному етапі економічного розвитку суспільства. Особлива увага у статті приділена формуванню маркетингового інструментарію в області інновацій з позицій сучасних підходів у маркетингу – маркетингу партнерських відносин.

Ключові слова: комплекс маркетингу, маркетинг інновацій, інноваційний проект, маркетинг партнерських відносин.

Колотова Н.Б. АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье рассмотрено значение маркетинга, которое все больше возрастает в реализации инновационных проектов машиностроения. Теории инноватики в настоящее время все в большей степени присущ маркетинговый аспект. Также рассмотрен комплекс маркетинга инноваций, определены его особенности на современном этапе экономического развития общества. Особое внимание в статье уделено формированию маркетингового инструментария в области инноваций с позиций современных подходов в маркетинге – маркетинге партнерских отношений.

Ключевые слова: комплекс маркетинга, маркетинг инноваций, инновационный проект, маркетинг партнерских отношений.

Kolotova N.B. ANALYSIS OF FORMING OF COMPLEX OF MARKETING OF INNOVATIVE PROJECTS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

In the article is considered the value of marketing, that all anymore increases in realization of innovative projects of machine-building enterprises. Presently the theory of innovations acquires a marketing aspect. In addition in the article is considered the complex of marketing (marketing mix) of innovations, his features on the modern stage of economic development of society. The special attention in the article is spared to forming of marketing tool in area of innovations from positions of modern approaches in marketing – marketing of partner relations.

Keywords: complex of marketing (marketing mix), marketing of innovations, innovative project, marketing of partner relations.

Постановка проблеми. Маркетингова складова управління інноваційною діяльністю покликана узгодити відносини між сферами дослідної та винахідної діяльності, фінансуванням, матеріально-технічним забезпеченням, виробництвом, вирішити протиріччя і згладити розрив між науковими розробками, виробництвом і споживанням. Проте на різних етапах розвитку ринкових стосунків маркетинг займає різну позицію в узгодженні розподільних стосунків у збалансованості попиту і пропозиції продукції, оскільки його концептуальні особливості теж відрізнялися. Нині теорії інноватики усе більшою мірою притаманний маркетинговий аспект. При цьому на перший план виходять не лише питання створення попиту на інноваційні технології, але і необхідність формування ефективної взаємодії з партнерами і споживачами у процесі створення і реалізації інноваційного продукту.

Це обумовлює актуальність науково-прикладних досліджень у сфері розробки і впровадженні ефективного маркетингового інструментарію інноваційних проектів.

Вивчення маркетингу інновацій залучає до досліджень усе більшу кількість учених із різних країн. Значний внесок у розвиток теорії і практики досліджуваної проблеми зробили такі науковці: Ф. Котлер [1], Ж. Ж. Ламбен [2], Н.С. Ілляшенко [3], С.М. Ілляшенко [4], Т. Примак [5], О. Самчук [6], І. Соловійов [6], С. Чернишева [7], Н.І. Чухрай [8] та ін.

Незважаючи на широту досліджень, проведених у працях вітчизняних і зарубіжних учених, низка теоретико-методичних і прикладних особливостей застосування концепції маркетингу інновацій, розгляд інструментів управління відносинами між суб'єктами інноваційної діяльності та їхнім страте-

гічним розвитком залишаються недостатньо вивченими. Необхідність налагодження та раціоналізації взаємодії між усіма факторами інноваційної діяльності та суб'єктами господарювання породжує переосмислення традиційних підходів до формування інструментарію маркетингової діяльності інноваційних проектів у реальній економічній дійсності. Актуальність вирішення вищезазначених проблем визначила вибір теми, цілі і завдання цієї наукової статті.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз елементів комплексу маркетингу інновацій та рекомендації з використання інструментів маркетингу інноваційних проектів машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. З позицій економічного підходу маркетинг інноваційних проектів як вид діяльності активно досліджується і визначається як технологія використання комплексу маркетингових заходів на усіх етапах життєвого циклу нововведення, починаючи з пошуку інноваційної ідеї і завершуючи відходом товару з ринку з метою створення прибуткового бізнесу і отримання надприбутку [9, с. 119]. Перебуваючи у рамках економічного підходу до створення і реалізації інноваційних проектів, маркетинг інновацій орієнтований на роботу з матеріально-речовими результатами інноваційної діяльності або з техніко-технологічними ідеями, здатними призвести на виході до комерційного успіху і підвищення конкурентоспроможності.

Значення маркетингу зростає в наукомістких галузях промисловості, оскільки, по-перше, орієнтує усі інші функції підприємства на задоволення галузевих ринкових потреб потенційних замовників наукомісткого промислового устаткування, по-друге, визначає політику виробника у ході проектів і, зрештою, підвищує їхню економічну ефективність.

Отже, теорія інноватики усе більшою мірою приймає маркетинговий аспект. При цьому на перший план виходять не лише питання створення попиту на інноваційні технології, але і необхідність формування ефективної взаємодії з партнерами і споживачами у процесі створення і реалізації інноваційного продукту.

Посиленню ролі маркетингу сприяють і процеси, що відбуваються в організації і управлінні сучасним інноваційним процесом, серед яких можна виділити:

1) збільшення швидкості поширення інновації і можливостей їх копіювання за рахунок розвитку інформаційних технологій і появи додаткових технічних можливостей, що знижує значущість патентів як засобів захисту інтелектуальної власності і стимулює пошук нових засобів;

2) необхідність залучення до інноваційного процесу значної кількості учасників, у тому числі і з різних сфер діяльності і галузей, у зв'язку з його більшою інтелектуальною складовою і технологічною складністю, що обумовлює важливість координації діяльності і узгодження інтересів учасників;

3) зниження значущості для споживачів продуктових інновацій: через обмеженість їх сприйняття, коли їх з'являється надто багато і часто; через проблему утилізації старих продуктів;

4) вплив на процес створення і прийняття інновацій державних структур і громадських організацій, які значною мірою можуть сприяти або перешкоджати його успішній реалізації;

5) активне становлення і розвиток ринків нематеріальних продуктів (послуг, інформації, знань), що обумовлює застосування нових методів їх просування і збуту [10, с. 138].

З урахуванням вищесказаного маркетинг інновацій можливо визначити як комплекс заходів з дослідження усіх питань (комерційних і соціальних), пов'язаних з процесом створення і реалізації конкретних нововведень, інноваційних проектів і програм для забезпечення ефективного пристосування інновацій до запитів і вимог середовища їх реалізації, а також з метою оптимізації управлінських рішень в області здійснення інноваційних програм.

За Н.С. Ілляшенко, комплекс інноваційного маркетингу представлено у вигляді наступної формули: «5P+C» [3, с. 45]. Виходячи з цієї формули, складовими комплексу є перш за все чотири традиційних елементи, тобто товарна, цінова, збутова та комунікаційна політики підприємства та додаткові складові – внутрішні та зовнішні взаємодії проекту (People) та інноваційна культура підприємства (Culture).

Виходячи з дослідження Н.В. Артемової, до класичного комплексу 4P додається декілька компонентів, які, на її думку, відбивають сутність маркетингу інновацій – 8P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence, Performance) [11, с. 15-16].

Таким чином, спроби розширення традиційного комплексу маркетингу до вимог маркетингу інновацій, у загальних рисах, можуть розглядатися як об'єднання традиційних елементів з елементами маркетингу партнерських відносин і торгового маркетингу. Отже комплекс маркетингу партнерських відносин визначається за допомогою 7P, де до традиційного 4P додаються: процес (Process), учасники (Participants) та фізичні атрибути (Physical evidence), а торговельний маркетинг визначено за допомогою 6P, де додатковими елементами є люди (People) та презентація (Presentation) [3, с. 9-10].

На думку автора, практично всі розширення до класичного комплексу маркетингу входять до складу його основних елементів.

Взаємодія зацікавлених сторін проекту здійснюється на основі обміну. Результатом такого обміну є система цілей інноваційного проекту. Вона слугує орієнтиром при проектній діяльності. Оскільки управління проектами пов'язане з динамічними системами і зовнішнім середовищем, то цей процес обміну ніколи не закінчується. Потреби змінюються, обмеження застарівають, процес зворотного зв'язку постійно здійснюється. Управління цим процесом є життєво важливим для діяльності команди й успіху проекту.

Таким чином, взаємодія, інтеграція зусиль зацікавлених сторін проекту в єдиний управлінський процес стає основною ланкою механізму формування і виконання інноваційного проекту. Система поглядів на проект як на унікальний комплекс взаємозв'язаних заходів для досягнення заздалегідь поставлених цілей при певних вимогах до термінів, бюджету і характеристик очікуваних результатів трансформується у розуміння того, що проект – це одночасно система взаємовигідних відносин ланцюжка взаємодіючих фірм і окремих суб'єктів інноваційно-інвестиційного ринку, що об'єднують свої зусилля для взаємного створення і спільного використання цінностей. Ця система обумовлює взаємодію зацікавлених сторін інноваційного проекту, балансує їхні інтереси, вибудовує стосунки на довготривалій основі.

Управлінська діяльність, спрямована на формування системи відносин в інноваційному проекті, базується на новій парадигмі управління інноваційними проектами – парадигмі відносин.

Відповідно до парадигми відносин приймається як даність той факт, що управління проектами більше не розглядається як простий кількісний засіб планування робочого завантаження виконавців проекту нижчого рівня, а визнано джерелом вигід для усіх зацікавлених сторін. Причому ці особи (бізнес-одиниці) не лише залежать від ефективності розробки і реалізації проекту, але і самі можуть робити вплив на управління проектами. Отже, управління проектами повинно задовольняти потреби зацікавлених у цих проектах сторін.

Основою взаємодії зацікавлених сторін інноваційного проекту у рамках парадигми відносин є формування системи відносин між ними. При цьому в якості ключової змінної разом з строком, бюджетом і характеристиками очікуваних результатів виступає інформація як найбільш рідкісний чинник виробництва. Наявність властивості рідкості в інформації обумовлена не кількісною її недостатністю, а принциповою неможливістю з боку учасників проекту надати їй об'єктивну значущість. Тобто інформація може бути віднесена до ключових змінних парадигми відносин, що відіграють не меншу, а в деяких випадках і важливішу роль, ніж інші змінні.

У рамках парадигми відносин дії зацікавлених сторін проекту не можуть зводитися до простого реагування на зміни, що відбуваються, – їхні дії мають бути адекватними змінам в зовнішньому середовищі.

Така діяльність спирається на нову управлінську логіку – управління з використанням інструментів маркетингу партнерських відносин. Це пов'язано з тим, що, використовуючи інструменти маркетингу партнерських відносин, учасники інноваційного проекту зосереджують увагу на наступних проблемних областях управління проектами: технологія; індивідуальні клієнти; масштаб діяльності; відбір

та ранжирування клієнтів; ланцюжок взаємовідносин; переосмислення ролі і місця маркетингу як інструменту управління інноваційними проектами; використання діяльності маркетологів для спільної роботи з членами команди проекту для сприяння створенню нових цінностей у процесі розробки та комерціалізації інноваційного проекту [12, с. 65-66].

Таким чином, в інструментарії маркетингу партнерських відносин логічно об'єднується сутність додаткових складових інноваційного маркетингу – Participants, Process, Physical evidence, People та інноваційна культура підприємства. Торговий маркетинг можливо розглядати як комплекс заходів, спрямований на підвищення ефективності взаємодії учасників дистрибуційного ланцюжка (дистриб'ютор, дилер, покупець, споживач) [13, с. 70]. Отже, він також базується на парадигмі відносин, що описана вище.

На думку автора, маркетинг відносин інноваційного проекту можливо визначити як стратегію комунікацій, спрямовану на залучення споживачів та бізнес-партнерів у процес ефективного вирішення конкретного науково-технічного завдання та комерціалізацію конкретної інноваційної ідеї.

Тому можна зробити висновок, що практично усі розширення традиційного комплексу маркетингу інноваційних проектів, які пропонуються різними авторами, базуються на маркетингу партнерських взаємин з урахуванням специфіки галузей діяльності і є складовими в основних елементів комплексу маркетингу 4P, а саме в Promotion.

Основною метою комунікаційної політики виробника наукомісткої продукції машинобудівних підприємств є доведення промислового устаткування до конкретного замовника з урахуванням індивідуальних вимог останнього. Комунікаційна політика повинна коригуватися залежно від етапу створення інновації на основі традиційних підходів до просування продукції.

На забезпечення комунікаційної політики між партнерами і компанією спрямовані інструменти маркетингу відносин: спільна зі споживачем розробка товару, особливі види сервісу, гарантії якості, індивідуальні технічні вимоги, особисті контакти, спеціальні акції, спеціальні пропозиції, маркетинг заходів (фестивалі, конференції, форуми, конкурси, презентації, демонстрації), директ-маркетинг, інтернет-маркетинг, простір із зануренням (он- та оффлайн), клієнтські спільноти, віртуальні спільноти, Web 2.0 (контент, що розробляють користувачі).

Особливістю сучасного етапу розвитку інформаційних технологій є широке застосування наступних специфічних інструментів розробки та комерціалізації інноваційних проектів: краудсорсинг і краудфандинг. Це інструменти застосування комунікаційних засобів на самих ранніх етапах створення інноваційних проектів, коли залучення потенційних споживачів та бізнес-партнерів на цих етапах може забезпечити значне зниження ризиків проекту за рахунок спільного планування, розробки, узгодження і затвердження техніко-економічних параметрів майбутнього нововведення і сприяти отриманню фінансування подальших етапів його виробництва та комерціалізації.

Таким чином, показано, що інструменти маркетингу партнерських відносин є сучасними елементами комунікаційної політики інноваційного проекту машинобудівного підприємства.

Висновки. Сучасне конкурентне середовище вимагає від підприємців опанування нових підходів до конкурування, а саме створення нових ринкових просторів задля уникнення конкуренції та налагодження стосунків з усіма суб'єктами ринку для ефективної реалізації спільних інноваційних проектів.

Інноваційний проект на сучасному етапі передбачає відкритість і включення якомога більшої кількості організацій і приватних осіб в дослідницький процес, фінансування, виробництво і володіння. Саме такий підхід до маркетингу інновацій стає все більш важливішим та актуальнішим. Тому застосування концепції маркетингу в аспекті відносин покликане сприяти розвитку нових підходів до управління інноваційними процесами, спрямованих на їх оптимізацію за умови підвищення задоволеності суб'єктів взаємодії. Проте такий підхід не вимагає спеціальних розширень елементів традиційного комплексу маркетингу, а дозволяє використовувати широкий діапазон сучасних маркетингових інструментів з урахуванням специфіки інноваційної діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
2. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг: Европейская перспектива : пер. с франц. / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
3. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. – 192 с.
4. Менеджмент та маркетинг інновацій : монографія / [За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
5. Примак Т. Від маркетингу відносин до маркетингу утримання клієнтів / Т. Примак // Маркетинг в Україні. 2006. – № 3. – С. 42-44.
6. Соловійов І.О. Маркетинг відносин в АПК: орієнтири на майбутнє / І.О. Соловійов, О.В. Самчук // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 5. – С. 47-51.
7. Чернишева С. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: теоретичний аспект [Електронний ресурс] / С. Чернишева. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>.
8. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник. – К. : КОНДОР, 2006. – 398 с.
9. Кучко Е.Е. Маркетинг инноваций: особенности, функции, структура // Проблемы управления. – 2009. – № 3(32). – С. 119-124.
10. Шерстобитова Т.И. К вопросу концептуальных основ инновационного маркетинга // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. – 2010. – № 4. – С. 137-146.
11. Артемова Н.В. Управление формированием и реализацией эффективной системы маркетинга инновационной продукции промышленных предприятий : автореф. дис. ... на соискание науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» / Н.В. Артемова. – Орел, 2014. – 25 с.
12. Черников Д.В. Проблемы управления взаимодействием в инновационном проекте // Современные аспекты экономики. – 2004. – № 12(63). – С. 64-67.
13. Карпенко Ю.М. Окремі аспекти торгового маркетингу // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2010. – № 2(6). – С. 69-77.
14. Струніна Л.В. Неформальный рынок венчурного капитала як джерело фінансування інноваційних проектів / Л.В. Струніна // Ukrainian Food Journal. – К. : НУХТ, 2012. – № 3. – С. 96-100.
15. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. Н.Н. Молчанова. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 528 с.
16. Что такое «инновации»? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.technopark.by/business/202.html>.

УДК 658.15:330.131

Корецька О.В.

*старший викладач кафедри «Фінансово-економічна безпека, облік та аудит»
Одеського національного морського університету*

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Стаття присвячена проблемам економічної безпеки підприємства та фінансової безпеки як її складової, що вивчаються представниками вітчизняної економічної науки порівняно недавно. Чинником виникнення та посиленої уваги до цих проблем є трансформаційна криза української економіки, яка охопила усі сфери і стала суттєвою перешкодою на шляху забезпечення сталого розвитку економіки та суспільства. В останні роки на базі усвідомлення усього розмаїття критеріїв, чинників і загроз фінансової безпеці відбувається процес систематизації та концептуалізації цього поняття як наукової категорії.

Ключові слова: економічна безпека, фінансова безпека, фінансова небезпека, індикатори фінансової небезпеки, рівень фінансової безпеки.

Корецькая О.В. ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Статья посвящена проблемам экономической безопасности предприятия и финансовой безопасности как ее составляющей, которые изучаются представителями отечественной экономической науки сравнительно недавно. Фактором возникновения и усиленного внимания к этим проблемам является кризис украинской экономики, которая охватила все сферы и стала существенным препятствием на пути обеспечения устойчивого развития экономики и общества. В последние годы на базе осознания всего разнообразия критериев, факторов и угроз финансовой безопасности происходит процесс систематизации и концептуализации этого понятия как научной категории.

Ключевые слова: экономическая безопасность, финансовая безопасность, финансовая опасность, индикаторы финансовой опасности, уровень финансовой безопасности.

Koretska O.V. FINANCIAL SECURITY AS AN COMPONENT OF ECONOMIC SECURITY

The article deals with the problems of economic security and financial security as its component caught the attention of recently representatives native economics. And constant factors of increased attention to these problems is a transformational crisis Ukrainian economy, which covered all areas and has become a significant obstacle to the sustainable development of economy and society. In recent years, the awareness of all diversity criteria, factors and threats to the financial security of the systematization process and conceptualization of this notion as a scientific category.

Keywords: economic security, financial security, financial danger, danger of financial indicators, level of financial security.

Постановка проблеми. Проблема забезпечення фінансової безпеки як складової економічної безпеки набуває великого значення через наявність чималої кількості загроз внутрішнього та зовнішнього характеру, що можуть негативно вплинути на всі етапи господарської діяльності підприємства, розмір економічних витрат і втрат. Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних учених дає підстави стверджувати, що питання фінансової безпеки підприємств ще досліджені не повною мірою.

Нині економічна ситуація докорінно змінилася. Перехід до ринкової економіки, створення великої кількості підприємств різних організаційно-правових форм, що засновані на різних формах власності, поява нових механізмів господарювання та багато інших факторів (зокрема вплив світової економічної кризи) поставили суб'єктів підприємницької діяльності в умови, коли вони значну увагу повинні приділяти вирішенню питань, пов'язаних із забезпеченням своєї фінансової безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зазначити, що в останні роки на базі усвідомлення всього розмаїття критеріїв, чинників і загроз економічній безпеці відбувається процес систематизації та концептуалізації цього поняття як наукової категорії.

Так, у монографії В.І. Мунтіяна [3] здійснено системне наукове дослідження проблеми економічної безпеки взагалі та фінансової безпеки як її складової у контексті їх оцінки як провідної ланки у всьому комплексі питань і напрямів забезпечення ефективного функціонування підприємства.

У науковій праці О.І. Барановського [1] звертається увага на всеосяжність проблеми економічної безпеки, вплив її на усі галузі економіки країни та

наводиться розгорнуте визначення, в якому увага акцентується на захищеності фінансових інтересів усіх рівнів, забезпеченості фінансовими ресурсами, збалансованості підсистем національної економіки, наявності та якості фінансових інструментів і послуг. Безперечно, в рецензованих монографіях неможливо здійснити вичерпний та остаточний аналіз досліджуваної проблеми.

Деякі з положень авторів потребують коригування і доповнення, можуть і мають бути предметом гострих наукових дискусій. Проте зазначені праці, безперечно, мають велику науково-теоретичну і практичну цінність, оскільки надають категоріальний і методологічний апарат та окреслюють основні напрями подальших наукових досліджень у цій сфері з метою поглиблення та всебічного розвитку розуміння фінансової безпеки як складової економічної безпеки як однієї із фундаментальних категорій економічної науки.

Постановка завдання. Принципово важливою особливістю статті є розгляд проблем фінансової безпеки не лише на рівні національної економіки в цілому, але і на рівні підприємства. Завдяки включенню до розгляду проблем мікрорівня вдається проаналізувати чинники й критерії стабільного функціонування підприємства як первинної ланки національної економіки, а відтак розкрити механізми взаємозв'язку макро- та мікрорівнів національної економіки в стратегічному вимірі.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі багато українських підприємств працюють у нестабільному економічному та суспільно-політичному середовищі, переживають глибокий спад виробництва і перебувають у критичному стані або у стані банкрутства. Тому економічна безпека

підприємства (у частині її складової – фінансової безпеки) має відіграти виняткову роль у подальшій діяльності підприємства.

Процеси, які відбуваються в економіці України, спрямовані на реформування усього господарського механізму у зв'язку з його переорієнтацією на ринковий тип господарювання. У цій ситуації прагнення суб'єкта економічної діяльності стабільно та успішно розвиватися стикається зі складністю оцінки рівня фінансової безпеки підприємства або її цілковитою відсутністю. Оцінка безпеки підприємства потребує: визначеності з набором складових економічної та фінансової безпеки підприємства; формалізованого опису динамічних властивостей підприємства з точки зору забезпечення його економічної безпеки, у взаємозв'язку з діями дестабілізуючих факторів; визначеності складу оціночних критеріїв складових економічної безпеки, а також їхньою градацією для різних рівнів безпеки.

Зважаючи на ідентифіковані загрози економічній безпеці підприємства, до її основних функцій варто віднести:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства (організації);

- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи того суб'єкта господарювання;

- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством (організацією);

- досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу, належної ефективності корпоративних наукових досліджень;

- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;

- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;

- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;

- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних і загально корпоративних інтересів.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку можуть бути:

- свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств-конкурентів);

- збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини тощо). Залежно від суб'єктної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, які виникають не з волі конкретного підприємства або його окремих працівників. Суб'єктивні впливи виникають унаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (передусім керівників і функціональних менеджерів).

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування нині і високий потенціал розвитку в майбутньому. До основних функціональних цілей економічної безпеки належать:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;

- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи іншого суб'єкта господарювання;

- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;

- досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу, належної ефективності корпоративних НДДКР;

- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;

- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;

- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;

- ефективна організація безпеки персоналу підприємства, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

Ефективність діяльності підприємств у ринковій економіці обумовлюється багато в чому станом його фінансів, що і призводить до необхідності розгляду проблем забезпечення фінансової безпеки підприємства. Навіть за досить високої прибутковості бізнесу недостатня увага до проблем фінансової безпеки підприємства може призвести до того, що компанія стане об'єктом ворожого поглинання.

Фінансова безпека може бути визначена як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості і рентабельності бізнесу, якості управління та використання основних і оборотних коштів, структури його капіталу, норми виплат за цінними паперами, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського становища і перспектив її технологічного та фінансового розвитку.

Головна мета фінансової безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування сьогодні та високий потенціал розвитку в майбутньому.

Головна умова фінансової безпеки підприємства – здатність протистояти існуючим і виникаючим небезпекам та загрозам, які здатні завдати фінансової шкоди підприємству, небажано змінити структуру капіталу, примусово ліквідувати підприємство тощо.

Функціонуючи в умовах невизначеності, підприємства стикаються із різними небезпеками, з яких найбільшу загрозу несуть саме фінансові небезпеки. Усі джерела фінансової небезпеки підприємства можна поділити на дві групи: об'єктивні і суб'єктивні. Об'єктивні можуть бути зумовлені змінами механізмів економічних і, насамперед, фінансових взаємин міжнародними і міждержавними угодами, діями окремих держав, змінами економічних і фінансових механізмів у державі, природними явищами тощо.

У процесі оцінки фінансової небезпеки підприємства спочатку оцінюються загрози економічній безпеці, які мають політико-правовий характер і включають: внутрішні негативні дії, зовнішні негативні дії, форс-мажорні обставини.

Під час оцінки поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки аналізують:

- фінансову звітність і результати роботи підприємства (платоспроможність, фінансову незалежність, структуру і використання капіталу та прибутку);

- конкурентний стан підприємства на ринку (частку ринку, якою володіє суб'єкт господарювання, рівень застосовуваних технологій і менеджменту);

- ринок цінних паперів (підприємства-оператори та інвестори цінних паперів, курс акцій і лістинг).

Під час оцінки фінансової безпеки передусім звертають увагу на зниження ліквідності, підвищення кредиторської та дебіторської заборгованості, зниження фінансової сталості підприємства.

Про ослаблення фінансової складової свідчать показники, серед яких основними є такі: зниження ліквідності; підвищення кредиторської і дебіторської заборгованості; зниження фінансової стійкості тощо. За цю складову економічної безпеки відповідають фінансові й економічні служби підприємства.

На фінансову складову економічної безпеки підприємства впливають такі чинники:

- внутрішні негативні дії (неефективне фінансове планування та управління активами; малоефективна ринкова стратегія; помилкова цінова і кадрова політика);

- зовнішні негативні дії (спекулятивні операції на ринку цінних паперів; цінова та інші форми конкуренції; лобіювання конкурентами недостатньо продуманих рішень органів влади);

- форс-мажорні обставини (стихийне лихо, страйки, військові конфлікти) та обставини, наближені до форс-мажорних (несприятливі законодавчі акти, ембарго, блокада, зміна курсу валют тощо) [4].

З вищесказаного бачимо, що фінансова складова як найважливіша у економічній безпеці потребує постійної уваги, покращення, підвищення її рівня, оскільки при негативних її результатах діяльність підприємства зазнає краху.

Для здійснення постійного контролю за фінансовою складовою економічної безпеки необхідно проводити оцінку її рівня як найважливішої складової на основі аналізу фінансової стійкості, ступінь якої визначається, виходячи з достатності оборотних коштів (власних чи позичених) для здійснення виробничо-збутової діяльності [2]. Оціночними показниками є:

$\pm E_c$ – надлишок (+) чи брак (-) власних оборотних коштів (E_c), необхідних для формування запасів і покриття витрат (Z), пов'язаних з господарською діяльністю підприємства;

$\pm E_r$ – надлишок чи брак власних оборотних коштів, а також середньострокових і довгострокових кредитів і позик (K);

$\pm E_n$ – надлишок чи брак власних оборотних коштів, а також довго-, середньо- і короткострокових кредитів і позик (K_r).

Ці показники відповідають показникам забезпеченості запасів і витрат джерелами їхнього формування. Вони розраховуються за такими формулами:

$$\pm E_c = E_e - Z;$$

$$\pm E_r = (E_c + K) - Z;$$

$$\pm E_n = (E_c + K_r + K) - Z.$$

Наведені вище показники лежать в основі формування п'яти рівнів фінансової безпеки підприємства, що зображені у таблиці 1.

Таблиця 1

Рівні фінансової безпеки підприємства

Рівень фінансової безпеки підприємства	Характеристика
абсолютний	для функціонування підприємства достатньо власних оборотних коштів: $\pm E_c \geq 0, \pm E_r \geq 0, \pm E_n \geq 0;$
нормальний	підприємство практично обходиться власними джерелами формування запасів і покриття витрат: $\pm E_c \approx 0, \pm E_r \geq 0, \pm E_n \geq 0;$
хитливий	підприємству недостатньо власних оборотних коштів, і воно вдається до середньострокових і довгострокових позик і кредитів: $\pm E_c < 0, \pm E_r \geq 0, \pm E_n \geq 0;$
критичний	підприємство для фінансування своєї діяльності вдається до короткострокових позик і кредитів: $\pm E_c < 0, \pm E_r < 0, \pm E_n \geq 0;$
кризовий	підприємство неспроможне забезпечити фінансування своєї діяльності ні власними, ні позиченими коштами: $\pm E_c < 0, \pm E_r < 0, \pm E_n < 0.$

Після проведення аналізу фінансової складової методом, який описаний вище, можна зробити висновок про фінансову забезпеченість підприємства і, відповідно, на цій основі приймати певні управлінські рішення стосовно подальшої його діяльності.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що фінансова безпека як складова економічної безпеки підприємства є найважливішою, оскільки від неї залежить уся діяльність підприємства. Належний її рівень значно впливає на внутрішні та зовнішні загрози, досить часто може їх повністю ліквідувати. Саме тому успішний керівник або уповноважена на це особа повинні періодично оцінювати фінансову забезпеченість підприємства і, відповідно, вчасно приймати відповідні рішення, оскільки будь-які навіть незначні зменшення фінансової забезпеченості зразу ж відіб'ються на діяльності підприємства в цілому, що в майбутньому може призвести не лише до зниження прибутку, а і до його ліквідації.

Отже, забезпечення фінансової безпеки є одним із пріоритетних завдань керівництва підприємства. Однак недосконалість фінансового ринку, законодавчої бази та специфіка функціонування української економіки ще більше загострюють проблеми забезпечення фінансової безпеки і виділяють її як важливу складову в системі економічної безпеки підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барановський О.І. Фінансова безпека / І.О. Барановський. – К.: Фенікс, 1999. – 338 с.
2. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України. – За ред. Гейця. – Харків: Інжек, 2006. – 240 с.
3. Мунтян В.І. Економічна безпека України / В.І. Мунтян. – К.: Квіц, 1999. – 464 с.
4. Петрович Й.М. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Й.М. Петровича. – 2-ге вид., виправл. – Львів: «Магнолія 2006», 2007. – 580 с.

УДК 330.322.5

Корнійчук А.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та кредиту
Вінницького національного аграрного університету***Гончарук Т.В.***кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри аграрного менеджменту
Вінницького національного аграрного університету***Коломієць Т.В.***асистент кафедри економіки та аналізу
Вінницького національного аграрного університету*

КОНВЕРГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМ АГРАРНОЇ ОСВІТИ, НАУКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Необхідним атрибутом динамічного розвитку й ефективного виробництва для підприємств аграрної сфери є оптимальна організація виробництва, функціонування якої забезпечують висококваліфіковані фахівці, які володіють фундаментальними знаннями та навичками у сфері економіки, організації та управління виробництвом, фінансів і маркетингу. У сучасних агроекономічних системах, які засновані на інноваційному типі розвитку, вирішальну роль відіграє інтелектуальний капітал як основа формування конкурентоспроможності даних систем. Встановлено, що на процеси формування та накопичення інтелектуального капіталу в аграрній сфері впливає конвергенція розвитку систем аграрної освіти, науки та підприємництва. Сформовано стратегію управління інтелектуальним капіталом аграрної сфери.

Ключові слова: інтелектуальний капітал підприємства, аграрна сфера, система аграрної освіти, інтелектуальний людський капітал, аграрна освіта.

Корнійчук А.М., Гончарук Т.В., Коломієць Т.В. КОНВЕРГЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМ АГРАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Необходимым атрибутом динамического развития и эффективного производства для предприятий аграрной сферы является оптимальная организация производства, функционирование которой обеспечивают высококвалифицированные специалисты, обладающие фундаментальными знаниями и навыками в сфере экономики, организации и управлении производством, финансов и маркетинга. В современных агроэкономических системах, основанных на инновационном типичном развитии, решающую роль играет интеллектуальный капитал как основа формирования конкурентоспособности данных систем. Установлено, что на процессы формирования и накопления интеллектуального капитала в аграрной сфере влияет конвергенция развития систем аграрного образования, науки и предпринимательства. Разработана стратегия управления интеллектуальным капиталом аграрной сферы.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал предприятия, аграрная сфера, система аграрного образования, интеллектуальный человеческий капитал, аграрное образование.

Korniychuk A.M., Goncharuk T.V., Kolomiets T.V. CONVERGENCE OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL EDUCATION, SCIENCE AND BUSINESS AS THE BASIS OF FORMING INTELLECTUAL CAPITAL AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

An essential feature of dynamic development and efficient production for the enterprises of agrarian sphere is the optimal organization of production, operation of which provide highly qualified professionals who possess the fundamental knowledge and skills in economics, organization and management of production, finance and marketing. In modern agro-economical systems, which are based on typical innovative development, intellectual capital plays the crucial role as the basis of formation of competitiveness of these systems. It has been established that the formation and accumulation of intellectual capital in agriculture effects on the convergence of systems of agricultural education, science and business. The strategy of intellectual capital at the agrarian sphere has been formed.

Keywords: intellectual capital enterprises, agriculture, agricultural education system, intellectual human capital, agricultural education.

Постановка проблеми. Трансформації у суспільному житті за останніх півстоліття призвели до кардинальних змін в організації функціонування сучасних економічних систем. Так, пануючою формою організації праці було матеріальне виробництво, на сьогодні пріоритети змінено, і за рахунок високого науково-технічного рівня виробництва та продуктивності праці незначна частка зайнятого населення у сфері матеріального виробництва забезпечує дедалі більше зростаючі потреби суспільства. На перше місце виходить не рутинна механічна праця, а творча діяльність індивідуума, що забезпечує всебічний розвиток людини. Перетворення знань та інформації у головний виробничий ресурс призвело до зміни ставлення до людини у суспільстві, визнання впливу її матеріального культурного і духовного рівнів на розвиток суспільства.

Сучасний стан вітчизняної економіки формується на основі поєднання впливу глобалізаційно-інтеграційних процесів та одночасним зниженням рівня розвитку науково-технічної бази, дефіцитом фінансових ресурсів для модернізації матеріальних активів. За такої ситуації зростає актуальність залучення інформаційних та інтелектуальних ресурсів для формування стратегічних конкурентних переваг. Як зазначають науковці, саме накопичення та ефективне використання інтелектуального капіталу – це шлях до інноваційного розвитку підприємства.

Наразі аграрний сектор економіки є одним із основних системоутворюючих складових функціонування економічної системи України. Сталий розвиток аграрної сфери є фундаментом для ефективного функціонування легкої, харчової та інших суміжних галузей. При значному впливі кризових явищ на сис-

тему господарювання країни аграрний сектор характеризується відносною стабільністю і в сучасних умовах є локомотивом усієї вітчизняної економіки. Безсумнівною є той факт, що основним чинником, що формує ефективність функціонування аграрної галузі виробництва, є людський капітал, оскільки саме від трудових ресурсів, їх кількості і, особливо, якості, залежить кількість та якість виготовленої продукції, ефективність функціонування підприємства, і, зрештою, рівень конкурентоспроможності всієї галузі. Іншими словами, високий рівень розвитку людського капіталу забезпечує стійкі конкурентні переваги як на мікро-, так і на макrorівні функціонування економічних систем.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та прикладні аспекти формування, нагромадження та ефективного використання інтелектуального капіталу висвітлені в працях як зарубіжних (Н. Бонтіс, Е. Брукінг Л. Едвінссон, М. Мелоун, Б. Лев, П. Саліван, К.-Е. Свейбі, Т. Стюарт, А. Козирев, Б. Леонтьев та ін.), так і вітчизняних дослідників (В. Базилевич, О. Бутнік-Сіверський, Н. Гавкалова, В. Геєць, О. Грішнова, О. Кендюхов, Н. Маркова, Л. Федулова, А. Чухно та ін.). Проблем формування інтелектуального капіталу в аграрній сфері торкаються у своїх дослідженнях Т. Гончарук, В. Кошельник, Л. Курило, П. Саблук, О. Шпикуляк та ін. Проте досі актуальним залишається питання визначення напрямів удосконалення процесів формування інтелектуального капіталу як на аграрних підприємствах, так і в аграрному секторі в цілому.

Метою статті є окреслення необхідності одночасного розвитку систем аграрної освіти, науки та підприємництва для формування інтелектуального капіталу аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність функціонування економічних систем значно залежить від взаємодії, взаємозв'язку та координації тактичних та стратегічних цілей та завдань кожної з підсистем. Якщо розглядати аграрну освіту, науку та підприємництво як підсистеми аграрної сфери економіки, то ефективність функціонування останньої залежить від розвитку кожної з її підсистем. Звідси випливає необхідність одночасного розвитку системи аграрної освіти, науки і підприємництва для підвищення ефективності функціонування аграрного сектора в цілому.

В економічній науці конвергенцією є процес зближення різних економічних систем, стирання відмінностей між ними, обумовлене спільністю соціально-економічних проблем і наявністю єдиних об'єктивних закономірностей розвитку. Метою цього дослідження є доведення необхідності наближення темпів розвитку систем аграрної освіти, науки та підприємництва, оскільки лише їх одночасний розвиток є запорукою високої ефективності як кожної із систем, так і аграрного сектора в цілому.

Професійна освіта втрачає потужні важелі наближення параметрів підготовки до вимог підприємств, які не виявляють схильності брати участь у формуванні програм і ресурсного забезпечення підготовки. Поширюється модель господарської поведінки, що заснована на невисоких вимогах до компетенцій працівника і заниженій оплаті праці. За таких умов дешева робоча сила та її експлуатація є єдиним джерелом формування конкурентних переваг підприємства. Така ситуація спричиняє руйнацію економічних мотивів роботодавця брати участь в ресурсному забезпеченні накопичення інтелектуального капіталу організації.

Результати досліджень О. Леушиної [1] вказують на значні диспропорції у системі формування інтелектуального капіталу вітчизняної економіки, що пов'язані з диференціацією між темпами інтелектуалізації праці та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Парадоксальною є ситуація, коли одночасно зі зростанням середнього освітнього рівня населення та кількості вищих навчальних закладів знижується інноваційна активність підприємств та організацій, зменшується обсяг наукових досліджень. На тлі стабільного рівня фінансування сфери освіти і науки рівень міжнародної конкурентоспроможності національної економіки знижується з року в рік. Усе це вказує на відсутність оптимальної моделі відтворення інтелектуального капіталу як на мікро-, так і на макrorівні.

Вітчизняна аграрна галузь у сучасних умовах потребує цілісної системи освіти, яка б відповідала національним інтересам і світовим тенденціям, забезпечувала б підготовку фахівців, здатних реалізувати свої знання, навички та здібності у повному обсязі. Незважаючи на те, що на сільськогосподарських підприємствах спостерігається тенденція до зростання кількості працівників із вищою освітою, проте такі кількісні зміни аж ніяк не призводять до підвищення ефективності функціонування підприємств, на яких вони працюють. Це свідчить про низький рівень аграрної вищої освіти або неможливість оптимального застосування знань та вмінь, отриманих у вищій школі.

Як зазначає С.Г. Заскалета [2], сучасна система професійної підготовки фахівців аграрної сфери потребує нових, інноваційних технологій і методів навчання та перенавчання, розширення знань на наукових засадах з урахуванням концепції освіти упродовж життя у ланці неперервної професійної освіти.

Наразі стає очевидним той факт, що без інноваційних процесів, раціональних науково обґрунтованих сівозмін, насінництва, селекції неможливо отримати статус світової аграрної держави, навіть при збільшенні обсягів виробництва продукції екстенсивним шляхом. Необхідно розробляти такі моделі нарощування сільськогосподарського виробництва, які б забезпечували виважену систему реформування, можливості становлення нових форм господарювання, зберігаючи при цьому потенціал, накопичений упродовж століть.

Справедливим є твердження В.М. Кошельник [3] щодо необхідності розуміння підприємцями важливості ролі кадрового потенціалу у досягненні стратегічних цілей та вкладення інвестицій у людський капітал підприємства, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства, становленню України як цивілізованої держави. Важливість інвестування у людський капітал доведена світовим досвідом розвинутих країн.

Як зазначають П.Т. Саблук та Ю.Ф. Мельник [4], основним чинником економічного зростання держави є науково-технічні інновації та комерційне застосування продуктивних технологій, наукових знань, організаційних ідей, які сприяють нарощуванню обсягів виробництва, розширення асортименту продукції разом з поліпшенням її якості. Підкреслюючи особливу важливість зв'язку освіти, науки і виробництва, вважаємо, що удосконалення системи надання освітніх послуг зумовить зрушення у системі аграрної науки, ефективні трансформації якої адаптують її до потреб виробництва.

Нині в Україні є достатня кількість аграрних навчальних закладів з висококваліфікованими

кадрами і науковців, і освітян, здатних у сучасних умовах трансформації аграрного виробництва забезпечити високу ефективність діяльності галузі й поліпшити функціонування аграрної науки та освіти. Але відсутність мережі аграрних технопарків, складне фінансування більшості сільськогосподарських підприємств не дають змоги здійснювати замовлення науковим закладам, а отже інновації не потрапляють до суб'єктів господарювання [5].

Дослідження А.В. Єремєєвої [6] вказують на стійку залежність між рівнем фінансування наукових та науково-технічних робіт та обсягом валової доданої вартості аграрного сектора. Так, доведено, що зі збільшенням фінансування наукових та науково-технічних робіт на 1 грн зростає обсяг ВДВ на 125 грн в аграрній сфері.

Аналіз основних показників функціонування аграрного сектора протягом 2010–2013 рр. (табл. 1) показав тенденцію до зростання кількості зайнятих у цьому секторі економіки (15,61%). Динаміка обсягу середньомісячної номінальної заробітної плати та валової доданої вартості також характеризується

значним зростанням. Значно нижчими темпами відбувається зростання обсягу фінансування витрат на виконання наукових та науково-дослідних робіт (16,05%), а найбільш тривожним є зменшення кількості працівників наукових організацій (-22,02%), що свідчить про незадовільні умови праці в аграрній науці.

Сучасний стан вітчизняної науки, у тому числі й аграрної, можна охарактеризувати як досить хиткий, про що свідчить звіт Державного агентства з питань науки, інновацій та інформатизації України [7]. Так, зазначено, що, незважаючи на скорочення загальної кількості наукових організацій і виконавців НДДКР, кількість друкованих праць у 2012 р. зросла порівняно з 2011 р. на 20 тис. Так, усього видано близько 375 тис. публікацій, найбільшу кількість з яких підготовлено науковцями сектору вищої освіти. За даними БД Scopus, у 2011 р. серед 76 країн, які публікують понад 1 тис. статей на рік, Україна посідала 45-те місце. Частка України в загальній кількості публікацій становила 0,29% (Західної Європи – 29,8%; США – 19,9%; Китаю – 14,3%;



Рис. 1. Економічний взаємозв'язок суб'єктів аграрної сфери у процесах формування та накопичення інтелектуального капіталу

Джерело: складено авторами

Таблиця 1

Динаміка деяких фінансово-економічних показників діяльності аграрного сектора

Показник	2010	2011	2012	2013	Відхилення 2013 року до 2010, %
Кількість зайнятих	3094,5	3393,8	3496	3577,5	15,61
Середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників	1472	1853	2086	2340	58,97
Валова додана вартість	82948	109961	113245	131727	58,81
Фінансові результати до оподаткування	17291,8	25565,9	26992,7	16005,4	-7,44
Валова продукція (у постійних цінах 2010 року)	194886,5	233696,3	223254,8	252859,0	29,75
Кількість працівників наукових організацій	12540	12540	9951	9779	-22,02
Фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт	548111,2	564009,1	647005,3	636100,2	16,05

Джерело: складено на основі даних Держкомстату України

Японії – 4,42%; Індії – 3,39%; Росії – 1,49%). За індексом Хірша (h-індекс) – найбільш ефективним показником якості публікацій – Україна відстає навіть від таких держав, як Бразилія, Індія, Чилі. Частка статей, опублікованих у наукових фахових журналах, що входять до міжнародних баз даних, становить лише 10,5%. Такі дані свідчать про низьку якість опублікованого матеріалу, а також про значні проблеми з доступом науковців до публікацій у виданнях, що включені до міжнародних науково-метричних баз.

Формування та накопичення інтелектуального капіталу в аграрній сфері, так як і отримання позитивного економічного ефекту від його використання, можливе при посиленні інтеграційних процесів між основними суб'єктами економічних відносин – державою, науково-дослідними інститутами, системою освіти, підприємствами і трудовими ресурсами (рис. 1).

Лише сильний зв'язок і взаємодія між останніми є основою для створення конкурентних переваг і високого рівня конкурентоспроможності для кожного із суб'єктів і для національного господарства в цілому.

Ще однією із сучасних світових тенденцій є інтенсифікація процесів деіндустріалізації, характерною ознакою яких є ліквідація науково-дослідних підрозділів великих промислових підприємств або їх перетворення у сучасні наукові центри з якісно новими завданнями і мотивами діяльності. Створення таких наукових центрів супроводжується пошуком наукового потенціалу в інших країнах, які можуть забезпечити зниження витрат на створення нових знань, що є основою розвитку інтелектуального капіталу підприємства. Делокалізація потенціалу наукових послуг в країні, які володіють високим фаховим рівнем персоналу, залученого до наукових досліджень, та нижчою вартістю робочої сили, відбувається шляхом відкриття сучасних наукових центрів і формування наукової інфраструктури [8]. Тому перед Україною відкриваються нові горизонти для використання та комерціалізації свого інтелектуального потенціалу.

Висновки. Для успішного функціонування в сучасних ринкових умовах інформаційної економіки суб'єктам господарювання уже недостатньо ефективно управляти своїми матеріальними ресурсами. Інтелектуальні ресурси та результат їх ефективного використання – інтелектуальний капітал – є основою для формування стійкого рівня конкурентоспроможності підприємств. Оскільки підприємство є відкритою системою і на її внутрішні процеси значно впливає зовнішнє середовище, процеси формування і накопичення інтелектуального капіталу підприємства не відбуваються самі по собі, а лише за умови сильної взаємодії з такими економічними суб'єктами, як держава, система освіти і науки, трудові ресурси. Лише одночасний розви-

ток кожної з наведених систем дозволить ефективного формувати та накопичувати інтелектуальний капітал в межах кожної з них. Аналіз зарубіжного досвіду показує, що вирішальну роль у процесах формування і накопичення інтелектуального капіталу як на мікро-, так і на макrorівні відведена державі. Тому, на нашу думку, необхідним є реформування системи аграрної освіти та науки з розробкою стратегії управління інтелектуальним капіталом аграрної сфери. Така стратегія повинна передбачати наступні заходи:

- підвищення обсягів фінансування сфери аграрної освіти та науково-дослідних організацій та установ;

- розробка заходів стимулювання науково-дослідної діяльності підприємств у вигляді грантів, конкурсів, тендерів тощо;

- використання передового досвіду ефективного використання інтелектуального капіталу за рахунок посилення міжнародних інтеграційних процесів з науковими та освітніми установами інших держав.

Вищенаведена сукупність заходів дозволить посилити процеси накопичення інтелектуального капіталу на аграрних підприємствах і, як наслідок, підвищить не лише їхню конкурентоспроможність, а й усього аграрного сектора.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Леушина О. Проблеми узгодження приватних і суспільних інтересів щодо відтворення інтелектуального капіталу на рівні підприємства / О. Леушина // Україна : аспекти праці. – 2012. – № 1. – С. 32-38.
2. Заскалета С.Г. Спільні тенденції професійної підготовки фахівців аграрної галузі в країнах Європейського Союзу / С.Г. Заскалета // Педагогіка. – 2012. – Випуск 146. – Том 158. – С. 101-105.
3. Кошельник В.М. Кадрова політика як фактор утримання конкурентоспроможності аграрних підприємств / В.М. Кошельник // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2008. – Вип. 36 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://socrates.vsau.org/repository/getfile/1670.pdf>.
4. Саблук П.Т. Агропромислове виробництво України : уроки 2008 року і шляхи забезпечення інноваційного розвитку / П.Т. Саблук, Ю.Ф. Мельник // Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 3-7.
5. Кулаєць М.М. Інноваційна діяльність в аграрній сфері / Кулаєць М.М., Бабієнко М.Ф., Лайко П.А., Витвицька О.Д. // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С. 100-107.
6. Єремєєва А.В. Вплив інтелектуального капіталу аграрної науки на ефективність аграрного сектора України / А.В. Єремєєва // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. – № 1/5(15). – С. 49-52.
7. «Науково-технологічна сфера України» 2013 рік // Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.dknii.gov.ua>.
8. Собко О. Вплив офшорингу процесів знань на розвиток інтелектуального капіталу підприємства: польський досвід [Електронний ресурс] / О. Собко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2014. – Вип. 1(10). – С. 33-41. – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14soioppd.pdf>.

УДК 658

Кунаєв А.Ю.

аспірант кафедри менеджменту
Запорізького національного технічного університету

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано основні підходи до оцінювання ефективності менеджменту промислового підприємства. Визначено принципи оцінювання ефективності менеджменту. В межах базового системного підходу обґрунтовано підхід до оцінки внутрішньої та зовнішньої ефективності менеджменту.

Ключові слова: управління підприємством, ефективність, оцінювання, зовнішня та внутрішня ефективність управління.

Кунаев А.Ю. ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Проанализированы основные подходы к оценке эффективности менеджмента промышленного предприятия. Определены принципы оценки эффективности менеджмента. В рамках базового системного подхода обоснован подход к оценке внутренней и внешней эффективности менеджмента.

Ключевые слова: управление предприятием, эффективность, оценка, внешняя и внутренняя эффективность управления.

Kunaiev A.Yu. KEY MEASUREMENT OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Analyzed main approaches to evaluating the effectiveness of management of the industrial enterprise. Defined principles for evaluating the effectiveness of management. As part of the base system approach based approaches assess the effectiveness of internal and external management.

Keywords: enterprise management, efficiency, evaluation, external and internal management efficiency.

Постановка проблеми. У реальній економіці результативність та ефективність економіки є головною передумовою не тільки досягнення ефективності ведення бізнесу, але й визначальним фактором корпоративного розвитку на перспективу. Особливо гостро наукова і практична проблема ефективності управління постає для державних підприємств та корпорацій із часткою державної власності, де фіксується хронічна збитковість, що є прямим індикатором неефективного менеджменту. Тож розробка нових та вдосконалення існуючих підходів до оцінювання ефективності менеджменту промислових підприємств, зокрема у машинобудівному секторі економіки, формує ідею даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі з економіки та управління підприємствами представлені різні підходи до розв'язання науково-методичної проблеми оцінювання ефективності менеджменту. Так, О.О. Огарков оцінювання ефективності менеджменту зводить до оцінювання результативності діяльності конкретної управлінської системи в показниках як об'єкта управління, так і управлінської діяльності (суб'єкта управління) [1]. Т.О. Царьова пропонує враховувати при оцінюванні часовий підхід, що інтегрує чинники та компоненти досягнення поставлених цілей підприємства у межах певного часового інтервалу [2]. Зарубіжні автори у якості методологічної основи дослідження висувають системний підхід, що враховує поняття зовнішньої, щодо підприємства, ефективності [3]. Є.В. Марамохіна, Ф.Ф. Юрлов при оцінці ефективності економічних систем наголошують на необхідності формування комплексних показників ефективності та виокремлення серед них головного показника [4].

Незважаючи на одностайність думки науковців щодо визначення загального показника економічної ефективності управлінської праці, де ефективність (результативність) є співвідношенням результату (ефекту) до витрат, нині не існує єдиного підходу до формування системи оцінювання ефективності менеджменту як у частині критеріїв оцінювання, так і показників, які є похідними в межах конкретного наукового підходу.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у проведенні аналізу основних підходів до оцінювання ефективності менеджменту промислового підприємства та виборі підходів до оцінювання машинобудівного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Невід'ємною складовою економіки управління є проблема ефективності менеджменту, яка, на думку науковців, у свою чергу включає:

- сукупність усіх наявних та використовуваних системою управління ресурсів (управлінський потенціал);
- витрати на управління, обсяг яких визначається змістом, організацією, технологіями та характером робіт з реалізації функцій управління;
- особливості (характер) управління працею;
- ефективність дій людини (колективу працівників) у процесі діяльності організації;
- реалізація (здатність до реалізації) інтересів усіх зацікавлених у діяльності організації осіб;
- досягнення (можливість досягнення) визначених організацією цілей тощо [5-7].

Звідси витікає, що ефективність менеджменту – це складна категорія, що відображає особливості економічних, організаційних, соціальних та інших явищ, які характеризують діяльність будь-якої організації.

Сутність поняття «ефективність менеджменту», як справедливо наголошується у літературі, полягає в тому, що процес управління від постановки мети до отримання кінцевих результатів діяльності (готового продукту) має здійснюватися з мінімальними витратами та максимальною результативністю (продуктивністю) [8, с. 13].

Розробка системи оцінювання ефективності менеджменту потребує, насамперед, класифікації, що дозволить встановити за певними науковими підходами основні критерії та показники оцінювання. На думку О.О. Огаркова, «основними поняттями ефективності управління є:

- ефективність праці працівників апарату управління;

- ефективність процесу управління (функцій, комунікацій, вироблення та реалізація управлінського рішення);

- ефективність системи управління (з урахуванням ієрархії управління);

- ефективність механізму управління (структурно-функціонального, фінансового, виробничого, маркетингового тощо)», на основі чого ним пропонується виокремлення трьох видів ефективності: індивідуальної, групової та організаційної [1].

В.М. Гавриленко виділяє такі основні види ефективності менеджменту за критеріями:

- засобів впливу: цільова, стратегічна та тактична, прогнозна, програмна, концептуальна, мотиваційна та стимулююча, ресурсна та потенційна;

- змісту ефекту: економічна, соціальна, інноваційна, організаційна, екологічна;

- рівня вияву ефекту – народногосподарська, регіональна, галузева, зовнішньоекономічна;

- форми ефективності; діяльність менеджера, апарата управління, процесу управління, системи менеджменту, управлінських нововведень;

- видами систем менеджменту: маркетингова, інноваційна, виробнича, фінансова [9, с. 73].

Також в управлінській літературі виділяють такі види ефективності менеджменту:

- ринкова ефективність – характеризує повноту задоволення потреб споживачі порівняно з альтернативними способами їх задоволення;

- ідеальна ефективність – всупереч зусиллям менеджменту з оптимізації організаційної структури, недосяжна ні за яких умов та обставин;

- цільова або стратегічна ефективність – відображає ступінь досягнення цілей організації;

- витратна або тактична ефективність – відображає економічність засобів перетворення ресурсів в готовий продукт (результат виробничої діяльності);

- внутрішня ефективність – ефективність використання внутрішніх можливостей організації (управління внутрішніми ресурсами: витратами і капіталом);

- зовнішня ефективність – ефективність використання зовнішніх можливостей організації;

- загальна ефективність – ефективність як сукупність внутрішньої та зовнішньої ефективності [7].

Погоджуючись з вищевикладеним та не погоджуючись в інші роботи з класифікації ефективності менеджменту, оскільки здебільшого вони повторюють або перетинаються з розглянутими, необхідно відзначити їхні основні недоліки.

По-перше, для оцінки ефективності менеджменту вони є дуже розгалуженими, що занадто ускладнює сам процес оцінювання. По-друге, найголовніше, майже всі автори основну увагу приділяють, у першу чергу, внутрішній ефективності, не враховуючи такий важливий аспект ефективності менеджменту, як зовнішня ефективність.

У цьому контексті доцільним є компаративний аналіз основних підходів до суті та методики оцінювання ефективності менеджменту, що відображені у роботах провідних учених. Автори виходять із такого імперативу, коли ефективний менеджер уявляє організацію як систему елементів, що залежать один від одного та впливають один на одного, а їхня результативність пов'язана з розвитком та рухом даної системи. Тоді логічним буде уявляти головне завдання системи управління у забезпеченні активної дії на об'єкт управління з метою поліпшення його показників. В економічній літературі, зокрема у роботі О.П. Богаченко, для оцінювання ефективності управління

суб'єктами ринкової економіки аналізуються різноманітні методи, серед яких найбільш поширеними є методи порівняння, метод угруповань, методи математичної статистики, матричний метод, метод факторного аналізу, ранговий та рейтинговий метод, методи експертних оцінок, метод нечіткої логіки, метод нейронних мереж, виходячи, відповідно, із галузевої специфіки підприємства, його масштабів тощо [8, с. 38-40].

Тобто визначальну роль у формуванні системи оцінювання ефективності менеджменту організації відіграють принципи її створення, як необхідний фактор розробки (вибору) методики оцінки, тобто алгоритмів, критеріїв, показників. Це своєрідні цеглинки, на базу яких формуються методологічні підходи до пізнання явищ та процесів. В економічній літературі дане питання є досить розробленим як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями (табл. 1).

Однак, якщо повернутися до заявленої теми дослідження, то сама системність оцінювання обрана нами не випадково, оскільки, як зазначають науковці, системний підхід у межах евристичної функції дозволяє через пізнавальні принципи визначити відповідні орієнтації конкретних досліджень [3]. І далі І.В. Блауберг розкриває механізм дії системного підходу через змістовні принципи, що дозволяє не стільки фіксувати слабкість традиційних предметів вивчення для постановки і вирішення нових завдань, а будувати нові предмети вивчення шляхом структурних і типологічних характеристик цих предметів [там же].

Аналіз наведених принципів формування системи оцінювання ефективності менеджменту дозволяє зробити узагальнення, що найбільш повно меті формування та використання системи оцінювання ефективності менеджменту відповідають такі принципи:

- принцип достатності (достатньої повноти системи оціночних показників) – до системи повинні входити така кількість та такі показники, щоб вона могла повністю та всебічно описувати діяльність суб'єкта, що досліджуються; Для складних економічних об'єктів, якими є організації (підприємства), кількість таких показників на перших етапах оцінювання може бути великою, тобто на даній стадії дослідження її не варто обмежувати;

- принцип взаємозв'язку (зв'язку показників з метою функціонування системи) – усі оціночні показники мають бути пов'язані з ефективністю, кожен з них повинен бути частковим критерієм ефективності, що характеризує один із її аспектів.

Зміна будь-якого з оціночних показників впливає на ефективність та навпаки, зміна показників ефективності завжди обумовлена зміною значень оціночних показників;

- принцип узгодженості (узгодженості цілей). Система оціночних показників має враховувати цілі усіх рівнів, як глобальні (зовнішні), так і локальні (внутрішні) цілі функціонування досліджуваних підрозділів. Це необхідно для того, щоб усі цілі у підсумку були узгоджені та пов'язані в узагальнюючому показнику ефективності;

- принцип співвимірювання показників. У системі включаються такі оціночні показники, використання яких для оцінювання ефективності діяльності підрозділів було б коректним як з економічної, так і математичної точок зору;

- принцип рівнозначності (рівнозначності оціночних показників). На початку формування системи оціночних показників усі вони розглядаються як рівноправні та не розділяються на основні та нео-

сновні. Таке припущення залишається в силі допоки не побудована математична модель показника ефективності. У процесі її побудови факторний аналіз дає можливість розкрити внутрішні зв'язки, що існують між показниками та здійснюється їх диференціація за вагомістю.

На думку автора, оцінювання ефективності менеджменту потребує системного підходу, оскільки, як справедливо зазначається у літературі, даний підхід в управлінні дозволяє керівництву організації «... бачити перспективу для організації в цілому і для

зв'язків організації з зовнішнім середовищем... тобто повинні приймати до уваги вплив зовнішнього середовища на організацію, і навпаки» [15, с. 621].

Встановлення цілей із урахуванням системного характеру середовища та самого підприємства здійснюється відповідно до системного підходу. Використання саме системного підходу дозволяє керівникам уявити організацію як єдність її складових частин, що тісно взаємодіють із зовнішнім середовищем.

Однак характеристики систем управління та умови їх функціонування настільки різноманітні, що

Таблиця 1

Принципи формування системи оцінювання ефективності менеджменту

Автор, джерело	Принципи	Характеристика принципу
А.І. Афоничкин [10]	Методологічні принципи	Такі, що належать до концептуальної сторони справи, «філософії» оцінювання ефективності та такі, що мало залежать від специфіки проекту.
	Методичні принципи	Такі, що безпосередньо пов'язані з проектом, його специфікою, економічною та фінансовою привабливістю.
	Операційні принципи	Такі, що полегшують процес оцінювання ефективності проекту з інформаційно-обчислювальної точки зору
А.Ю. Гущин [11]	Принцип науковості	Використання наукових методів, таких як аналіз, синтез, класифікація, що дозволяють досягти більшої повноти інформації про об'єкт
	Принцип системності	Передбачає аналіз усіх можливих факторів впливу на об'єкт та взаємозв'язок методики з іншими
	Принцип об'єктивності	Передбачає визначення методу, що враховує «провали» інших методів, дозволяє більш детально розглянути об'єкт
	Принцип незалежності	Відсторонення від впливу зацікавлених осіб
О.О. Негомедзянова [12]	Принцип гласності	Відкритий доступ до результатів оцінювання
	Система повинна включати як фінансові так і не фінансові показники за умови їх взаємозв'язку між собою, а також між організаційними рівнями в організації.	
	Система повинна налічувати обмежену кількість показників для своєчасної їх оцінки та прийняття рішення.	
	Система повинна враховувати попередній та поточний стан бізнесу.	
	Показники мають бути придатними для прогнозування майбутнього компанії – вартості або капіталізації компанії, приросту обсягів продажу та виручки.	
	Система має бути взаємопов'язана зі стратегією компанії та зі стратегічними цілями, у той же час зі зміною стратегії можуть змінюватися як значення показників ефективності, так і сама система.	
	Система повинна враховувати інтереси та потреби зацікавлених осіб – акціонерів, вищого керівництва, споживачів тощо.	
	Система має бути значущою, адекватною, послідовною та стабільною.	
	Має існувати можливість об'єднання показників в узагальнюючі та деталізація у часткові показники.	
Впровадження системи не повинно викликати ускладнення за доступністю до інформації для розрахунків та за додатковими витратами.		
М.Н. Криничий [13, с. 83]	Принцип достатньої повноти системи оціночних показників	
	Принцип зв'язку показників з метою функціонування системи	
	Принцип узгодженості цілей	
	Принцип співвимірювання показників	
М.А. Вайкок [14]	Вимога апріорної рівнозначності оціночних показників.	
	Чітко визначити цілі та задачі оцінювання ефективності бізнес-процесів промислового підприємства.	
	Обрати науковий підхід та методику, за допомогою яких можливо оптимально оцінити ефективність бізнес-процесів промислового підприємства, враховуючи цілі та задачі оцінювання.	
	Виокремити групу бізнес-процесів промислового підприємства, що необхідно оцінити.	
	Оцінити якісний та кількісний розрив між цільовими та реальними показниками бізнес-процесів промислового підприємства, що оцінюються за допомогою раніше обраних підходів та методик.	
Визначити напрям модернізації та реінжинірингу бізнес-процесів промислового підприємства, що оцінюються.		
Встановити етапи проведення модернізації та реінжинірингу бізнес-процесів, а також послідовність у разі необхідності їх проведення.		
О.В. Марамохіна, Ф.Ф. Юрлов [4]	Принцип домінування	
	Принцип Парето	
	Принцип формування комплексних показників	
	Принцип виокремлення головного показника	
	Принцип задоволення потреб споживачів	

уявляється доречним використання різних критеріїв та показників ефективності для різних систем. Водночас властивості та параметри діяльності об'єкта та суб'єкта управління нерідко суперечать один одному, у зв'язку з чим існує проблема визначення узагальнюючого показника як вимірника ефективності управління.

Подібний підхід є зрозумілим та обґрунтованим в епоху стабільної та зростаючої економіки, що підтверджуються роботами класиків управління. Так, наприклад, Т. Пітерс та Р. Уотермен ознаками ефективного менеджменту вважали такі: обличчям до споживача; продуктивність від людини; орієнтація на дії; створення атмосфери пошуку; ціннісне керівництво; віддання своїй справі; простота форми, скромний штат управління; сильні лідери [16, с. 117].

Разом з тим у сучасних умовах зростає відкритість та інтеграція економіки у світогосподарські зв'язки, що прив'язує успішність, результативність, ефективність діяльності підприємства до залежності від ефективності поведінки на зовнішніх ринках сировини чи готової продукції, інформації чи послуг, капіталу чи робочої сили, тобто уміння використовувати шанси та уникати загроз і викликів. Непередбачуване та невизначене зовнішнє середовище дуже часто стає тим фактором, що значною мірою впливає на загальний стан організації, її ефективність та ефективність менеджменту, що актуалізує науково-методичне обґрунтування зовнішньої ефективності управління організацією. Дана гіпотеза виступає науковим предметом досліджень сучасних як вітчизняних, так і зарубіжних науковців.

У межах новітнього підходу до ефективності управління як такої та системи її оцінювання уже недостатньо трактувати прибутковість як співвідношення між валовими доходами та сумарними витратами, оскільки нової якості набувають критерії ефективності ринкового характеру: дієвість, економічність, якість, продуктивність, якість трудового життя, прибутковість, нововведення тощо.

Загальновідомо, що основними характеристиками системи є наявність хоча б двох елементів, їх взаємозв'язок та залежність один від одного. Тому, виходячи із вищевикладеного, у системі оцінювання ефективності менеджменту можна виділити дві основні підсистеми оцінювання – зовнішньої та внутрішньої ефективності менеджменту.

Варто погодитися із думкою, що в загальному уявленні ефективність менеджменту можна розглядати у двох аспектах: як «характеристику досягнення результатів (тобто як «зовнішній» аспект або з точки зору системи більш високого рівня) і як характеристику внутрішньої діяльності системи управління, що відображає співвідношення між її «входами» та «виходами» (або в більш «вузькому» сенсі – як співвідношення між результатами управління та витратами на нього» [17].

За визначенням, внутрішня ефективність управління є співвідношенням результатів до витрат, який пов'язаний із зміною підходів до оцінювання результативності як сукупності внутрішніх корпоративних факторів досягнення цілей організації – від управління ресурсами і персоналом до ефективності внутрішніх змін. Зовнішня ефективність визначається чинниками зовнішнього середовища – станом ринкової рівноваги, рівнем конкуренції, кон'юнктурою цін, факторами впливу макроекономічних чинників – від політичних до природних.

Оцінювання в межах кожної з підсистем має здійснюватися на основі критеріїв та показників,

що повною мірою відображають ступінь досягнення організацією поставлених цілей (рис. 1).

У роботі В.Ю. Павелка підкреслено факт взаємодії та взаємообумовленості внутрішньої і зовнішньої ефективності, що забезпечується внутрішніми та зовнішніми характеристиками [18, с. 201]. При цьому внутрішня ефективність пов'язується із ступенем задоволення певних потреб споживачів, що впливає на динаміку власних цілей організації, а зовнішня ефективність управління характеризує ступінь відповідності організації вимогам та обмеженням зовнішнього середовища, суспільства, економіки, використання ринкових можливостей.



Рис. 1. Основні елементи системи оцінювання ефективності менеджменту організації

В рамках авторського бачення системи оцінювання ефективності менеджменту організації доцільним при визначенні ефективності є ступінь досягнення менеджментом системи цілей організації, який О.О. Огарков пропонує оцінювати за показниками та параметрами, що наведені у таблиці 2 і за змістом можуть бути віднесені до підсистеми оцінювання внутрішньої ефективності менеджменту [1].

Таблиця 2

Показники та параметри досягнення системою цілей

Об'єкти аналізу	Параметри, показники аналізу
Місія	Наявність. Актуальність. Чіткість
Цілі об'єкту управління	Обсяги виробництва продукції. Асортимент продукції. Якість продукції. Собівартість. Фондовіддача. Відповідність вимогам екології. Рентабельність. Прибуток. Виручка. Фінансова стійкість. Ліквідність. Платоспроможність. Норма прибутковості за інвестиціями. Обсяги капіталовкладень. Ризик. Ціни. Обсяги та темпи продаж продукції. Післяпродажне обслуговування. Інші характеристики.
Цілі суб'єкта управління	Економічність. Гнучкість. Адаптивність. Оперативність. Надійність. Параметри елементів системи управління.

Виходячи з цього, оцінювання ефективності управління організації можна представити як залежність від рівня її складових таким чином:

$$E_{\text{заг.}} = E_{\text{зовн.}} \cdot E_{\text{внутр.}} \quad (1),$$

де $E_{\text{заг.}}$ – рівень загальної ефективності управління;

$E_{\text{зовн.}}$ – рівень зовнішньої ефективності управління (ступінь використання ринкових можливостей);

$E_{\text{внутр.}}$ – рівень внутрішньої ефективності управління (ступінь використання внутрішніх можливостей підприємства).

Високий рівень $E_{зовн.}$ забезпечує підвищення ефективності $E_{заг.}$ в цілому. Разом з тим навіть при достатньо високому рівні $E_{внутр.}$ підприємство не забезпечить високий рівень $E_{заг.}$, якщо не буде забезпечена його ефективність з точки зору використання ринкових можливостей.

Висновки. Формування та використання системи оцінювання ефективності менеджменту здійснюється, виходячи із головного завдання менеджменту організації, а саме прийняття рішення та забезпечення активної дії на об'єкт управління з метою поліпшення показників його ефективності та на основі принципів формування даної системи.

Встановлення цілей відбувається із урахуванням системного характеру середовища та самого підприємства. А тому в межах системного підходу до оцінювання ефективності менеджменту доцільно виділити дві взаємопов'язаних і взаємозалежних підсистеми: оцінювання зовнішньої та внутрішньої ефективності менеджменту. У свою чергу оцінювання ефективності управління в межах кожної з підсистем має здійснюватися на основі вибору критеріїв та визначення показників, здатних відобразити ступінь досягнення організацією поставлених цілей, що і стане наступним етапом дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Огарков А.А. Эффективность: как ее измерить, оценить и достичь. – [Электронный ресурс] / А.А. Огарков. – Режим доступа : <http://sdo.elitarium.ru/jeffektivnost-sposoby-opredelenija-pokazateli-upravlenie-harakteristiki-ocenka-rezultat>.
2. Царьова Т.О. Споживчий напрям аналізу ефективності діяльності промислового підприємства [Електронний ресурс] / Т.О. Царьова. – Режим доступу : http://economy.kpi.ua/files/files/54_kpi_2008.pdf.
3. Блауберг И.В. Системный подход [Электронный ресурс] / И.В. Блауберг, Э.Г. Юдин. – Режим доступа : <http://victor-safronov.ru/systems-analysis/glossary/systems-approach.html>.
4. Марамохина Е.В. Использование принципов теории многокритериального выбора при оценке эффективности экономических систем [Текст] / Е.В. Марамохина, Ф.Ф. Юрлов // Молодой ученый. – 2014. – № 11. – С. 216-220.
5. Дафт Ричард Л. Менеджмент. – СПб. : Питер, 2007. – 864 с.
6. Демина Ю.В. Эффективность менеджмента и пути ее повышения [Электронный ресурс] / Ю.В. Демина. – Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2011/08/1710>.
7. Эффективность менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://bgumanagement2009.narod.ru/theory/theory_06.html.
8. Богаченко О.П. Теория і практика оцінювання ефективності використання систем менеджменту якості : монографія / О.П. Богаченко. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2013. – 246 с.
9. Менеджмент : конспект лекцій / Авт.-сост. В.М. Гавриленко. – М. : Приор.-издат., 2004. – 160 с.
10. Афоничкин А.И. Основы менеджмента [Электронный ресурс] / А.И. Афоничкин. – Режим доступа : http://management-books.biz/teoriya-menedjmenta_693/101-osnovnyie-printsipyi-integralnoy-otsenki-16952.html.
11. Гуцин А.Ю. Определение эффективности и способы её оценки в системе государственного заказа [Электронный ресурс] / А.Ю. Гуцин. – Режим доступа : http://www.rae.ru/fs/?article_id=9999421&op=show_article§ion=content.
12. Негомедзянова Е.А. Формирование модели оценки экономической эффективности генерирующей компании [Электронный ресурс] / Е.А. Негомедзянова. – Режим доступа : <http://www.jurnal.org/articles/2007/ekon43.htm>.
13. Криничный М.Н. Принципы формирования системы оценочных показателей при оценке эффективности инженерно-технических подразделений предприятия / М.Н. Криничный // Вісник Донецького університету економіки та права. – 2009. – № 2. – С. 80-84.
14. Вайкок М.А. Формирование системы показателей для оценки эффективности бизнес-процессов на промышленном предприятии [Электронный ресурс] / М.А. Вайкок. – Режим доступа : <http://sibac.info/15531>.
15. Хомяков В.І. Інноваційна складова потенціалу машинобудівного підприємства / В.І. Хомяков, О.В. Федоренко // Збірник наукових праць. Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика. – Ч.П. – К. : КНЕУ, 2011 – С. 617-625.
16. Питерс Т. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Том Питерс, Роберт Х. Уотерман-мл. – М. : Альпина Паблишер. – 2010. – 528 с.
17. Мотышина М.С. Оценка эффективности менеджмента предприятия [Электронный ресурс] / М.С. Мотышина, С.В. Князев. – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3352>.
18. Павелко В.Ю. Забезпечення підвищення ефективності управління аеропортовим комплексом на основі концепції якості : монографія / В.Ю. Павелко. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2014. – 320 с.

УДК 658.003;62-50

Лещенко О. В.
аспірант

Харківський національний університет радіоелектроніки

ПОКАЗНИК І КРИТЕРІЙ СИСТЕМИ АДАПТИВНОГО ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті описані вимоги до показника та критерію ефективності управління системи адаптивного оперативного управління конкурентоспроможністю підприємства. Введений інтегральний показник дозволяє пов'язати приватні показники конкурентоспроможності зі стратегічним позиціонуванням підприємства на споживчому ринку, основними фінансовими і маркетинговими показниками. Критерій ефективності визначає в комплексі нормовану величину інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства з урахуванням операційної ефективності, стратегічного позиціонування підприємства на ринку (сегменті ринку) і конкурентоспроможності виробленого підприємством товару.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства; адаптивне управління; оперативне управління; конкурентний потенціал; стратегічне позиціонування; показник ефективності; критерій ефективності.

Лещенко Е.В. ПОКАЗАТЕЛЬ И КРИТЕРИЙ СИСТЕМЫ АДАПТИВНОГО ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье описаны требования к показателю и критерию эффективности управления системы адаптивного оперативного управления конкурентоспособностью предприятия. Введенный интегральный показатель позволяет связать частные показатели конкурентоспособности со стратегическим позиционированием предприятия на потребительском рынке, основными финансовыми и маркетинговыми показателями. Критерий эффективности определяет в комплексе нормированную величину интегрального показателя конкурентоспособности предприятия с учетом операционной эффективности, стратегического позиционирования предприятия на рынке (сегменте рынка) и конкурентоспособности производимого предприятием продукта.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия; адаптивное управление; оперативное управление; конкурентный потенциал; стратегическое позиционирование; показатель эффективности; критерий эффективности.

Leshchenko O.V. INDICATOR AND CRITERION FOR THE SYSTEM OF ADAPTIVE OPERATIONAL MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE COMPETITIVENESS

The article describes the requirements to the indicator and the criteria of management's efficiency of the system of adaptive operational management of the enterprise competitiveness. To provide support and guarantees high competitiveness of the company (EC), product competitiveness, competitive potential and strategic positioning on the market must be interconnected. Thus, one of the main requirements of this mutual coordination is a quantitative view of main factors of enterprise competitiveness in the EC indicator. The large number of internal and external factors affecting the process of evaluation and decision making of enterprise competitiveness management requires the use of private set of indicators and (or) a common – integral indicator to evaluate the effectiveness of the system. For the organization of computerized adaptive operational management of EC the coefficient evaluation methods are the most suitable, since they do not require implementing time-consuming. Introduced integral indicator allows associating private competitiveness indicators with the strategic positioning of the company in the consumer market, the main financial and marketing indicators. The efficiency criterion determines in complex the rated value of the integral indicator of enterprise competitiveness taking into account the operational effectiveness, strategic positioning of the enterprise in the market (market segment) and the competitiveness of the produced product. Thus, depending on the purpose of the system and examined conditions of its use, the private indicator can be dominant and integral generalizing the system as a whole.

Keywords: enterprise competitiveness; adaptive management; operational management; competitive potential; strategic positioning; efficiency indicator; efficiency criterion.

Вступ. Для забезпечення і гарантії підтримки високої конкурентоспроможності підприємства (КСП), конкурентоспроможність товару, конкурентний потенціал і стратегічне позиціонування підприємства на ринку повинні бути взаємопов'язані. При цьому, одним з основних вимог до цієї взаємної ув'язки, є кількісне відображення обліку основних чинників конкурентоспроможності підприємства в самому показнику КСП [1; 3; 4; 10]. Метою створення системи адаптивного оперативного управління КСП є забезпечення КСП на оперативно-тактичному рівні, на основі розробки механізму комплексної оцінки прийнятих рішень з точки зору їх впливу на ефективність управління підприємством.

Основні результати. Наявність великої кількості зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на процес оцінки і прийняття рішень з управління конкурентоспроможністю підприємства, вимагає використання для оцінки ефективності системи сукупності приватних показників і (або) одного спільного – інтегрального показника. При цьому, в залежності від цільового призначення системи і розглянутих умов її застосування, той чи інший приват-

ний показник може бути домінуючим, а інтегральний – узагальнюючим по системі в цілому [9; 10].

Для організації адаптивного оперативного управління КСП найбільш підходять коефіцієнтні методи оцінки, так як вони не вимагають для реалізації великих витрат часу [5; 8].

Показник конкурентоспроможності підприємства на базі методу оцінки коефіцієнта стратегічного позиціонування (K_c) визначається шляхом оцінки коефіцієнта операційної ефективності KR і власне стратегічного позиціонування KI підприємства.

Показники маркетингової діяльності підприємства, зокрема, якість і ціна, передпродажна і після продажна підготовки, реклама і просування товару на ринок визначаються коефіцієнтним методом оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства $KMTK$ (коефіцієнт маркетингового тестування конкурентоспроможності i -го продукту). Якщо ці методи об'єднати в методику оцінки КСП, то можна, на наш погляд, отримати синергетичний ефект.

У підсумку інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства буде включати опе-

раційну ефективність і стратегічне позиціонування підприємства на споживчому ринку, конкурентоспроможність товару, частково фінансовий стан підприємства, процеси виробництва і управління (рентабельність виробництва, ефективність управління тощо).

Позначимо KY – інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства; K_{sp} , K_m – приватні показники конкурентоспроможності стратегічного позиціонування підприємства і його продукції на споживчому ринку за m -му ($m=1, \dots, M$) товару (продукту), що випускається підприємством. Тоді, після знаходження середньоарифметичного по номенклатурі товарів, що випускаються підприємством, можна визначити його рівнем:

$$KY = \frac{1}{KN} \times \frac{\sum_{m=1}^M (K_m + K_{spm})}{M}, \quad (1)$$

де K_m – приватний показник конкурентоспроможності m -го товару, виробленого підприємством;

K_{spm} – приватний показник стратегічного позиціонування підприємства на споживчому ринку по m -му товару;

KN – коефіцієнт, що нормує;

M – номенклатура товарів, що випускаються підприємством.

Введений показник KY дозволяє пов'язати приватні показники конкурентоспроможності зі стратегічним позиціонуванням підприємства на споживчому ринку, видам товарів, що випускаються, основними фінансовими і маркетинговими показниками в одному. При цьому забезпечується облік основних чинників, що визначають оперативну конкурентоспроможність підприємства в умовах ринку: кількість і якість товару, що випускається; розміри прибутку підприємства; продуктивність і величина оплати праці; займана підприємством частка ринку (сегмент ринку) по випускається товару; рівень його передпродажної підготовки і реклами [2].

Якість функціонування складних систем управління зазвичай оцінюється за допомогою показників ефективності.

Під показником ефективності складної системи управління розуміють таку числову характеристику, яка оцінює ступінь пристосованості системи до виконання поставлених перед нею завдань [4; 9].

У нашому випадку завданням системи адаптивного управління КСП є утримання конкурентоспроможності підприємства на ринку протягом заданого часу, на заданому рівні (вище КСП конкурента).

Тоді критерієм ефективності адаптивного оперативного управління КСП може бути відповідна величина показника Y :

$$Y \equiv T \rightarrow KY = \frac{1}{KN} \times \left(\frac{\sum_{m=1}^M (K_m + K_{spm})}{M} \geq KK_Y \right), \quad (2)$$

де KK_Y – ефективність управління КСП конкурента;

Тут символ відношення $\equiv T$ –true (вираз істинний), $\equiv F$ –false (вираз помилковий).

При цьому, узагальненим показником управління підприємством протягом циклу можна вважати якісні значення критерію ефективності управління КСП ($Y \equiv T$ – true або $Y \equiv F$ –false).

Введений критерій ефективності адаптивного оперативного управління (КЕ АОУ) КСП буде визначати в комплексі нормовану величину інтегрального

показника конкурентоспроможності підприємства з урахуванням операційної ефективності, стратегічного позиціонування підприємства на ринку (сегменті ринку) і конкурентоспроможності виробленого підприємством товару.

В цілому, в показнику KY і критерії КЕ АОУ конкурентоспроможністю підприємства (Y), при оцінці враховуються:

Товар і його якість:

– кількість товару в заданих одиницях;

– продажну ціну товару;

– якість товару (послуги) в умовних одиницях.

Фінанси підприємства:

– операційна ефективність;

– розміри прибутку підприємства за заданий період;

– витрати на виробництво і реалізацію продукції;

Маркетинг:

– частка ринку, яку займає підприємством;

– реклама;

– передпродажне і після продажне обслуговування товару;

– просування товару на ринок.

Управління:

– ефективність адаптивного оперативного управління конкурентоспроможністю підприємства.

Ці фактори, за винятком факторів виробництва, визначають класичну конкурентоспроможність підприємства. Фактори виробничого потенціалу не можуть змінюватися протягом оперативного і навіть тактичного циклів управління. Для їх зміни на практиці потрібні стратегічні інтервали управління. Тому при роботі підприємства на ринку керованими в реальному часі можуть бути тільки фактори виробничо-фінансового ресурсу підприємства (ВФРП) оперативного управління.

Висновки. Таким чином, розроблено показник конкурентоспроможності підприємства KY і критерій ефективності адаптивного оперативного управління конкурентоспроможністю підприємства (Y). Значення Y дозволить оперативно оцінити і утримувати на заданому рівні конкурентоспроможність підприємства (в разі необхідності), за рахунок зміни факторів ВФРП оперативного управління [6; 7; 9].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белоусов И. И. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия [текст]: дис. ...канд. эк. наук / И. И. Белоусов. – М., 2007. – 176 с.
2. Бобир Є. І. Причинно-наслідкові діаграми для організації адаптивного оперативного управління конкурентоспроможністю підприємства / Є. І. Бобир, О. В. Лещенко, Ю. В. Мартинова, Н. Л. Нятіна // Проблеми інформаційних технологій. – Херсон: Херсонський національний технічний університет. – № 01(015), 2014. – С. 186-192.
3. Воронов А. А. Конкуренция в XXI веке / А.А. Воронов. // Маркетинг. – 2001. – № 5. – С. 16-25.
4. Кобелев Н. Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем / Н. Б. Кобелев. – М.: Дело, 2003. – 336 с.
5. Лещенко О. В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства для організації автоматизованого управління / О. В. Лещенко, І. Є. Лещенко // Вісник Херсонського національного технічного університету. – Херсон, 2011. – вип. 2(41). – С. 73-77.
6. Лещенко О. В. Методика вибору факторів для побудови моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства / Є. І. Бобир, Н. І. Данько, О. В. Лещенко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць, Інститут банківської справи університету банківської справи НБУ. – Х.: вид. ИБД УБС НБУ. – Вип. 2(11) – 2011. – С. 245-250.



7. Лещенко О. В. Модель системи управління конкурентоспроможністю підприємства / Л. М. Радванська, О. В. Лещенко // Проблеми інформаційних технологій. – Херсон: Херсонський національний технічний університет. – № 01(015), 2014. – С. 282-284.
8. Лещенко О. В. Моделювання системи управління конкурентоспроможністю підприємства методами інформаційних технологій / О. В. Лещенко, О. А. Довгаль // Експертні оцінки елементів навчального процесу: матеріали XII-ої міжнар. наук.-практич. конф. – Х.: Нар. укр. акад., 2010. – С. 27-29.
9. Лещенко О. В. Особливості моделювання системи оперативного управління конкурентоспроможністю підприємства / О. В. Лещенко // Експертні оцінки елементів навчального процесу: матеріали XVI-ої міжвузівської наук.-практич. конф. – Х.: Нар. укр. акад., 2014. – С. 45-47.
10. Метелев И. С. Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: сущность, методы, факторы и критерии оценки / И. С. Метелев // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 1. – С. 116-120.

СЕКЦІЯ 5

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338

Зоренко К.Р.*студентка факультету менеджменту та логістики
Національного авіаційного університету*

АНАЛІЗ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

У статті проведено аналіз туристичної привабливості регіонів України. Визначено оптимальні варіанти транспортування пасажирів українськими авіаперевізниками. Проведено порівняльний аналіз українських та зарубіжних авіаперевізників. Запропоновано програму дій підвищення туристичної привабливості регіонів.

Ключові слова: туризм, туристична привабливість, авіаперевізнак, тарифи, конкурентоспроможність.

Зоренко К.Р. АНАЛИЗ АВИАПЕРЕВОЗЧИКОВ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

В статье выполнен анализ туристической привлекательности регионов Украины. Определены оптимальные варианты транспортировки пассажиров украинскими авиаперевозчиками. Выполнен сравнительный анализ украинских и зарубежных авиаперевозчиков. Предложена программа действий по повышению туристической привлекательности регионов.

Ключевые слова: туризм, туристическая привлекательность, авиаперевозчик, тарифы, конкурентоспособность.

Zorenko K.R. ANALYSIS OF AIR CARRIERS, AS PART OF THE TOURIST ATTRACTIVENESS REGIONS OF UKRAINE

In the article we did analysis of tourist attractiveness of regions of Ukraine. Determined optimal variants of passengers transportation by Ukrainian carriers. We did comparative analysis of Ukrainian and foreign air carriers and proposed program of action to improve tourist attractiveness of the regions.

Keywords: tourism, tourist attraction, airline, fares, competitiveness.

Постановка проблеми. Туристична привабливість регіонів України сьогодні є одним з найбільш ефективних засобів поліпшення економічного стану країни, а також одним з варіантів підвищення інвестиційної привабливості з боку як українських, так і зарубіжних інвесторів.

У сучасних умовах підвищується соціально-економічна значущість туризму як однієї з важливих і динамічних галузей світового господарства. Розвиток сфери туризму, що володіє економічним мультиплікативним ефектом, має важливе значення у формуванні валового внутрішнього продукту і націлене на підвищення якості життя населення.

Зрозуміло, що для реалізації даної програми найважливішим чинником є здійснення швидких і якісних перевезень в межах України та, відповідно, міжнародних перевезень.

Необхідно зазначити, що найбільш ефективним на сьогоднішній день є авіаційний транспорт [2, с. 43]. Відповідно, виникає питання, чи спроможний національний авіаперевізнак зацікавити клієнта і зробити вибір саме на його користь, адже, можливо, саме він може стати тим каталізатором, який привабить закордонних туристів в Україну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських вчених дуже багато дослідників, які займалися вивченням питання туристичної привабливості регіонів та реалізації регіональної політики туризму України (Кифяк В.Ф. [7], Федорченко В.К., Дворова Т.А. [9], Музиченко-Козловська О.В. [10]) та дослідженням питання обслуговування туристичних потреб (Чудновський А.Д., Жукова М.А. [11]). Розгляд обслуговування туристів різними авіакомпаніями пропонується у дослідженнях таких вчених, як: Мельник О.В., Онищенко О.В., Кулаев Ю.Ф.,

Матвеєнко Г.Б., Ареф'єва О.В., Новікова А.М., Тульчинська С.О., Карпунь О.В., Гуріна Г.С., Коношенко Л.В., Скригун Н.П. Проте в них відсутнє дослідження впливу якості авіаційних перевезень на туристичну привабливість регіонів України.

Мета статті полягає у визначенні основних чинників, які впливають на вибір клієнта при виборі авіаперевізника та основних складових елементів привабливості національного перевізника з метою подальшого підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон України «Про туризм» визначає категорію «туризм» «як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає». Серед основних теоретичних понять, які відіграють важливу роль в даному дослідженні, слід зазначити поняття «виїзний туризм», а саме «подорожі громадян України та осіб, які постійно проживають на території України, до іншої країни» та «внутрішній туризм» як «подорожі в межах території України громадян України та осіб, які постійно проживають на її території» [1, с. 4]. Враховуючи масштаби дослідження, особливу увагу слід приділити визначенню «національний туризм» – це сукупність внутрішнього та зарубіжного (виїзного) туризму, а також стан та розвиток туризму в межах державних кордонів, і визначається, як частка туризму в національній економіці в сфері надання невиробничих послуг, також система координації та співробітництва державних, суспільних, господарських організацій в сфері національної туристичної політики» [1, с. 4].

Враховуючи дані поняття, в Україні сьогодні найпривабливішим з точки зору «внутрішнього туризму» є Карпатський регіон, а також Полісся, Поділ Приазов'я, Скадовськ, Одеса, Куяльник, Карпати, Трускавець, Моршин, Немирів та Миргород. Найбільш привабливими країнами щодо «виїзного туризму» є європейські країни, а також найбільш розповсюджені курорти в Туреччині, Єгипті, Об'єднаних Арабських Еміратах.

Сьогодні обслуговування пасажирів на міжнародних авіалініях здійснюють понад 400 авіакомпаній. В Україні із ще діючих авіаперевізників є «AirOpix / OG», «Міжнародні авіалінії України PS», «Львівські авіалінії», «Мотор-Січ / М9», «Utair Україна», «Роза Ветров», «WizzAir Україна LOW-COST».

Досліджуючи данні за 2014 р., ми, на жаль, спостерігаємо значне зменшення кількості пасажирів, які користуються послугами українських авіакомпаній, а саме: «Міжнародні авіалінії України» (скорочення обсягів на 13,9%); «Роза Ветров» (на 10,3%); «Utair Україна» (на 19,8%); авіалінії «Wizz Air Україна» (на 8,3%).

Динаміка обсягів перевезень пасажирів між Україною та країнами світу (рис. 1) виявила, що лише вісім вітчизняних авіакомпаній літає до 37 країн світу, кількість перевезених пасажирів, за підсумками дев'яти місяців поточного року, скоротилась на 6% і склала 3037 тис. пасажирів.

Але інші компанії, такі як українські авіакомпанії «Авіалінії Харкова» та «Дніпроавіа», навпаки, збільшили обсяги пасажирських перевезень порівняно з відповідним періодом минулого року, відповідно, в 2,1 рази (на 35%) [6, с. 1].

Слід зазначити, що за період з 2006 по 2014 р., незважаючи на складну економічну ситуацію, розпочато виконання регулярних пасажирських рейсів за 14 новими міжнародними маршрутами. Одночасно до/з України виконували регулярні польоти 44 іноземні авіакомпанії з 29 країн світу, у тому числі чотири нових маршрути: з ОАЕ «Emirates Airline», Греції «Ellinair», Ірану «Taban Air» та «Vista Georgia» з Грузії [6, с. 2].

Аналізуючи ринок авіаперевезень, найбільш розвиненим авіаперевізником, який працює на клієнта та намагається обслуговувати по вищих стандартах, є авіакомпанія «Wizz Air Україна», яка, усвідомивши популярність туристичних подорожей, почала впроваджувати маркетинговий захід «Віз дисконт клуб», сутність якого полягає в тому, що пасажир отримує знижку на кожний наступний рейс у розмірі 10 євро. Також авіакомпанія надає сімейні знижки, тим самим, з точки зору марке-

тингу, залучає все більшу аудиторію своїх потенційних пасажирів.

Існує ще один цікавий прийом: авіакомпанія надає можливість здійснити пріоритетну посадку. Даний захід передбачає, що пасажир, користуючись мережею Інтернет, може придбати собі гарантоване місце у перших двох рядах салону і отримує можливість найпершим пройти до салону літака і покинути його при прильоті [5]. Отже, впровадження даної програми надає можливість залучити більшу кількість клієнтів. Керівництво авіакомпанії, досліджуючи обслуговування пасажирів та потенційних клієнтів зарубіжних фірм, намагається втілити цю перспективу в Україні з метою збільшення попиту саме на їхні авіалінії.

Важливою складовою частиною обслуговування пасажирів з точки зору їх зацікавленості в користуванні авіаційними перевізниками при здійсненні туристичних подорожей є аеропорти та обслуговування їх при перебуванні на території аеропорту.

Аналіз останніх досліджень регіонального розвитку авіаперевезень показав, що за вісім місяців 2014 р. обсяги пасажирських перевезень через аеропорт «Бориспіль» склали близько 4,7 млн. осіб, що на 9% нижче показників минулого року. Кількість літаків, які користувались послугами українських аеропортів, за цей період склав 49 634 (- 5%). За серпень 2014 р. аеропорт обслужив 776 500 пасажирів та майже 7 000 рейсів.

Пасажиропотоки через аеропорт Київ (Жуляни), скоротились на 39% та склали 861,4 тис. пас.; Одеса – на 20,8% та склали 660 тис. пас.; Львів – на 15,4% та склали 469,4 тис. пас.; Харків – на 21,5% (361,5 тис. пас.).

В той же час зростання на 6,3% аеропорту Дніпропетровськ за дев'ять місяців досяг 358,8 тис. пас., що пояснюється перш за все перерозподілом пасажиропотоків в зв'язку з припиненням діяльності окремих аеропортів Південно-Східного регіону України (Донецьк, Луганськ, Сімферополь).

Проаналізувавши дані, які нам надає Державна авіаслужба України про роботу аеропортів, можна сказати, що найбільший потік людей було здійснено в сторону Одеси, але також у зв'язку із закриттям деяких аеропортів на сході зростає кількість пасажирів в Дніпропетровському аеропорту [6, с. 2].

Аналізуючи питання туристичної привабливості українських авіаперевізників, слід зазначити, що основними чинниками впливу на вибір послуг споживачів є:

- швидкість доставки;
- комфортабельність польоту;
- тарифи і пільги;
- надійність;
- репутація авіакомпанії.

Серед чинників, які впливають на вибір туристичними фірмами авіаперевізника, слід виділити наступні [3]:

- вид перевезень (індивідуально, групою, бізнес-тур тощо);
- кількість туристів на день початку та закінчення туру;
- наявність вільних місць на даний маршрут в потрібному класі;
- наявність пільгових тарифів та знижок.

Враховуючи сучасний стан економіки, пасажир, який хоче здійснювати авіапереміщення, вимагає від даного перевізника виконання певних вимог, які забезпечать

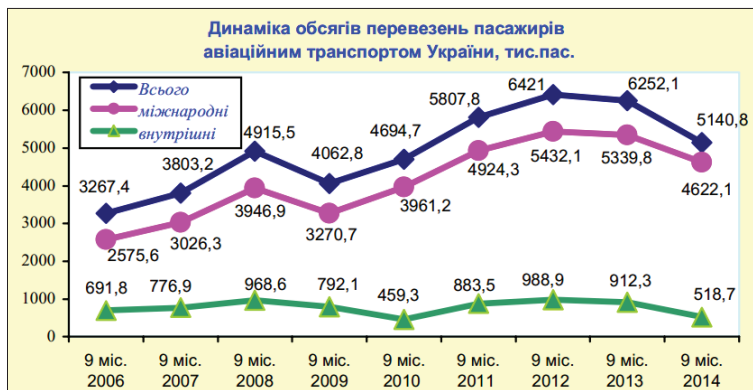


Рис. 1. Динаміка обсягів перевезень пасажирів авіаційним транспортом України, тис. пас.

комфортність умов перевезення пасажера. Найбільш значущими критеріями стали «привабливість тарифів» та «зручний розклад і стикування», потім слідує «надійність авіакомпаній», «рівень сервісу на борту» і т. д. (рис. 2) [4, с. 19].



Рис. 2. Статистичні дані вибору відповідного авіаперевізника [4, с. 20]

Аналізуючи дані критерії, стає очевидним, що найбільш вагомими чинником, який впливає на вибір клієнта, є привабливі тарифи (знижки, пільги, студентські програми і т. д.). Але доступність даних тарифів залежить від попиту на даний, конкретний рейс та від співпраці (укладення відповідних домовленостей) між туристичною фірмою та авіаперевізником.

При бюджетному перельоті необхідно враховувати тип авіарейсу, авіаперевізника та знижки.

Знижки бувають [8, с. 46]:

- від базового тарифу за умови придбання квитків «туди» і «назад»;
- групам туристів від 10 осіб;
- студентам, пенсіонерам, учням;
- багатодітним матерям;
- супроводжуваним дітей-інвалідів у віці до 16 років;
- для дітей у віці до двох років без надання окремого місця і права на безкоштовне перевезення багажу;
- для дітей у віці від двох до 12 років з правом на власне місце;
- на безкоштовне перевезення багажу;
- сімейна знижка;
- агентська знижка для туристичних фірм;
- для працівників авіакомпанії;
- для пенсіонерів у віці понад 60 років та ін.

Одним з варіантів економії часу для клієнтів є використання електронної системи бронювання квитків. Ринку глобального бронювання туристичного продукту забезпечують чотири масштабні розподільчі системи: Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan. Для здійснення самостійного бронювання та продажу авіаквитків туристичними підприємствами необхідна акредитація турфірми Міжнародною організацією авіаційного транспорту – International Air Transport Association (IATA). Така акредитація пов'язана з виконанням фірмою цілого ряду умов: наявність страховки, наявність банківської гарантії, досвід роботи в туристичному бізнесі, висока кваліфікація спеціалістів, спеціально обладнані офіси та ін.

Основними факторами негативної тенденції об'ємних показників на ринку пасажирських авіаперевезень стали: зменшення купівельної спроможності населення, ділової та туристичної активності, налагодження співпраці між авіакомпаніями та

туристичними фірмами з метою підвищення попиту на їх послуги та конкурентоспроможності.

Проведене дослідження динаміки обсягів перевезень пасажирів авіаційним транспортом України, дозволяє розробити комплексну програму дій з орієнтації на такі основні рішення:

1. Формування позитивного туристичного іміджу регіону. Основним завданням стає формування нового сприйняття туристичного потенціалу регіону в цілому і просування окремих рекреаційних та туристичних продуктів як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку. Цього можна досягти за рахунок розповсюдження інформації щодо туристичної діяльності регіону, утворення мережі інформаційно-туристичних центрів.

2. Сприяння розвитку екологічного та сільського туризму. Необхідно розробити відповідні проектні схеми з визначенням напрямків максимальної концентрації пам'яток, території природного ландшафту, транспортних комунікацій.

3. Впровадження інновацій. Тобто намагатись «йти в ногу з часом». Закупівля новітнього обладнання для більш комфортного туристичного розвитку. Нова поведінка на ринку туристичних послуг. Інтеграція маркетингових програм з суміжними організаціями та установ. Нова комп'ютерна мережа туристичного обслуговування.

4. Розробка регіональних програм. Регіональною програмою розвитку називають комплекс соціально-економічних, виробничих, організаційних заходів, спрямованих на формування якісного конкурентоспроможного туристичного продукту [7, с. 54].

5. Розвиток наземного обслуговування. Досліджуючи приклад зарубіжних авіаперевізників, при великому розриві в часі між рейсами можна надавати безкоштовне перебування в готелі або екскурсійні програми по місту зупинки. При використанні авіаційних перевізників слід застосовувати інноваційні програми, сприяти розвитку популяризації регіональних програм (надання можливого маршруту про місцеву інфраструктуру, огляд місцевості за допомогою інформаційних технологій) та за допомогою рекламної продукції.

Висновки. Проведений аналіз українських та зарубіжних авіаперевізників розкриває реальну ситуацію, яка склалася на авіаційному просторі України. Розроблені заходи, щодо підвищення туристичної привабливості регіонів, надають можливість поліпшення складної ситуації, яка існує в даному питанні, і дозволять покращити економічний стан країни шляхом приваблення інвестицій, які необхідно вкладати в розвиток туристичної галузі України в цілому та окремих її регіонів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про внесення змін до закону Закон України «Про туризм»: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2009. – № 13. – С. 4.
2. Бабаєва Д.А. Перспективи розвитку ринку авіаційних перевезень України / Д.А. Бабаєва // Матеріали науково-практичної конференції «Сучасні проблеми глобальних процесів у світовій економіці». – К., 2009. – С. 42–43.
3. Менеджмент туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sesia.com.ua/book/38/2542.html>.
4. Голубков Е.П. Маркетингові дослідження / Е.П. Голубков / Маркетинг в Росії та за кордоном. – 2000. – № 5.
5. Коношенко Л.В., Скригун Н.П. Маркетингові заходи в авіакомпаніях / Л.В. Коношенко, Н.П. Скригун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshbenik.ru/market/4446-marketingovi-zakhodi-v-aviakompaniyakh.html>.



6. Підсумки діяльності авіаційної служби України за 2014 рік / Державна авіаційна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://avia.gov.ua/news/novyny/news_avia/24252.html.
7. Кифяк В.Ф. Туристична привабливість Карпатського регіону як один з основних чинників розвитку в'їзного туризму / В.Ф. Кифяк // // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – С. 52–56.
8. Мунін Г.Б. Маркетинг туризму : [навч. посіб.] : у 2-х ч. / Г.Б. Мунін, З.І. Тимошенко, Є.В. Самарцев, А.О. Зміюв. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 427 с.
9. Федорченко В.К. Історія туризму в Україні : [навч. посіб.] / В.К. Федорчук, Т.А. Дворова. – К. : Вища школа, 202 – 195 с.
10. Музиченко-Козловська О.В. Природні туристичні ресурси – найважливіші чинники підвищення туристичної привабливості регіону / О.В. Музиченко-Козловська // Тези доповіді Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток Карпат: сучасний стан та стратегія дій». – Львів, 2006. – С. 105–108.
11. Чудновський А.Д., Жукова М.А. Управління індустрією туризму України в сучасних умовах : [навч. посіб.] / А.Д. Чудновський, М.А. Жукова. – М. : КНОРУС, 2007. – 416 с.

СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331.25-057.75.001.73:657.412.7

Драбик О.М.*заступник начальника управління
Пенсійного фонду України в м. Кам'янець-Подільський
та Кам'янець-Подільському районі,
аспірант**Подільського державного аграрно-технічного університету*

РОЗВИТОК ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

У статті розкрито тенденції розвитку пенсійного і соціального захисту населення України на основі використання світового досвіду для підвищення якості життя населення, яке значною мірою залежить від пенсійного забезпечення людей похилого віку та впевненості у завтрашньому дні осіб, які працюють. Вважаємо, що основа стратегії підвищення рівня життя всіх верств населення, незалежно від їхнього матеріального становища, має спиратися на забезпечення сталого економічного зростання, всебічний розвиток і максимально повне використання трудового потенціалу країни, поліпшення ситуації на ринку праці, впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі.

Ключові слова: соціальний захист, соціальна політика, пенсійні системи, пенсійне забезпечення, світовий досвід.

Драбик О.Н. РАЗВИТИЕ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ НА ОСНОВАНИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

В статье раскрыты тенденции развития пенсионной и социальной защиты населения Украины на основе использования зарубежного опыта для улучшения жизни населения, которое существенно зависит от пенсионного обеспечения людей пожилого возраста и уверенности в завтрашнем дне работающих граждан. Считаем, что основа стратегии повышения уровня жизни всех слоев населения, независимо от их материального положения, должна опираться на стабильный экономический рост, всестороннее развитие и максимально полное использование трудового потенциала страны, улучшение ситуации на рынке труда, внедрение в Украине европейских стандартов жизни и выход Украины на передовые позиции в мире.

Ключевые слова: социальная защита, социальная политика, пенсионные системы, пенсионное обеспечение, зарубежный опыт.

Drabyk O.M. DEVELOPMENT OF PENSION PROVISION AND SOCIAL PROTECTION OF POPULATION IN UKRAINE BASED ON THE WORLD EXPERIENCE

Reveals the trends in the development of the pension and social protection of population of Ukraine on the basis of the world experience use for increasing the quality of life, that largely depends on the pensions for people of advanced age and on the confidence in the future of persons that work. The strategies of the increasing of standard of living of all layers of population, regardless of their material position, must lean against providing of the permanent economy growing, all-round development and maximally complete use of labor potential of the country, improvement of the situation at the market of labor, implementation in Ukraine of European standards of life and output of Ukraine on the leading positions in the world.

Keywords: social protection, social policy, pension systems, pension provision, world experience.

Постановка проблеми. Існуюча на сьогодні модель економічної політики зорієнтована переважно на захист соціально вразливих верств населення. Логіка нової стратегії передбачає принципове коригування політики доходів – перенесення основних акцентів соціальної політики на працюючу частину населення. Практично повністю втрачено стимулюючу функцію заробітної платні, її вплив на розвиток виробництва, науково-технічний прогрес зведено до мінімуму. Існуюче заниження вартості робочої сили відчутно гальмує розвиток внутрішнього ринку, динаміку економічних процесів. Світовий досвід господарювання свідчить, що економіка, яка базується на низькій вартості робочої сили, не забезпечує високих стандартів споживання, процесів нагромадження, якісного відтворення робочої сили. За таких умов стримується розвиток усієї соціальної інфраструктури – освіти, медицини, культури, житлово-комунального господарства [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми соціального захисту та пенсійного забезпе-

чення знаходять відображення у багатьох наукових працях. Вагомий внесок у даній сфері зробили закордонні вчені: Г. Еспінг-Андерсен, Н. Фернісс і Т. Тілтон, В. Джорж та П. Уїлдінг, Р. Мішра, Р. Тітмусс, Ф. Вільямс, Е. Юрзіца, П. Голиша, Г. Мак Таггарт, Р. Вон, М. Вінер, Л. Якобсон, Д. Лідеман, М. Рутковський та ін.

Переважна більшість теоретичних положень щодо соціального захисту та пенсійного забезпечення розроблена і представлена науковою спадщиною таких учених і практиків, як А.Н. Азриліян, В. Базилевич, О.Д. Василик, Б.Д. Гаврилишин, В.І. Грушко, Б.О. Зайчук, Г.С. Ковальська, В.Р. Колбун, Ю.С. Конопліна, Н.В. Кузьминчук, Е.М. Лібанова, О.Є. Мачульська, Б.О. Надточій, В.М. Опарін, М.В. Плаксієв, Д.В. Полозенко, Ю.А. Скворонська-Лучинська, С.І. Юрій, В.Б. Яценко.

Разом з тим, незважаючи на широкий спектр досліджуваних проблем і не применшуючи вагомості і значущості внеску вказаних учених, слід зазначити, що питання пенсійного і соціального захисту

населення України потребує більш глибокого науково-теоретичного та прикладного опрацювання.

Мета статті полягає у дослідженні та аналізі розвитку пенсійного і соціального захисту населення України на основі використання світового досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна політика – не примусова надбудова над комплексом економічних реформ, а їх активна складова, якою визначається успіх перетворень у суспільстві. Індикатором успіху реформування економіки слугуватиме рівень життя населення. При цьому важливо знати рівень життя не лише середньостатистичного мешканця країни, а й кожної групи населення в кожному регіоні країни.

Реформування соціальної політики мусить здійснюватися одночасно з економічними перетвореннями та орієнтуватися не лише на власні традиції, але й динамічні тенденції світової економіки. Світова економіка і спільнота дуже швидко переходять у нову якість – групуються за інтересами, по-новому розв'язують проблеми глобального рівня, мислять іншими категоріями, створюють міждержавні надбудови. Процеси цих змін дуже складні, суперечливі, динамічні, а тому вимагають оперативного аналізу й адекватного реагування, реалізації нової концепції державного регулювання соціального розвитку. В основу цієї концепції повинні бути покладені новий зміст і форми діяльності держави в проведенні соціальної політики: вирішення проблеми власності і влади, сприяння формуванню середнього класу, визнання економічної свободи як суспільної цінності, податкове стимулювання створення нових робочих місць, забезпечення соціальної захищеності та безпеки громадян, наближення до світових соціальних стандартів, цін і тарифів.

Отже, соціальна політика – це діяльність держави щодо створення та регулювання соціально-економічних умов життя суспільства з метою підвищення добробуту членів суспільства, усунення негативних наслідків функціонування ринкових процесів, забезпечення соціальної справедливості та соціально-політичної стабільності у країні [2].

У зарубіжних наукових публікаціях виокремлюють певні моделі соціальної політики, описують їх характеристики та риси. Оскільки різні автори, виходячи із своїх дослідницьких позицій, для класифікації застосовують різні підходи, в науковій літературі представлена низка типологій соціальної політики – економічні, політичні, правові, історичні, плюралістичні тощо [3].

Одна з перших спроб класифікації соціальної політики країн належить Р. Тітмусу. Він виділяв три моделі такої політики залежно від її сутності, об'єктів і механізмів, які характеризують еволюцію теорій соціальної політики. На початковому етапі соціальна політика являла собою підтримку окремих верств населення, на наступному етапі вона переходить до соціального страхування, і лише на заключному етапі соціальна політика – це цілісна система захисту населення в цілому, де державі відводиться вирішальна роль [3; 6].

Одна з класифікацій була запропонована Г. Віленським і Ч. Лебо. За цією класифікацією держави загального добробуту можуть бути представлені двома моделями: «інституціональною», яка передбачає перерозподіл матеріальних благ на державному рівні, та «залишковою», що передбачає надання державної підтримки в разі крайньої потреби [3; 4, с. 37]. Також існує класифікація Г. Еспін-Андерсена, який виділяє «соціал-демократичну», «лібе-

ральну» та «корпоративістську» моделі соціальної держави [3; 4, с. 37].

Поглиблення європейської інтеграції у сфері гармонізації соціальної політики дало підстави дослідникам протиставляти загальноєвропейську й американську соціальні моделі. Загальноєвропейська модель – це модель вбудованості ринку в державу. Вона надає особливе значення урівноваженню тих тенденцій капіталізму, які ведуть до масової нерівності. Американська модель спрямована на майже повне звільнення ринку від розподільчих і політичних обмежень [3; 5, с. 155–158]. Вважаємо, що варто звернути увагу також на специфіку використання японської моделі.

Соціальний захист – це система економічних, соціальних та організаційних заходів, які здійснюються державою для підтримки незахищених верств населення: пенсіонерів, інвалідів, ветеранів війни, багатодітних сімей та інших малозабезпечених громадян. Основною складовою частиною системи соціального захисту населення є пенсійне забезпечення. З цією метою дослідимо, як діють пенсійні системи у різних країнах світу.

Тенденція останніх років, а на це спрямовані реформи в більшості країн світу, – зменшити частку розподільчих схем і збільшити накопичувальну сферу. Поштовхом до цього послужила демографічна ситуація, коли нації старіють і виходить, що працюючій частині населення недостатньо відрахувань для забезпечення пенсіонерів. Уже сьогодні в Японії кожного пенсіонера утримують внесками четверо працюючих, а в 2050 р. – 1,5 працівника.

У США державне управління соціального забезпечення в 2018 р. повинне буде виплачувати пенсіонерам більше, ніж одержить від податків. Використовуючи подібного роду факти, уряди багатьох країн змінюють пенсійні схеми, змушуючи громадян відкривати індивідуальні накопичувальні рахунки. Іноді для цього використовується батіг (у виді погрози зменшити в майбутньому розміри державних пенсій), але частіше пряник (нагромадження в пенсійних фондах у багатьох країнах звільняються від податків) [7].

Пенсійні системи в країнах з розвинутою економікою в якості першого рівня мають базові розподільчі системи з коефіцієнтом заміщення (співвідношення розміру пенсії до раніше отриманого заробітку) в 60–70%. Так, зокрема, по країнах ЄС лише Великобританія, Данія та Нідерланди в 2000 р. мали додаткові накопичувальні схеми. Фінансування пенсійної системи більшість країн ЄС використовує також державні субсидування.

На сьогодні вісім країн континенту – Чилі, Перу, Колумбія, Аргентина, Уругвай, Болівія, Сальвадор, Коста-Ріка – провели реформування систем пенсійного забезпечення, основним принципом якого було заміщення розподільчої системи системою індивідуальних накопичувальних рахунків з обов'язковими та добровільними внесками.

З середини 90-х років почали реформування своїх пенсійних систем і країни в перехідній економіці. Це країни Центральної і Південно-Східної Європи та країни Балтії, розподільчі пенсійні системи яких вже були не в змозі забезпечити достатній рівень пенсійного забезпечення громадян. Цей процес відбувався різними шляхами при поєднанні трьох категорій змін. Перша категорія регулює параметри існуючих систем соціального страхування. Друга скорочує соціальне страхування на користь індивідуальних заощаджень. Третя заохочує нові можливості добро-

вільних пенсійних заощаджень. Деякі країни вже мають досвід реформування протягом кількох років, що спричиняє докорінні зміни у їх системах. Значні коригування відбулись в таких параметрах систем пенсійного страхування країн, як пенсійний вік, формула нарахування виплат, спеціальні категорії працівників та збирання пенсійних внесків.

Аналіз розподілу цих трьох категорій по країнах, свідчить про наявність двох загальних стратегій. Одна група країн поступово згорає державні розподільні схеми і замість них водночас впроваджує індивідуальні накопичувальні схеми під комерційним управлінням (Угорщина, Польща, Болгарія, Латвія, Естонія). Друга група країн (Чеська Республіка, Словенія, Румунія) поєднує коригування державних пенсійних систем із запровадженням добровільних додаткових пенсійних схем [8].

Система пенсійного забезпечення США хоч і не ідеальна, але вважається однією з найдосконаліших у світі, а розмір пенсій – вищий, ніж в середньому в європейських країнах. В США функціонують як державні, так і приватні пенсійні системи. Завдяки цьому американці можуть забезпечити собі не одну, а три пенсії. Отже, в Сполучених Штатах діють одночасно три рівні пенсійного страхування: державне, яке гарантоване урядом; приватне корпоративне, фінансування якого забезпечує роботодавець; приватне індивідуальне шляхом відкриття співробітником особистих пенсійних рахунків в банках, пайових фондах і страхових компаніях. Саме завдяки використанню всіх зазначених систем громадяни можуть отримати належний пенсійний захист, а уряд США вирішити відразу кілька найважливіших завдань: гарантувати мінімальний пенсійний захист для всіх громадян пенсійного віку; забезпечити здорову конкуренцію серед федеральних, інших громадських, а також приватних суб'єктів пенсійного страхування; забезпечити змагання роботодавців за кращих фахівців та можливість запропонувати кращу пенсійну страховку; стимулювати громадян з перших років кар'єри дбати про власну забезпечену старість; дати можливість старшим поколінням заповідати або дарувати власні заощаджені пенсійні накопичення своїм нащадкам; забезпечити потужний внутрішній інвестиційний ресурс [9].

Пенсійна система Франції складається з п'яти підсистем: 1) базові режими для найманих робітників; 2) додаткові режими; 3) спеціальні режими для окремих категорій зайнятих; 4) базові режими для не найманих робітників; 5) додаткові (факультативні) режими. Кожна з них має свою специфіку, що проявляється у фінансуванні, віці виходу на пенсію, тривалості страхового стажу для отримання повної пенсії, а також методиці вирахування розміру пенсії. Особливістю пенсійної системи Франції залишається висока норма заміщення, тобто великий розмір пенсії в порівнянні з попередньою зарплатнею. В середньому норма заміщення всіх видів пенсій становить 78% для чоловіків та 72% для жінок. У випадку, коли зарплата була нижче певного рівня, розмір пенсії встановлюється за пільговим коефіцієнтом. Ця риса пенсійної системи отримала назву «соціал-демократичний шедевр». Існуючий метод розрахунку пенсій (за наявності встановленого страхового стажу та віку виходу на пенсію) дозволяє пенсіонерам зберегти попередній рівень життя [10].

Реформа пенсійного забезпечення в багатьох країнах світу на сучасному етапі виходить з єдиної проблеми фінансового дефіциту, дисбалансу національних пенсійних програм, що обумовлено двома головними факторами:

- негативні демографічні тенденції є визначальним фактором реформування пенсійних систем в країнах з розвинутою економікою які визначають ступінь заміщення прибутку, пенсійних програм, оплачуваних за принципом солідарності поколінь;

- неблагополучна макроекономічна ситуація в цілому, нерозвиненість фінансового ринку, попит на довгострокові інвестиції, необхідність реструктуризації національної економіки є другим основним фактором, який робить необхідним проведення пенсійної реформи [8].

Тенденція, яка спостерігається в Україні (так само, як і в багатьох країнах), досить складна: скорочення питомої ваги працюючого населення, та збільшення кількості пенсіонерів. Демографічний прогноз та економічні розрахунки свідчать про те, що якщо систему не змінити, то в майбутньому з'являться дуже високі ризики того, що пенсійних внесків працюючих людей не буде достатньо для того, щоб забезпечувати виплату пенсій пенсіонерам [11].

В основу активної соціальної політики має бути покладена модель управління, центральними елементами якої є основні регулятори ринкової організації праці: заробітна плата як ціна послуг праці, конкуренція на ринку праці, трудова мобільність, рівень безробіття, доходів і життя населення. Саме за цими параметрами повинно здійснюватися регулювання на ринку праці, координація економічних відносин, стимулювання з боку держави рівня економічного розвитку. Слід відмітити, що на даний час скорочення обсягів виробництва й відповідне зниження попиту на робочу силу зумовили зростання рівня безробіття, насамперед у промисловості, будівництві та сільському господарстві, які традиційно визначали структуру ринку праці України.

Отже, у сфері регулювання зайнятості необхідно переходити до активної політики на ринку праці. Механізми реалізації такої політики є:

- створення нових робочих місць (кредити підприємцям і безробітним, дотації підприємцям, бізнес-інкубатори, інформація про робочі місця);

- професійна підготовка та перепідготовка робочої сили;

- організація інтервенційних та громадських робіт.

Варто здійснити мінімізацію пільг та замінити їх грошовими виплатами чи персоналізованими субсидіями. Система соціальної підтримки вразливих верств населення повинна бути орієнтована передусім на тих, хто перебуває за межею бідності (межа – 75% середніх сукупних витрат у розрахунку на одного члена родини). Має відбутись затвердження офіційних критеріїв та межі бідності, розробка механізму державної підтримки бідних верств суспільства. Вважаємо, що необхідно відмовитися від практики регулювання оплати праці суто підвищенням мінімальної заробітної плати, потрібно впроваджувати гнучку податкову політику, практикувати раціональні соціальні трансфери та програми і пакети, стимулювати розвиток малого і середнього бізнесу [12].

Висновки. Сучасний світовий досвід свідчить про те, що за кордоном функціонують різні моделі пенсійних систем. Причому моделі, побудовані по «розподільчому» чи «накопичувальному» принципі, в чистому вигляді зустрічаються вкрай рідко. Пенсійні системи більшості країн містять у собі різні інститути соціального захисту: державне соціальне забезпечення, особисте пенсійне страхування, обов'язкове соціальне страхування і т. д. Між собою ці системи розрізняються тим, який з цих інститутів домінує.

В Україні взята за основу реалізація соціальної політики так званої соціально орієнтованої ринкової економіки, головним атрибутом якої є реальна відсутність бідних, а не декларативне проголошення допомоги соціально вразливим верствам населення. При цьому соціальний добробут забезпечується не тільки і не стільки перерозподілом власності одних на користь інших, а функціонує завдяки стимулюванню активної та ініціативної діяльності всіх громадян. Зусилля держави для подолання бідності має бути направлено на визнання того, що цієї мети не можна досягти, лише підтримуючи знедолених. Необхідний комплексний підхід, орієнтований як на бідні, так і на відносно забезпечені верстви суспільства на основі впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід країни на провідні позиції у світі у пенсійному забезпеченні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соціальне забезпечення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальне_забезпечення.
2. Швайка Л.А. Державне регулювання економіки : [навч. посіб.] / Л.А. Швайка. – К. : Знання, 2006. – 243 с.
3. Крентовська О. Дослідження моделі соціальної політики держави як складної функціональної системи / О. Крентовська // Вісник Національної академії державного управління. – С. 198–207.
4. Schmognerova B. The European Social Model: Reconstraction or Destruction?: A View from a Newcomer / B. Schmognerova. – Bonn : Friedrich Ebert Foundation, 2005. – 166 p.
5. Titmuss R. M. Social Policy: An Introduction / R. M. Titmuss. – London : Unwin Hyman, 1974. – 147 p.
6. Досвід запровадження пенсійних реформ в США, Великобританії, Японії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/publish/article?art_id=201459&cat_id=161449
7. Короткий огляд сучасних систем пенсійного страхування в зарубіжних країнах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/publish/article.jsessionid=237521E54409998435A3F515DCCE4DCD?art_id=201479&cat_id=201451.
8. Рогозний С. Як працює пенсійна система США / С. Рогозний [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/news/-/338229/yak-pratsyuye-pensijna-systema-ssha>.
9. Лукьянова Г. Система социальной защиты во Франции (пути реформирования) / Г. Лукьянова // Современная Европа. – 2001. – № 4. – С. 62–63.
10. Пенсійна система України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Пенсійна_система_України.
11. Соціальна політика України в контексті співпраці з ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1834071957920/ekonomika/sotsialna_politika_ukrayini_konteksti_spivpratsi/.
12. Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

СЕКЦІЯ 7 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.773

Алексеев В.І.
кандидат технічних наук,
доцент кафедри прикладної математики
Національного університету «Львівська політехніка»

ВПЛИВ РЕГУЛЯТОРНИХ РІШЕНЬ НА ПЕРЕХІД КРЕДИТНИХ СПІЛОК ДО ONLINE-ДІЯЛЬНОСТІ

Статтю присвячено дослідженню впливу ряду рішень державних органів та регуляторів ринку, що підштовхують ринок кредитних спілок до переходу у формат online-діяльності. Серед іншого розглянуто вимоги Державної фіскальної служби щодо застосування РРО у кредитних спілках, положення нового Податкового кодексу щодо невизнання кредитних спілок неприбутковими організаціями, вимоги щодо розкриття інформації у мережі Інтернет, наміри НБУ встановити жорсткі вимоги до приміщень небанківських фінансових установ тощо. Запропоновано очевидне рішення для уникнення кредитними спілками проблемних та безглузких вимог щодо їх діяльності – перехід до online-режиму роботи.

Ключові слова: кредитні спілки, РРО, статус неприбутковості, робота online, регуляторний вплив.

Алексеев В.И. ВЛИЯНИЕ РЕГУЛЯТОРНЫХ РЕШЕНИЙ НА ПЕРЕХОД КРЕДИТНЫХ СОЮЗОВ К ONLINE-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена исследованию влияния ряда решений государственных органов и регуляторов рынка, подталкивающих кредитные союзы к переходу в формат online-деятельности. Среди прочего рассмотрены требования Государственной фискальной службы касательно использования РРО в кредитных союзах, положения нового Налогового кодекса о непризнании кредитных союзов неприбыльными организациями, требования о раскрытии информации в сети Интернет, намерения НБУ установить жесткие требования к помещениям кредитных союзов и т. п. Предложено очевидное решение во избежание кредитными союзами проблемных и бессмысленных требований к их деятельности – переход к online-режиму работы.

Ключевые слова: кредитные союзы, РРО, статус неприбыльности, работа online, регуляторное влияние.

Alekseyev V.I. THE IMPACTS OF REGULATORY INFLUENCE TO CREDIT UNIONS ESCAPE INTO ONLINE ACTIVITY

The subject of analysis is the impact of some state regulation of financial markets forcing credit unions escape into online activity. Among the there are considered the requirement of State Fiscal Service of Ukraine to use cash registers in credit unions, the state ment of new Tax Code to renounce credit unions as non-profit organizations, the requirement to disclose some information to Internet, the intention of National Bank of Ukraine to tighten requirements for offices of non-banking institutions, etc. There was suggested an evident solution for credit unions to avoid such problematic and senseless requirements via escape into online activity way of making business.

Keywords: credit unions, cash register, non-profit status, on-line activity, regulatory influence.

Постановка проблеми. Ряд важливих та критичних для роботи кредитних спілок рішень державних органів спонукають серйозно замислюватися не лише над способами, але й самою можливістю існування системи кредитної кооперації в Україні. Найбільш суперечливим із нововведень стала, мабуть, ініціатива Державної фіскальної служби (ДФС) України застосувати для роботи кредитних спілок вимоги Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» [1], тобто виконання касових операцій (включно із видачею кредитів та отриманням оплат за кредитами, залученням депозитів та виплатою процентів за ними) із застосуванням РРО. Формальною підставою для можливості появи такої вимоги стало формулювання ст. 133 Податкового кодексу України [2], у якій кредитні спілки вилучили із переліку неприбуткових організацій, що викликало суперечність між тлумаченням кредитної спілки з точки зору оподаткування, згідно з Податковим кодексом, та визначенням кредитної спілки згідно з Законом України «Про кредитні спілки» [3]. Водночас невизначеність у ситуацію додають усе нові й нові рішення Нацкомфінпослуг, які приймаються напередодні її ліквідації [4; 5], проте не розв'язують нагальні проблеми кредитних спілок, а мають формальний характер, як, наприклад, проект

Положення про розкриття інформації [6]. Чималим ускладненням для функціонування кредитних спілок може стати ініціатива Національного банку України (НБУ) щодо захищеності приміщень окремих небанківських фінансових установ [7]. У контексті перспективи змін до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [8] та передачі ролі регулятора ринку кредитних спілок від Нацкомфінпослуг до НБУ [5], природно, у кредитних спілках виникає занепокоєння своїм хитким становищем. Створюються обставини, у яких кредитні спілки залишаються без належного захисту зі сторони регулятора ринку, зокрема, без захисними перед очевидним свавіллям у рішеннях ДФС, що триває вже доволі давно, а також можуть очікувати на вкрай жорстке ставлення зі сторони НБУ. У таких умовах кредитним спілкам потрібно підготувати дієві механізми для самозбереження та захисту інтересів своїх членів – простих громадян України, зазвичай далеких від розуміння тонкощів ринку фінансових послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Представлене дослідження продовжує проведене раніше вивчення можливостей захисту громадян та запровадження моделі стійкого ринку фінансових послуг на основі системи кредитної кооперації [9]. Поряд із вже згаданими публікаціями [4–7] слід відмі-

тити доволі цікавий аналітичний огляд С. Демінського [10] щодо місця та потенціалу небанківських організацій на ринку кредитування та ринку фінансових послуг загалом. У цьому огляді проведено аналіз доволі перспективних, хоча на сьогоднішній момент ще не достатньо розвинених механізмів і способів надання фінансових послуг за межами банківського сектору. Дуже цікавим і почасти обнадійливим є публікація інтерв'ю [11] з І. Пашко, головою Нацкомфінпослуг, де високопосадовцем визначено відсутність серйозних проблем у невеликих кредитних спілках (особливо із Західної України) та їх здатність самостійно долати проблеми. Важливим є й той факт, що нарешті офіційно поміченим став позитивний світовий досвід у роботі кредитних спілок і, зокрема, їх здатність ефективно функціонувати навіть під час складних фінансових криз (наведено приклад Ірландії). Хоча, насправді, географію відомих [12] успіхів кредитної кооперації та кредитних спілок подано І. Пашко [11] доволі стисло, і помилково визначено відсутність сегменту ринку кредитних спілок у Німеччині, де багато банків є кооперативним і за своїм походженням, і за теперішньою структурою власності. На жаль, соціальна складова та складова фінансової безпеки громадян у функціонуванні кредитних спілок досі залишаються поза серйозною увагою представників влади та регуляторів фінансових ринків.

Мета статті полягає у визначенні способу інноваційного переосмислення способів і методів роботи кредитних спілок, поєднаних із необхідністю подолання нагальних проблем, спричинених регуляторним впливом чи потенційною загрозою негативних наслідків такого впливу зі сторони державних структур (зокрема, таких як ДВС та НБУ). Тобто необхідно визначити такий вектор інноваційного розвитку для невеликих кредитних спілок, який дозволив би їм ефективно функціонувати в інтересах своїх членів, не наражаючись при цьому на «вузькі місця» теперішньої нормативно-правової бази.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для ефективного функціонування кредитних спілок у сучасних умовах можна визначити кілька суттєвих перешкод, практично усі з яких пов'язані із надмірним ускладненням роботи каси кредитної спілки та оподаткуванням майже будь-якого доходу:

- необхідність застосування РРО для здійснення касових операцій, пов'язаних із основною діяльністю КС, – надання кредитів відповідно до вимог ДФС;
- необхідність обладнати приміщення для здійснення касових операцій та операцій з матеріальними цінностями відповідно до вимог НБУ;
- фактична неможливість отримати благодійну чи будь-яку іншу матеріальну допомогу без необхідності її оподаткування.

Водночас ключовою супутньою проблемою, на додачу до усіх згаданих, залишається проблема відсутності захисту ринку та учасників ринку зі сторони регулятора – Нацкомфінпослуг. Об'єктивно ситуація навколо кредитних спілок складалася і складається така, що їм немає до кого звернутися по захист своїх інтересів, а, отже, й інтересів своїх членів, усі з яких є рівноправними співвласниками кредитної спілки. Для прикладу, навіть у ситуації гострої потреби підтримки з боку Нацкомфінпослуг для боротьби із репресивними та недоречними діями ДФС щодо оподаткування доходів кредитних спілок та запровадженням у роботу РРО виявилось, що кредитні спілки не мають жодної підтримки зі сторони свого регулятора. Ринок кредитних спілок неоднора-

зово знаходив можливості звертатися до ДФС щодо несправедливості та навіть незаконності позбавлення їх статусу неприбуткових організацій, а згодом і запровадженням РРО так, ніби кредитна спілка не є фінансовою установою, що веде належний облік фінансових операцій, а є ніби магазином, що «торгує кредитами». Переважна більшість звернень з боку кредитних спілок та їх об'єднань по роз'ясненню від ДФС ігнорувалися останньою. У випадку надання деякої відповіді зазвичай така відповідь була дослівним цитуванням запровадженої в дію нормативної документації без жодних пояснень по суті. Єдиною формально «обґрунтованою» відповіддю можна вважати надану ДФС кореспонденту газети «Урядовий кур'єр» відповіді, де було зазначено фактично так:

1) підставою для виключення кредитних спілок з переліку неприбуткових у Податковому кодексі [2] є міркування ДФС, що «кредитні спілки, у яких дохід або їх частина розподіляється серед засновників (учасників), членів такої спілки, працівників (крім оплати їхньої праці, нарахування єдиного соціального внеску), членів органів управління та інших пов'язаних з ними осіб, не можуть набувати статусу неприбуткової організації»;

2) підставою для запровадження РРО є міркування ДФС, що «при наданні послуг, у тому числі фінансових, розрахунки мають проводитися із застосуванням РРО на загальних підставах».

Розчаровує у такій ситуації навіть не кон'юнктурне прагнення ДФС грубо порушити Закон України «Про кредитні спілки» [3] та знову банально «виконати бюджет» коштом простих людей, що є вкладниками та позичальниками у кредитних спілках. І розчаровує навіть ігнорування посадовцями ДФС логіки існування кредитної спілки як фінансової установи, що надає фінансові послуги лише своїм членам – фізичним особам, громадянам України, – та відсутність у ДФС аналогічних вимог щодо банків. Розчаровує тотальна бездіяльність у захисті своїх підопічних з боку ще діючого регулятора ринку – Нацкомфінпослуг, відповідь якої на запит Всеукраїнської асоціації кредитних спілок щодо застосування РРО виявилася не просто байдужою, але й некомпетентною. Зміст цієї відповіді посадовці Нацкомфінпослуг звели до такого: «Звертаємо увагу, що основним нормативно-правовим актом, який регулює розрахунки за готівку та визначає правові засади застосування РРО у сфері у сфері торгівлі громадського харчування та послуг, є Закон України від 06 липня 1995 р. № 265/95-ВР» (згаданий Закон [1]). На підставі саме такого формулювання Нацкомфінпослуг робить висновок про необхідність небанківським фінансовим установам дотримуватися вимог ДФС щодо застосування РРО. Проте кричущим є факт некомпетентності, що впливає із ігнорування власних (встановлених і затверджених Держфінпослуг, попередником Нацкомфінпослуг!) вимог до програмного забезпечення та спеціального технічного обладнання кредитних спілок, пов'язаних із наданням фінансових послуг (№ 4122 від 03.06.2005 р.) та нездатністю самостійно помітити наявне дублювання обліку касових операцій із використанням комплексної інформаційної системи (згідно вимог) та РРО (згідно Закону [1]). Тобто, очевидно є не лише неспроможність Нацкомфінпослуг, як регулятора ринку, захищати учасників цього ринку, але й некомпетентність у розумінні змісту надання фінансових послуг та сутності кредитної спілки як фінансової установи.

Одразу слід згадати про аналогічну неспроможність і некомпетентність Нацкомфінпослуг щодо

захисту інтересів кредитних спілок в частині здійснення передбаченої Законом [3] благодійної діяльності. Про цю проблему та її значення вже згадувалося у попередніх дослідженнях [9]. Принциповий зміст подібних проблем був описаний вже доволі давно й у роботах інших авторів [13], тому кредитним спілкам залишається лише сподіватися, що очікуваний перерозподіл обов'язків чинного регулятора [4; 5] щось змінить на краще.

Згадані перешкоди потребують більш точного аналізу, оскільки, на перший погляд, вони можуть здаватися несуттєвими. Зважаючи на очевидні прогалини у врегулюванні оподаткування, наприклад, внесків членів кредитної спілки, що може трактуватися ДФС як дохід, що є прибутком, питання проблеми зняття з кредитних спілок статусу неприбуткових організацій можна вважати обґрунтованим. Тому розглянемо питання «чому?» наявності вимоги щодо застосування РРО є проблемою для кредитних спілок. По-перше, запровадження РРО для дублювання існуючої у кредитних спілках, як фінансових установ, системи обліку та контролю, в т. ч. касового (наявності прибуткових та видаткових касових ордерів тощо), є безглуздом за своєю суттю. По-друге, за визначенням РРО повинен застосуватися для обліку готівкових операцій купівлі/продажу товарів/послуг та визначення згодом величини прибутку. У випадку надання фінансової послуги фінансовою установою (кредитною спілкою), що за Законом [3] надає фінансові послуги з метою збереження вартості фінансових активів, покриває власні витрати, пов'язані із наданням фінансових послуг та виконує зобов'язання перед своїми членами, що є власниками цих активів, шляхом розподілу між ними залишку отриманого доходу від надання фінансових послуг. Тобто кредитна спілка не отримує прибутку за своєю природою. А оскільки оподаткування доходу не має сенсу, то і використання РРО для кредитної спілки не має сенсу. По-третє, необхідність встановлення та обслуговування РРО вимагає додаткових витрат, зокрема й на обслуговування. За твердженням очільника Нацкомфінпослуг [11], саме невеликі кредитні спілки є острівцем стабільності на ринку фінансових послуг для населення. Водночас саме для невеликих кредитних спілок витрати на придбання і обслуговування РРО є не виправданими.

Можливість уникнути витрат, пов'язаних із використанням РРО, відповідно до Закону [1], існує у разі виконання кредитними спілками безготівкових операцій. Отже, кредитна спілка може провадити безготівкові операції зі своїми членами, користуючись послугами банків. Водночас операційні витрати лягають на плечі членів кредитної спілки, що користуються її послугами. Це також означає, що кредитна спілка починає працювати зі своїми членами дистанційно. Зникають також додаткові витрати часу та ресурсів, пов'язані із необхідністю виконувати вимоги щодо ідентифікації осіб відповідно до законодавства про фінансовий моніторинг. Таким чином, кредитна спілка може провадити діяльність взагалі без необхідності фізичної наявності каси – ця функція може бути делегована банку. Якщо за таких умов кредитній спілці вдасться успішно розвинути електронні сервіси, то її діяльність може бути майже повністю трансформовано у режим онлайн-сервісу. Для таких кредитних спілок, відповідно, стають недоречними вимоги щодо обладнання приміщення [7], зокрема в частині обладнання каси, сховища і т. п. За умов не обов'язковості використання готівки та матеріальних цінностей у повсякденній

роботі кредитної спілки, що застосовуватиме онлайн-режим роботи, може бути визнано недоцільним підвищення вимог до захищеності приміщень [7].

З іншого боку, для кредитних спілок, що працюють із місцевим населенням у сільській місцевості, де відсутнє представництво банків, тобто ці кредитні спілки виконують банківські функції, зокрема, із впровадженням РРО, підвищення захищеності приміщень і т. п., виникне ряд додаткових проблем, пов'язаних, наприклад, із необхідністю або нести неадекватні витрати на обслуговування РРО, або залучати фізично віддалений банк, або нести додаткові витрати на обслуговування технічних та інженерних систем захисту приміщень. Також слід врахувати можливу відсутність належного рівня технічних засобів для організації зв'язку і т. п. складностей для підвищення рівня захищеності приміщень. Отже, перехід до онлайн-режиму роботи у таких кредитних спілках буде неможливим. Більш того, за умов, коли, наприклад, навіть банк визнає нерентабельним обладнання та утримання відділення у такому населеному пункті, застосування «посиленних» вимог до кредитних спілок може спричинити просто закриття відповідної кредитної спілки, що була єдиним джерелом надання фінансових послуг. Це може спричинити негативні соціальні наслідки.

Висновки. За умов всебічного тиску на кредитні спілки однією із ефективних можливостей подолання труднощів і негативних явищ від регуляторного впливу може бути трансформація діяльності кредитної спілки до онлайн-режиму роботи. Передумовами для такого способу діяльності повинні бути такі обставини:

- наявність сучасних технічних засобів зв'язку, комп'ютерної техніки та програмного забезпечення для дистанційної електронної взаємодії з клієнтами;
- постійний високошвидкісний доступ до мережі Інтернет;
- готовність органів управління та персоналу кредитної спілки до впровадження сучасних інформаційних технологій та застосування нових методів дистанційної роботи з членами спілки;
- готовність членів кредитної спілки до застосування нових методів отримання фінансових послуг;
- наявність банківських установ на території обслуговування членів кредитної спілки;
- можливість отримання кредитною спілкою послаблень регуляторного впливу (вимог щодо РРО, захисту приміщень тощо) у разі застосування онлайн-режиму роботи.

У разі наявності вказаних обставин кредитна спілка може перетворитися на ефективний сучасний фінансовий сервіс, що успішно конкуруватиме на ринку фінансових послуг із новими інноваційними рішеннями.

Водночас на шляху успішного впровадження онлайн-режиму роботи можуть виникнути усе ті ж вже традиційні перешкоди, пов'язані із некомпетентною роботою регуляторів фінансових ринків та недоречними діями суб'єктів впливу на ці ринки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 11.07.1995 р. № 265/95 ВР (редакція від 23.07.2015 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 28. – Ст. 205.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755/17 (редакція від 20.09.2015 р.) // Голос України. – 2010. – № 229–230.
3. Закон України «Про кредитні спілки» від 20.12.2001 р. № 2908/14 (редакція від 06.11.2014 р.) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 15. – Ст. 101.

4. Порошенко вніс у Раду законопроект про консолідацію держрегулювання ринків фінпослуг // РБК-Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/ukr/news/poroshenko-vnes-radu-zakonoproekt-konsolidatsii-1437411668.html>.
5. Фінкомітет Ради хоче ліквідувати Нацфінпослуг // Економічна правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/2015/09/15/559771/>.
6. Повідомлення про оприлюднення проекту розпорядження Нацкомфінпослуг «Про затвердження Положення про розкриття фінансовими установами інформації в загальнодоступній інформаційній базі даних про фінансові установи та на веб-сайтах фінансових установ та про внесення зміни до Положення про державний реєстр фінансових установ» / Нацкомфінпослуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nfr.gov.ua/news/1223.html>.
7. Національний банк пропонує підвищити вимоги до захищеності приміщень окремих небанківських фінансових установ / НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=23766936.
8. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. № 2664 14 (редакція від 20.07.2014 р.) // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 1. – Ст. 1.
9. Алексеев В.І. Модель стійкого ринку фінансових послуг України на основі системи кредитної кооперації / В.І. Алексеев // Стратегії економічного розвитку: держава, регіон, підприємство : [монографія] : у 2-х т. Т. 1; за заг. ред. К.С. Шапошникова [та ін.]. – Херсон : Гельветика, 2015. – С. 16–29.
10. Демінський С. Хто розвиває ринок фінансових послуг в Україні поки реформується банківський сектор / С. Демінський // Forbes-Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1405363-hto-rozvivae-rinok-finance-poslug-v-ukrayini>.
11. Пашко І. Нацкомфінпослуг – это большая система с очень слабыми возможностями / И. Пашко // ДЕЛО.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://delo.ua/finance/pashko-nacomfinuslug-eto-bolshaja-razreshitel'naja-sistema-s-och-301850/?updated_new=1448422402.
12. Алексеев В.І. Про місце кредитних спілок на ринку фінансових послуг України / В.І. Алексеев // Формування інноваційної економіки: світовий досвід та вітчизняні реалії : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Херсон, 12–13 грудня 2014 р.). – Херсон : Гельветика, 2014. – С. 242–245.
13. Алексеев И.В., Алексеева Н.Б. Кредитные союзы Украины: природа и проблемы / И.В. Алексеев, Н.Б. Алексеева // Бизнес информ. – 2011. – Т. 1. – № 2. – С. 34–36.

УДК 336.7

Бабаніна Н.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і кредиту**Подільського державного аграрно-технічного університету*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

Стаття присвячена визначенню ролі системного підходу в управлінні кредитним ризиком у банківській установі. Визначено основні завдання, що стоять перед системою управління кредитними ризиками. Розглянуто систему управління кредитним ризиком, що дозволяє банку побудувати послідовний механізм управління ризиком.

Ключові слова: банківський ризик, банківська установа, кредитний ризик, ризик, управління ризиком.

Бабаніна Н.В. УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ БАНКОВСКОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Статья посвящена определению роли системного подхода в управлении кредитным риском в банковском учреждении. Определены основные задачи, которые стоят перед системой управления кредитными рисками. Рассмотрена система управления кредитным риском, что позволяет банку построить последовательный механизм управления риском.

Ключевые слова: банковский риск, банковское учреждение, кредитный риск, риск, управление риском.

Babanina N.V. THE IMPROVING CREDIT RISK-MANAGEMENT SYSTEM OF THE INSTITUTION

The article deals with a definition of the role of a systems approach to manage credit risk in the banking institution. The article deals with the main problem facing the credit risk-management system. The article deals with a system of credit risk-management, which allows the bank to build a consistent mechanism for managing risk.

Keywords: banking risk, financial institution, credit risk, risk, risk-management.

Постановка проблеми. Глобальна фінансова криза спричинила істотні зміни у фінансовій галузі. У кризових умовах питання ризик-менеджменту, зокрема оцінки та управління ризиками, пов'язаними з господарською діяльністю фінансових інструментів та їхніми контрагентами, набувають особливої актуальності й сьогодні.

Однією із головних причин вибуху кризи провідні економісти називають недооцінку ризиків, пов'язаних з використанням нових фінансових інструментів і виникненням наслідків цього кризових ситуацій.

Сьогодні управління ризиками набуло найбільшої актуальності. В Україні найбільше постраждали банки зі слабо розвинутою культурою управління ризиками.

У таких установах підрозділи управління ризиками не могли достатньо впливати на прийняття стратегічних та тактичних рішень, тоді як спеціалісти бізнес-підрозділів не розуміли повністю усіх ризиків, прийнятих ними. Роль підрозділів управління ризиками в таких компаніях зводилася до оцінки вже прийнятих рішень та формуванню звітності. Менш за все криза торкнулася банків, які уже понад 10 років вирішують завдання збору, обробки та аналізу даних, а також займаються оцінкою ризиків. Саме ці банківські установи розглядали управління ризиками як ключовий стратегічний принцип і джерело конкурентних переваг задовго до настання переломного моменту. Таким чином, у сучасних умовах у комерційних банках пріоритет повинен належати ризик-менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням управління кредитними ризиками присвячені публікації та статті учених-економістів і науковців І. Бланка, В. Вітлінського, Л. Бондаренко, В. Грушко, О. Кіреєва, К. Рудакової, Е. Харько та ін.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає у визначенні ролі системного підходу в управлінні кредитним ризиком у банківській установі, основних завдань, що стоять перед системою управління кредитними ризиками, системі управління кредитним ризиком, що дозволяє банку побудувати послідовний механізм управління ризиком.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кредитний ризик є одним із найбільш значущих банківських ризиків. Окрім того, саме він є причиною виникнення проблемної заборгованості та втрат, пов'язаних з дефолтом позичальника.

В умовах фінансової кризи особливо актуальним є завдання оперативної оцінки стану компаній, що знаходяться у кредитному портфелі банку, а також великого значення набуває об'єктивний підхід до розробки оптимальних умов угоди, обґрунтованість прийняття рішень про видачу кредиту. Рішення цього завдання неможливе без використання системи оцінки та управління ризиками.

Системи оцінки й управління ризиками існують у тому чи іншому вигляді у будь-якій фінансовій і нефінансовій установі, однак часто вони носять виключно формальний характер і тому у більшості випадків неефективні. Відсутність адекватної системи оцінки та управління ризиками контрагентів є основною причиною неефективної роботи та банкрутства компаній і фінансових інститутів.

Висока ймовірність зміни на вітчизняному фінансовому ринку зумовлює необхідність побудови ефективної системи управління ризиками. Така система повинна мати організаційну, аналітичну, операційну, а також технічну підтримку.

Роль системного підходу до оцінки кредитних ризиків часто недооцінюється у банківських установах. Завдання побудови адекватної системи управління кредитними ризиками є далеко не першочерговим серед пріоритетних напрямків розвитку. Переважно це можна пояснити недостатністю методичного та практичного досвіду в даній галузі, про розвиток якої у нашій країні можна говорити лише з початку 1990-х років. Використання міжнародних підходів та стандартів дозволяє вивести кредитний ризик-менеджмент на досить новий рівень, створити ефективний інструмент, котрий дозволяє реально оцінити існуючі та нові банківські ризики.

Ефективна система управління кредитними ризиками має вирішувати такі основні завдання:

- визначати рейтинг позичальника та ймовірність банкрутства;
- обґрунтовувати прийняття рішення про кредитування;
- підвищувати якість кредитного портфелю;
- створювати можливість постійного контролю стану кредитного портфелю;
- зменшувати частку проблемних кредитів;
- покращувати організацію роботи з видачі кредитів та скорочувати тимчасові витрати за рахунок стандартизації та автоматизації;
- створювати можливості для постійного моніторингу та своєчасної реакції на проблеми, що виникають у клієнта.

Наведемо систему управління кредитним ризиком у вигляді сукупності восьми взаємопов'язаних блоків (рис.).

Розглянемо детально кожен із блоків наведеної системи управління кредитним ризиком.

1. Оцінка ризику кредитного портфелю банку.

Органам управління банку необхідно здійснювати оцінку кредитного портфелю на регулярній основі. Це дозволить зробити крок щодо вдосконалення існуючої системи управління ризиками, відповідної поточним масштабам діяльності та стратегічним планам банку.

Ризик кредитного портфелю банку визначається на основі кредитного ризику кожної категорії позичальників, а також розподілу кредитів за цими категоріями. В основі групування кредитного портфелю за ступенем ризику сьогодні лежать основні вимоги, встановлені Положенням НБУ № 231/20544, відповідно до яких кредитний портфель може містити позики п'яти категорій якості (груп ризиків): мінімальний ризик, помірний ризик, значний ризик, високий ризик, реалізований ризик або безнадійний [3].

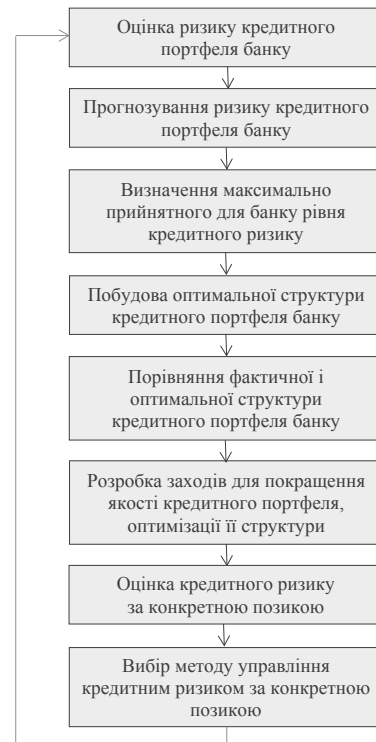


Рис. Система управління кредитним ризиком

Звідси формула визначення кредитного ризику набуває такого вигляду:

$$P = \frac{K_1 \times 0 + K_2 \times 1 + K_3 \times 21 + K_4 \times 51 + K_5 \times 100}{K}$$

де P – кредитний ризик банку;

K – величина кредитного портфелю банку;

K_1, K_2, K_3, K_4, K_5 – величина позик відповідної категорії якості;

P_1, P_2, P_3, P_4, P_5 – відсоток кредитного ризику за кожним видом позик.

Відсоток кредитного ризику за кожним видом позик визначається відповідно до відсотка резервування позикової заборгованості: $P_1 = 1, P_2 = 21, P_3 = 51, P_4 = 51, P_5 = 100$.

На основі результатів оцінки та аналізу кредитного портфелю в банківській установі може розроблятися нова кредитна політика, або з урахуванням

отриманих результатів при необхідності – коригуватися вже існуюча.

2. Прогнозування сукупного кредитного ризику банку.

Сучасні банки при здійсненні кредитної діяльності повинні не лише оцінювати рівень кредитного портфельного ризику, але і визначати його прогнозоване значення. Однак сьогодні серйозною проблемою є відсутність дієвих інструментів прогнозування рівня ризику кредитного портфеля банку. Особливо гостро поставлено завдання в складних економічних умовах, коли аудит здійснюється за міжнародними стандартами фінансової звітності та керівники ставлять завдання щодо зниження рівня сукупного кредитного ризику до середньосвітової величини. Вирішенням такого завдання може слугувати використання якісно нових підходів до прогнозування – економіко-математичних методів та електронно-обчислювальної техніки [5, с. 74].

Модель прогнозування ризику кредитного портфеля банку може бути представленою у вигляді лінійної регресійної залежності кредитного ризику від частки проблемних позик у кредитному портфелі банку.

Формула лінійної прогресії має такий вигляд:

$$y = a + bx,$$

де y – рівень ризику кредитного портфеля банку;

a – постійний коефіцієнт регресії;

b – змінний коефіцієнт регресії;

x – частка проблемних позик у кредитному портфелі банку.

Підставивши у рівняння очікуваний рівень частки проблемних кредитів, можна визначити прогнозне значення ризикованості кредитного портфеля банку.

Використання запропонованого підходу до прогнозованого ризику кредитного портфеля дозволить планувати структуру кредитного портфеля, що важливо при управлінні ліквідністю банківської установи.

3. Визначення максимально прийнятної для банку рівня кредитного ризику.

Максимально прийнятний для банку рівень кредитного ризику має зазначатися у його кредитній політиці. Його величина залежить від стратегії банку в області управління ризиками. Даний показник може переглядатися залежно від поточного фінансового стану банку, економічної ситуації в країні, зовнішньоекономічної обстановки та позиції власників щодо ризику.

4. Побудова оптимальної структури кредитного портфеля банку.

Оптимальна структура кредитного портфеля банку залежить від величини максимально прийнятної для банку рівня кредитного ризику. Ця структура будується на основі моделі оптимізації кредитного ризику [4, с. 53].

5. Порівняння фактичної та оптимальної структури кредитного портфелю банку.

Після побудови оптимальної структури кредитного портфеля банку вона порівнюється з фактичною. На основі отриманих результатів необхідно зіставити фактичний та запланований рівень ризику з сумою, яка, відповідно політиці в області ризиків, являє собою межу втрат за кредитними операціями. Тим самим розробити механізм регулювання та направлення мінімізації ризику кредитного портфелю. Це дозволяє визначити основні недоліки в кредитному портфелі банку, а також розробити заходи, спрямовані на усунення цих недоліків.

6. Розробка заходів для покращення якості кредитного портфеля, оптимізації його структури.

Для ефективного управління кредитним ризиком банку необхідно скоригувати тактику реалізації

кредитної політики в області ризиків. Важливу роль покликано зіграти удосконалення методики аналізу кредитоспроможності клієнта на базі фінансових коефіцієнтів, грошового потоку та ділового ризику. У кожному банку, згідно з міжнародними нормами з управління ризиками, мають створюватися внутрішні рейтингові системи. Банк має присвоювати підприємствам рейтинг та видавати кредити на умовах, які залежать від його результату – класу рейтингу.

Оптимальної структури кредитного портфеля банку можна досягти насамперед за допомогою глибокого аналізу можливості видачі кредиту (розгляд кредитної заявки, техніко-економічне обґрунтування кредиту, визначення кредитоспроможності клієнта, оцінка форм забезпеченості позики, складання кредитної угоди, угоди про заставу тощо).

7. Оцінка кредитного ризику за конкретною позицією має проводитися на основі внутрішньої рейтингової моделі, яка коригується залежно від обраних банком заходів для покращення якості кредитного портфеля.

Якщо банк прийняв позитивне рішення про видачу кредиту, то для розрахунку рівня процентної ставки застосовуються нескладні економіко-математичні методи. Формула для вираховування ставки відсотка залежно від оцінки ймовірності неповернення кредиту виглядає так:

$$i_r = \frac{i+p}{q},$$

де i_r – відсоткова ставка з урахуванням ризику;

i – безризикова ставка;

p – ймовірність неповернення кредиту;

q – ймовірність того, що кредит буде повернений вчасно та повністю.

Потім здійснюється розрахунок коефіцієнта резервування по кредиту, величина якого не повинна перевищувати прийнятного рівня ризику, встановленого кредитною політикою банку.

8. Вибір методів управління кредитним ризиком по конкретній позиції банку.

Метод управління кредитним ризиком обирається банком на основі алгоритму вибору методу управління. При цьому можна обрати один із таких методів управління кредитним ризиком:

- уникнення (відмова, скасування);
- утримання (поглинання, прийняття);
- передача (страхування);
- зниження (мінімізація, попередження втрат).

Висновки з проведеного дослідження. Представлена у статті система управління кредитними ризиками спрямована на удосконалення управління кредитними ризиками. Вона відповідає міжнародній практиці та рекомендаціям Базельського комітету за банківським наглядом в частині управління ризиками.

Перевагою розробленої методики є застосування системного підходу до управління кредитним ризиком. Кожен із наведених блоків є надзвичайно важливим. Завдяки об'єднанню даних блоків у певній послідовності процес управління кредитним ризиком стає більш впорядкованим та зваженим.

Така система управління кредитним ризиком дозволяє банку побудувати послідовний механізм управління ризиком. Завдяки втіленню такої системи можна уникнути хаотичного, несистематизованого та непродуманого підходу до управління кредитним портфелем та кредитними операціями зокрема.

Застосування даної системи дозволяє банку визначити (коригувати) основні напрями кредитної політики банку та обрати варіант найбільш раціонального розміщення наявних кредитних ресурсів.

Застосування у банківській установі розглянутої методики призведе до того, що дії керівництва банку з управління кредитними ризиками стануть більш послідовними та впорядкованими:

- керівництво банку буде чітко визначати цілі управління і зможе приймати зважені рішення, коригувати тактику управління кредитним ризиком;
- досягається прийнятний для банку оптимальний рівень кредитного ризику;
- знижуються втрати від неповернень;
- якщо ризик нижчий від прийнятного рівня, банк зможе приймати додаткові ризики, забезпечуючи більш високі доходи.

З побудовою та розвитком запропонованої системи управління кредитним ризиком у комерційному банку формується ефективна система контролю над кредитними ризиками, що дозволяє значно знизити ризик неповернення кредитів.

Нині, в умовах кризи, банкам важливо мати адекватну комплексну систему управління ризиками. Така система повинна мати організаційну, аналітичну, операційну та програмно-технічну під-

тримку. Створення такої системи дозволить банку забезпечити стабільність своєї роботи і призведе до зниження простроченої заборгованості за кредитами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2005. – 600 с.
2. Вітлінський В.В. Кредитний ризик комерційного банку : навч. посіб. / В.В. Вітлінський, В. Пернарівський, Я.С. Наконечний, Г.І. Великоіваненко ; за ред. В.В. Вітлінського. – К. : Знання, 2000. – 251 с.
3. Постанова НБУ Про затвердження Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12>.
4. Рудакова К.В. Разработка модели оптимизации кредитного портфеля банка // Новые горизонты менеджмента. – 2007. – № 2. – С. 52-55.
5. Харько Э.Д. Оптимизационные модели развития коммерческого банка как инструмент стратегического планирования // Финансовый менеджмент. – 2005. – № 5. – С. 72-79.

УДК 658.1:005.59:005.334:005.52

Батракова Т.І.
*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та кредиту
Запорізького національного університету*

ЗНАЧЕННЯ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Структурні зрушення в економіці, нестабільність зовнішнього середовища, розрив налагоджених виробничих зв'язків, зміна форм власності і реструктуризація підприємств вимагають перегляду вироблених стереотипів управлінського мислення і переходу до нових форм та методів системи управління. Управління підприємством в кризовому стані стає одним із ключових факторів, який забезпечує його довгострокову роботу. В свою чергу, стратегія підприємства включає в себе всі аспекти діяльності організації, які можуть виникнути та впливати на конкурентоспроможність та фінансовий стан підприємства. У статті проаналізовано методи аналізу фінансового стану підприємства та запропонований сучасний підхід до проведення комплексного аналізу, який припускає широке використання матричного методу аналізу з виведенням узагальнюючого синтетичного показника оцінки ефективності господарської діяльності підприємства.

Ключові слова: антикризове управління, фінансовий аналіз, матричний метод, узагальнюючі показники, конкурентоспроможність, фінансовий стан підприємства.

Батракова Т.І. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Структурные изменения в экономике, нестабильность внешнего окружения, разрыв устоявшихся производственных связей, смена форм собственности, реструктуризация предприятий требуют пересмотра устоявшихся стереотипов управленческого мышления и перехода к новым формам и методам системы управления. Управление предприятием в кризисном состоянии становится одним из ключевых факторов, обеспечивающим его долгосрочную работу. В свою очередь, стратегия предприятия включает в себя все аспекты деятельности организации, какие могут возникнуть и влияют на конкурентоспособность и финансовое состояние предприятия. В статье проанализированы методы анализа финансового состояния предприятия и предложены современные подходы к проведению комплексного анализа с использованием матричного метода и расчетом обобщающего синтетического показателя оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Ключевые слова: антикризисное управление, финансовый анализ, матричный метод, обобщающие показатели, конкурентоспособность, финансовое состояние предприятия.

Batrakova T.I. IMPORTANCE OF COMPREHENSIVE ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION CRISIS MANAGEMENT IN FINANCE COMPANIES

Structural changes in the economy, the instability of the environment, the gap established industrial relations, the change of ownership and enterprise restructuring needs revision made stereotypes of management thinking and the transition to new forms and methods of management. Enterprise management in crisis is one of the key factors that ensure its long-term performance. In turn, the company strategy includes all aspects of the organization that may arise and affect the competitiveness and financial condition. The methods of financial analysis company, and proposed a modern approach to the comprehensive analysis, which involves extensive use of matrix analysis method of synthetic synthesis output indicator assessing the effectiveness of business enterprises.

Keywords: crisis management, financial analysis, matrix method, general indicators, competitiveness, financial condition.

Постановка проблеми. В умовах постійної зміни кон'юнктури та непередбачуваності перспективи антикризове управління набуває все більшого значення. На думку С.М. Еш, мета антикризового управління – це основна задача, головна стратегія, місія, яку треба досягти під час проведення антикризової політики, втілення механізму організаційно-економічних заходів, направлених на досягнення успіху, та недопущення виникнення банкрутства. Але немає і бути не може єдиного й найкращого методу досягнення мети. Мета завжди досягається різними способами, і рухатися до неї можна по-різному. Мета системи антикризового управління завжди одна – забезпечити стабільне функціонування підприємства в довгостроковій перспективі та мінімізувати вплив кризових явищ. Методи досягнення цієї мети окремого господарюючого суб'єкта є завжди індивідуальними, оскільки залежать від поставлених цілей і компетенції менеджерів. Механізм взаємодії суб'єкта і об'єкта антикризового управління представляє собою набір різноманітних методів та інструментів, які застосовує антикризовий менеджмент по відношенню до кризи, або погіршення фінансового стану підприємства. Вибір таких інструментів на сьогоднішній день надзвичайно широкий – від «традиційних» економіко-математичних моделей та розрахунків до новітніх методів, наприклад, мозкового штурму [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенням поняття антикризового управління займалися такі економісти, як С.М. Еш, І. Ансофф, А.М. Поддєрьогін, які займалися дослідженням антикризового управління з позиції системності його реалізації. Особливо варто відмітити дослідження таких вчених, як М. Портер, Л.О. Лігоненко, Н.С. Захаренко та А.М. Ткаченко, які безпосередньо досліджували антикризове управління у складі стратегії та стратегічного управління підприємством.

Мета статті полягає в аналізі сучасних методик проведення фінансового аналізу в процесі реалізації політики антикризового управління фінансами на підприємствах як частини загальної стратегії антикризового управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зазвичай причинами кризового стану підприємств практично усіх галузей та секторів економіки України є не тільки вплив зовнішніх факторів: зниження платоспроможного попиту, втрата налагоджених господарських зв'язків, ринків закупівлі та збуту, суттєве збільшення цін на енергоносії, недосконале правове поле господарської діяльності тощо, а й не адекватний ринковим вимогам стан управління господарсько-фінансовою діяльністю суб'єктів господарювання [2].

Антикризова стратегія визначає основні немонетарні та монетарні цілі змін, що плануються на підприємстві, а також загальні механізми досягнення зазначених цілей (концепція антикризової діяльності) [3].

Антикризове управління фінансами – це частина загальної стратегії антикризового управління підприємством, яке направлене на розробку системи методів діагностики та впровадження механізмів фінансового оздоровлення підприємства, які б забезпечили вихід підприємства з кризового стану.

Антикризове управління фінансами передбачає:

– постійне дослідження фінансового стану підприємства з метою раннього виявлення ознак фінансової кризи;

– вивчення основних факторів, які зумовлюють розвиток кризи на підприємстві;

– формування цілей і задач та вибір основних механізмів антикризового фінансового управління підприємством;

– впровадження механізмів на рівні організації для забезпечення виконання мір по фінансовій стабільності;

– залучення органів контролю виконання антикризових заходів.

Фінансовий стан підприємства характеризується системою показників, які відображають рух фінансових ресурсів підприємства. Оцінка фінансового стану дає змогу визначити фінансову конкурентоспроможність підприємства. Оскільки рух товарно-матеріальних цінностей, трудових ресурсів та будь-яких інших супроводжується рухом грошових ресурсів підприємства, то фінансовий стан відображає всі складові діяльності підприємства та визначає рівень його конкурентоспроможності [4].

В економічній літературі широко представлені методики проведення фінансового аналізу. Основна ціль фінансового аналізу – виявлення недоліків фінансової діяльності та знаходження внутрішніх резервів господарювання для поліпшення фінансового стану та підвищення платоспроможності підприємства. В якості інформаційного забезпечення використовують дані бухгалтерського обліку та звітності.

Перше, що можливо розрахувати на основі бухгалтерського обліку в процесі реалізації політики антикризового управління фінансами – ліквідність, тобто платоспроможність підприємства. На ранніх етапах виникнення кризи рівень ліквідності визначає змогу підприємства відповідати по своїм поточним зобов'язанням. Чим вище показники ліквідності, тим стійкіше фінансове положення підприємства [6].

Окрім визначення ліквідності, необхідно оцінити фінансову стійкість підприємства, тобто його можливість працювати і розвиватися, зберігаючи рівновагу активів і пасивів в постійно змінному внутрішньому та зовнішньому середовищі, зберігаючи інвестиційну привабливість в довгостроковій перспективі та рентабельність бізнесу.

Оцінка фінансової стійкості підприємства проводиться з використанням відносних показників – коефіцієнтів, що відображають ступень незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування, перш за все це: коефіцієнт автономії; коефіцієнт концентрації залученого капіталу; коефіцієнт співвідношення власного та залученого (коефіцієнт фінансового ліверіджа, плече фінансового важеля); коефіцієнт маневреності власного капіталу.

Рентабельність – це відносний показник, який показує рівень доходності підприємства. Коефіцієнти рентабельності – це показники ефективності роботи підприємства, вони характеризують кінцеві результати господарської діяльності краще, ніж показники прибутку, оскільки комплексно відображають ступень ефективності використання матеріальних, трудових та грошових ресурсів [5].

Комплексний аналіз діяльності підприємств може включати різне поєднання використовуваних показників залежно від поставлених цілей.

На практиці доцільніше поєднувати використання системи показників оцінки ефективності діяльності з урахуванням узагальнюючих показників.

В якості узагальнюючих показників оцінки ефективності діяльності підприємств можуть бути використані наступні комплексні показники:

1. Показник ефективності використання виробничого потенціалу підприємства, розраховується за формулою (1):

$$E_{\text{вп}} = \text{ЧД} / [\text{ФЗП} + (\text{ОЗ} + \text{ОФ}) K_{\text{привед}}], \quad (1)$$

де $E_{\text{вп}}$ – показник ефективності використання виробничого потенціалу підприємства;

ЧД – чистий дохід;

ФЗП – кошти на оплату праці;

ОЗ – середньорічна вартість обігових коштів;

ОФ – середньорічна вартість основних засобів;

$K_{\text{привед}}$ – нормативний коефіцієнт, рівний 0,12.

Даний показник дозволяє оцінити ефективність використання економічного потенціалу підприємства і порівняти наявні у нього ресурси з основним кінцевим результатом діяльності – чистим доходом. Чим вище значущість цього показника, тим краще виконується підприємством його основна функція – забезпечення потреб споживачів в послугах, тим ефективніше використовуються ресурси підприємства.

2. Показник ефективності фінансової діяльності, розраховується за формулою (2):

$$E_{\text{фд}} = \text{Пв} / [\text{ФЗП} + (\text{ОЗ} + \text{ОФ}) K_{\text{привед}}], \quad (2)$$

де $E_{\text{фд}}$ – показник ефективності фінансової діяльності;

Пв – сума валового прибутку.

За допомогою цього показника можна оцінити, при яких ресурсах досягнутий основний фінансовий результат діяльності машинобудівного підприємства і наскільки ефективно використовуються ці ресурси.

3. Показник оцінки трудової діяльності, розраховується за формулою (3):

$$E_{\text{тд}} = \text{ЧД} / \text{Ч} / \text{СЗ}, \quad (3)$$

де $E_{\text{тд}}$ – показник ефективності трудової діяльності;

Ч – середньоспискова чисельність працівників;

СЗ – середня заробітна плата одного працівника.

Цей показник характеризує приріст продуктивності праці на 1 грн. збільшення середньої заробітної плати.

Показник ефективності трудової діяльності також може бути розрахований як відношення об'єму продажу до суми витрат на оплату праці за формулою (4):

$$E_{\text{тд}} = \text{ЧД} / \text{ФЗП}. \quad (4)$$

4. На підставі трьох розрахованих показників може бути обчислений інтегральний показник економічної ефективності господарської діяльності за формулою (5):

$$I_{\text{егд}} = \sqrt[3]{E_{\text{вп}} \cdot E_{\text{фд}} \cdot E_{\text{тд}}}, \quad (5)$$

де $I_{\text{егд}}$ – інтегральний показник економічної ефективності господарської діяльності.

Інтегральний показник економічної ефективності господарської діяльності доцільно аналізувати в динаміці, в цьому випадку визначаються темпи його зміни за формулою (6), і за отриманими результатами можна робити висновки про підвищення або зниження ефективності усієї господарської діяльності підприємства.

$$\text{ТІ}_{\text{егд}} = I_{\text{егд.зв.}} / I_{\text{егд.баз.}} \quad (6)$$

де $\text{ТІ}_{\text{егд}}$ – темп зміни інтегрального показника економічної ефективності господарської діяльності.

З метою визначення перспектив подальшого розвитку підприємства доцільно розрахувати показники інтенсивності розвитку та можливості економічного зростання для подальшого планування діяльності підприємства.

5. Показник темпу інтенсивності розвитку машинобудівного підприємства, розраховується за формулою (7):

$$\text{Т}_{\text{інт}} = (\text{Т}_{\text{пп}} \times \text{Т}_{\text{шок}} \times \text{Т}_{\text{фо}}) / (\text{Т}_{\text{фзп}} \times \text{Т}_{\text{оз}} \times \text{Т}_{\text{оф}}) \times 100\%, \quad (7)$$

де $\text{Т}_{\text{інт}}$ – темп інтенсивності розвитку підприємства;

$\text{Т}_{\text{пп}}$ – темп зміни продуктивності праці;

$\text{Т}_{\text{шок}}$ – темп зміни швидкості оборотності обігових коштів;

$\text{Т}_{\text{фо}}$ – темп зміни фондівіддачі основних фондів;

$\text{Т}_{\text{фзп}}$ – темп зміни витрат на оплату праці;

$\text{Т}_{\text{оз}}$ – темп зміни середньорічної вартості обігових коштів;

$\text{Т}_{\text{оф}}$ – темп зміни середньорічної вартості основних засобів.

Інтенсивний розвиток підприємств передбачає підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок ефективного використання всіх наявних ресурсів на підприємстві.

6. Показник темпу економічного зростання підприємства.

В процесі проведення комплексного аналізу необхідно вивчити темпи економічного зростання машинобудівного підприємства. Оцінку рівня економічного зростання можна дати на підставі якісних показників господарської діяльності підприємства за формулою (8):

$$\text{Т}_{\text{езр}} = \sqrt[3]{\text{Т}_{\text{пт}} \cdot \text{Т}_{\text{шок}} \cdot \text{Т}_{\text{фо}} \cdot \text{Т}_{\text{вв}} \cdot \text{Т}_{\text{рр}}}, \quad (8)$$

де $\text{Т}_{\text{езр}}$ – узагальнюючий темп економічного зростання підприємства;

$\text{Т}_{\text{вв}}$ – темп зміни витратівіддачі;

$\text{Т}_{\text{рр}}$ – темп зміни рівня рентабельності.

Інтенсивними чинниками, дію яких можна розрахувати за формулою (9), виступають підвищення продуктивності праці працівників підприємства і збільшення фондівіддачі:

$$\text{Д}_{\text{інт}} = \frac{(\text{ППЗв} - \text{ППбаз}) \times \text{Чзв} + (\text{ФВзв} - \text{ФВбаз}) \times \text{ОФзв}}{\text{ДЧД} \times 2} \times 100\%, \quad (9)$$

де $\text{Д}_{\text{інт}}$ – частка приросту чистого доходу за рахунок інтенсивних чинників, %;

$\text{ПП}_{\text{зв}}$, $\text{ПП}_{\text{баз}}$ – показник продуктивності праці працівників в звітному і базисному періодах, тис. грн.;

$\text{Ч}_{\text{зв}}$ – середньоспискова чисельність працівників в звітному періоді, осіб;

$\text{ФВ}_{\text{зв}}$, $\text{ФВ}_{\text{баз}}$ – показник фондівіддачі в звітному і базисному періодах, грн.;

$\text{ОФ}_{\text{зв}}$ – середньорічна вартість основних фондів в звітному періоді, тис. грн.;

ДЧД – приріст чистого доходу в звітному періоді в порівнянні з базовим.

Сучасний підхід до проведення комплексного аналізу припускає широке використання матричного методу аналізу з виведенням узагальнюючого синтетичного показника оцінки ефективності господарської діяльності підприємства.

У матричну модель для проведення комплексного аналізу доцільно включити наступні показники:

– ресурси – вартість основних засобів, середньоспискова чисельність працівників;

– витрати – загальна сума поточних витрат;

– результати – прибуток, чистий дохід.

Таким чином, в модель буде включено п'ять показників, що дозволяє побудувати матрицю 5×5 .

На основі аналізу при впорядкуванні показників розраховуються основні показники господарської діяльності підприємства.

Високі стійкі темпи зростання ефективності господарської діяльності підприємства будуть забезпечені

у тому випадку, якщо початкові показники зростатимуть в наступній послідовності за формулою:

$$T_{\pi} > T_{\text{чд}} > T_{\text{вв}} > T_{\text{оз}} > T_{\text{ч}}$$

де T_{π} – темп зростання чистого прибутку %;

$T_{\text{чд}}$ – темп зростання чистого доходу, %;

$T_{\text{вв}}$ – темп зростання витрат виробництва, %;

$T_{\text{оз}}$ – темп зростання вартості основних засобів, %;

$T_{\text{ч}}$ – темп зростання середньоспискової чисельності працівників, %.

Виходячи з виконаних розрахунків, пропонуємо категорії стійкості зростання ефективності діяльності підприємств

Категорії стійкості зростання ефективності діяльності підприємств

№ з/п	Класифікація стійкості зростання ефективності діяльності	Характеристика
1	$T_{\pi} > T_{\text{чд}} > T_{\text{вв}} > T_{\text{оз}} > T_{\text{ч}}$	Висока стійкість
2	$T_{\pi} < T_{\text{чд}} > T_{\text{вв}} > T_{\text{оз}} > T_{\text{ч}}$	Добра стійкість
3	$T_{\pi} < T_{\text{чд}} < T_{\text{вв}} > T_{\text{оз}} > T_{\text{ч}}$	Задовільна
4	$T_{\pi} < T_{\text{чд}} < T_{\text{вв}} < T_{\text{оз}} > T_{\text{ч}}$	Незадовільна
5	$T_{\pi} < T_{\text{чд}} < T_{\text{вв}} < T_{\text{оз}} < T_{\text{ч}}$	Кризовий

На основі показників діяльності підприємства та темпів їх зростання можливо розробити матрицю комплексного аналізу діяльності підприємства (табл. 1).

Матричний метод при проведенні комплексного аналізу дозволяє дати узагальнюючу оцінку ефективності не лише діяльності підприємства в цілому, але й окремих її сторін, зокрема фінансової.

Зростання коефіцієнту оборотності активів

Низке значення коефіцієнту рентабельності активів (при низькому значенні R_{π} і низькому значенні K_{oa})	Середнє значення коефіцієнту рентабельності активів (при низькому значенні R_{π} і високому значенні K_{oa})
Середнє значення коефіцієнту рентабельності активів (при високому значенні R_{π} і низькому значенні K_{oa})	Високе значення коефіцієнту рентабельності активів (при високому значенні R_{π} і високому значенні K_{oa})

↑ Зростання коефіцієнту рентабельності продажу

Рис. 1. Матриця оцінки інтегрального результату фінансового стану підприємства

Для інтерпретації результатів інтегральної оцінки фінансового стану підприємства може бути використана спеціальна матриця (рис. 1).

За допомогою матриці можна виявити основні резерви подальшого підвищення ефективності господарської діяльності підприємств за допомогою зростання коефіцієнта рентабельності використання його активів за рахунок оптимізації окремих економічних і фінансових показників в перспективі.

Висновки. Комплексний аналіз фінансово-господарської діяльності організації дозволяє виявити резерви як невикористані можливості, визначити проблеми, розробити основні заходи, спрямовані на формування ефективних управлінських рішень. Аналіз є інструментом для об'єктивної оцінки поточних звітних і минулих періодів підприємства, виявлення проблем діяльності господарюючого суб'єкта, формування ефективних управлінських рішень. Крім того, аналіз є першим етапом планування і прогнозування майбутньої діяльності підприємства. На основі об'єктивної оцінки і аналізу даних звітного періоду,

Таблиця 1

Матрична модель 5×5 для проведення комплексного аналізу господарської діяльності підприємства

Чисельник		Результати		Витрати	Ресурси	
		1. Прибуток (П)	2. Чистий дохід (ЧД)	3. Витрати виробництва (С)	4. Вартість основних засобів (ОЗ)	5. Середньоспискова чисельність працівників (Ч)
Результати	1. Прибуток (П)	1.1 П:П 1,0	1.2 ЧД : П Кількість доходу на 1 грн. прибутку	1.3 С : П Витрати на 1 грн. прибутку	1.4 ОЗ : П Вартість основних засобів на 1 грн. прибутку	1.5 Ч : П Відповідність чисельності на отриманий прибуток
	2. Чистий дохід (ЧД)	2.1 П : ЧД Рентабельність чистого доходу	2.2 ЧД : ЧД 1,0	2.3 С : ЧД Витрати на 1 грн. чистого доходу	2.4 ОЗ : ЧД Фондомісткість	2.5 Ч : ЧД Відповідність чисельності на отриманий чистий дохід
Витрати	3. Витрати виробництва (С)	3.1 П : С Рентабельність витрат виробництва	3.2 ЧД : С Витратовіддача	3.3 С : С 1,0	3.4 ОЗ : С Вартість основних засобів в собівартості продукції	3.5 Ч : С Відповідність чисельності собівартості продукції
	4. Вартість основних засобів (ОЗ)	4.1 П : ОЗ Рентабельність основних засобів	4.2 ЧД : ОЗ Фондовіддача	4.3 С : ОЗ Витрати виробництва у основних засобах	4.4 ОЗ : ОЗ 1,0	4.5 Ч : ОЗ Відповідність чисельності вартості основних засобів
Ресурси	5. Середньоспискова чисельність працівників (Ч)	5.1 П : Ч Рентабельність робочої сили	5.2 ЧД : Ч Продуктивність праці	5.3 С : Ч Витрати на одного працюючого	5.4 ОЗ : Ч Фондоозброненість	5.5 Ч : Ч 1,0

а також виявлених проблем діяльності підприємства проводиться планування основних показників, що забезпечують розвиток об'єкту управління для досягнення поставленої мети.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Захаренко Н.С. Антикризисное управління підприємством на основі класифікації криз та факторів їх виникнення / Н.С. Захаренко // Вісник ПДТУ. – 2010. – № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/4209/Захаренко%20Н.С..pdf?sequence=1>.
2. Ткаченко А.М., Калюжна Ю.В. Криза: сутність, класифікація та причини виникнення / А.М. Ткаченко, Ю.В. Калюжна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць. – 2013. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/5554/С.%20122.pdf?sequence=1>.
3. Лігоненко Л.О. Антикризисное управління підприємством: теоретико- методологічні засади та практичний інструментарій / Л.О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 580 с.
4. Антикризисный менеджмент / Под ред. А. Грязновой. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 368 с.
5. Балдин К.В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень : [учеб. пособ.] / К.В. Балдин. – М. : Дашков и К, 2011. – 316 с.
6. Бухгалтерский учет в системе антикризисного управления : [учеб. пособ.] / Под ред. проф. В.Э. Керимова. – М. : Дашков и К, 2012.
7. Коротков Э.М. Антикризисное управление : [учеб. пособ.] : Ч. II / Э.М. Коротков. – М. : ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/anti-recessionary.shtml>.
8. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
9. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент : [підручник] / А.М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 536 с.

УДК 336.71

Вовчак О.Д.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри банківської справи
Університету банківської справи

Рибачук Ю.О.
здобувач
Львівської комерційної академії

ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО СЕГМЕНТУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В КОНТЕКСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ВАРТОСТІ ЙОГО ІНСТРУМЕНТІВ

У статті розглянуто наукові підходи щодо прогнозування вартості фінансових інструментів та існуючі проблеми в цьому напрямі, пов'язані зі складністю структури фінансового ринку та різноманітністю форм вартості його інструментів. За допомогою логічних методів, на основі істотних ознак фінансового ринку розкрито його сутність та структуру і виокремлено валютний ринок як найбільш оптимальний його сегмент для прогнозування вартості фінансових інструментів. Здійснено додаткове обґрунтування актуальності такого вибору.

Ключові слова: фінансовий ринок, вартість фінансових інструментів, структура фінансового ринку, валютний ринок, валютний курс.

Вовчак О.Д., Рибачук Ю.О. ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОГО СЕГМЕНТА ФИНАНСОВОГО РЫНКА В КОНТЕКСТЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ЕГО ИНСТРУМЕНТОВ

В статье рассмотрены научные подходы к прогнозированию стоимости финансовых инструментов и существующие проблемы в этом направлении, связанные со сложностью структуры финансового рынка и многообразием форм стоимости его инструментов. С помощью логических методов, на основе существенных признаков финансового рынка раскрыты его сущность и структура и выделен валютный рынок как наиболее оптимальный его сегмент для прогнозирования стоимости финансовых инструментов. Осуществлено дополнительное обоснование актуальности такого выбора.

Ключевые слова: финансовый рынок, стоимость финансовых инструментов, структура финансового рынка, валютный рынок, валютный курс.

Vovchak O.D., Rybachuk Y.O. CHOOSING OF THE OPTIMAL SEGMENT OF FINANCIAL MARKET IN THE CONTEXT OF FORECASTING OF THE VALUE OF ITS INSTRUMENTS

In the article the scientific approaches to the forecasting of the value of financial instruments were observed along with the existing problems in this direction related to the complexity of the structure of financial market and the diversity of forms of the value of its instruments. By means of the logical methods on the basis of the substantial features of the financial market its nature and structure was revealed and the currency market was singled out as it's the most optimal segment for the forecasting of the value of financial instruments. The additional justification of the relevance of this choice was made.

Keywords: financial market, value of financial instruments, structure of financial market, currency market, currency rate.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших характеристик, яка визначає привабливість та ефективність фінансових інструментів, є їх вартість. Тому прогнозування вартості інструментів фінансового ринку становить неабиякий інтерес для його учасників, а питання розробки нових та вдоскона-

лення існуючих методів прогнозування їх вартості є надзвичайно актуальним.

Прогнозування вартості інструментів фінансового ринку здійснюється на основі його аналізу, під час якого дослідженню підлягає велика кількість різноманітних ринкових чинників та їх взаємозв'язки.

Це насамперед різні макроекономічні чинники, які зумовлюють потреби учасників фінансового ринку та в сукупності формують попит та пропозицію на фінансовий інструмент.

Проведення наукових досліджень у напрямі прогнозування вартості інструментів фінансового ринку попередньо потребує чіткого визначення з однозначністю трактування низки понять, що використовуються в даному контексті. Сьогодні ж в економічній науці сутність окремих понять і термінів фінансового ринку характеризується неоднозначністю їх трактування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До розгляду сутності понять, що позначають фінансовий ринок та його складові елементи, а також аналізу їх взаємозв'язків зверталось багато українських учених-економістів. Серед них В. Опарін, М. Савлук, Б. Івасів, О. Василик, О. Мозговий, М. Буднік, В. Васильєва та ін., однак наукова дискусія з цього питання не є завершеною.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Наукові дослідження з прогнозування вартості фінансових інструментів ускладнені тим, що залежно від сегменту фінансового ринку вартість його інструментів набуває різних форм: курсу, відсотка, дисконту, індексу тощо.

Таким чином, для проведення наукових досліджень в напрямі прогнозування вартості інструментів фінансового ринку необхідно попередньо розкрити його сутність та структуру і обрати найбільш оптимальний сегмент та інструмент з певною формою вартості, для того щоб у подальшому отриманні результату можна було узагальнити для решти сегментів ринку.

Мета статті полягає у розкритті сутності та структури фінансового ринку на основі його істотних ознак засобами формальної логіки та виборі й обґрунтуванні найбільш оптимального сегменту фінансового ринку для проведення досліджень в напрямі прогнозування вартості його інструментів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз літературних джерел вказує на те, що «вивчення організації та засад функціонування фінансового ринку вимагає насамперед чіткого визначення його сутності та взаємозв'язку з відповідними інститутами, близькими до нього за призначенням і сферою, – грошовий ринок, ринки грошей і капіталів, фондовий і ринок цінних паперів, кредитний та валютний ринки, ринок фінансових послуг. Сьогодні чіткої визначеності ні стосовно сутності цих понять, ні щодо їх взаємозв'язку і взаємопідпорядкування не існує» [1, с. 208]. На заваді вирішенню даної проблеми стоїть низка чинників.

Трактування економічних понять часто змінюється з плином часу, в процесі розвитку або зміни предметів дійсності, що вони позначають. Так, термін «фінанси» за час свого розвитку нерідко змінював своє значення. Інколи він мав різне тлумачення залежно від місцевості використання [2, с. 5]. Також існуючі логічні методи, що є загально науковими, не дозволяють вченим вирішити в повній мірі проблеми однозначного трактування, класифікації, сумісності та підпорядкування понять навіть в логіці. Так, «важливою проблемою логіки є класифікація понять, завдяки якій вони систематизуються» [3, с. 32]. Крім того, «чіткої відповіді на питання про відношення між поділом понять і класифікацією поки що немає» [3, с. 42]. Таким чином, для проведення досліджень в напрямі прогнозування вартості інструментів фінансового ринку, доцільно обрати найбільш

загальні визначення необхідних економічних понять та абстрагуватись від наукових дискусій щодо уточнення їх трактування.

Отже, фінанси є сукупністю економічних відносин, що пов'язані з формуванням, розподілом і використанням фондів грошових коштів у процесі розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту та національного доходу [2, с. 11].

Фінансові інструменти являють собою відображення фінансових відносин, тобто їх характерною ознакою є забезпечення руху грошових потоків [4, с. 28].

В економічній теорії дане поняття охоплює як інструменти здійснення фінансової політики держави, такі як податки, державні трансферти тощо, так і власне інструменти фінансового ринку. Тому в дослідженнях з прогнозування вартості інструментів фінансового ринку дане поняття доцільно вживати у більш вузькому значенні, близькому до визначення в українському законодавстві. За цим підходом фінансові інструменти розглядаються як цінні папери, строкові контракти (ф'ючерси), відсоткові строкові контракти (форварди), строкові контракти на обмін (на певну дату в майбутньому) у разі залежності ціни від відсоткової ставки, валютного курсу або фондового індексу (відсоткові, курсові чи індексні свопи), опціони, що дають право на купівлю або продаж будь-якого із зазначених фінансових інструментів, у тому числі тих, що передбачають грошову форму оплати (курсіві та відсоткові опціони) [5].

Водночас так як ключовим поняттям у дослідженнях є вартість, то їх результати можуть бути узагальнені для всіх фінансових інструментів, що володіють даною характеристикою. Варто також зазначити, що в економічній науці, крім поняття мінової вартості товару – його здатності обмінюватись на інші товари (зазвичай гроші), виділяють також споживчу вартість – «його здатність задовольняти потреби людини» [6, с. 75]. Тому поняття вартості у дослідженнях теж потребує конкретного визначення. Вартість інструментів фінансового ринку доцільно прийняти абстрактним поняттям зі сталим математичним змістом кількісного співвідношення товарів при обміні.

Проведений науковий аналіз засвідчив, що єдиного способу визначення структури фінансового ринку немає. Її визначають за різними ознаками: часу обігу фінансових ресурсів (ринок грошей – до одного року та ринок капіталів – понад один рік); інституційною – залежно від приналежності до сфери дії його посередників (банківських та небанківських фінансово-кредитних установ, біржовий і позабіржовий); регіональною (місцевий, регіональний, національний, світовий) тощо. Серед них, виходячи з ваги істотності ознаки, зупинимось на структурі фінансового ринку, складові частини якої визначаються залежно від виду його інструментів.

Виходячи з визначення фінансового ринку як такого, де товаром є «гроші, надані у тимчасове або постійне користування» [4, с. 414], враховуючи, що гроші теж є загальним поняттям і набувають різних форм, можна перейти до типової класифікації фінансового ринку за видом його інструментів. Отже, з боку покупця грошей залежно від пропозиції фінансовий ринок зазвичай поділяють на такі сегменти: кредитний ринок, ринок цінних паперів, валютний ринок, ринок фінансових послуг, ринок золота тощо.

Кредитний ринок – це система економіко-правових відносин щодо надання та отримання на

визначених умовах у позику капіталу [7, с. 8]. Кредитний ринок має договірний характер, вартістю кредитного договору зазвичай виступає відсоткова ставка – частка, на яку збільшується сума позики при поверненні.

Ринок цінних паперів являє собою особливу форму торгівлі фінансовими ресурсами, яка опосередковується випуском та обігом цінних паперів [1, с. 212]. У Законі України «Про цінні папери та фондовий ринок» [5] поняття ринку цінних паперів та фондового ринку подаються як рівнозначні, водночас у науковій класифікації ринок цінних паперів зазвичай отримує розподіл на ринок боргових зобов'язань – основними інструментами якого є облигації, та фондовий ринок (ринок власності) – основними інструментами якого є акції. Через велике різноманіття інструментів ринку цінних паперів та їх похідних вартість в даному сегменті набуває найбільшої кількості форм, що може стосуватися як одного цінного паперу – ціна, відсоткова ставка, продаж з дисконтом, так і їх певної сукупності – різні біржові індекси.

Валютний ринок – це система різноманітних економічних і організаційних відносин, які потребують обміну і використання іноземної валюти [8, с. 127]. Основна роль валютного ринку полягає у забезпеченні міжнародної торгівлі. Вартість на валютному ринку здебільшого набуває форми валютного курсу – ціни грошової одиниці однієї країни (базова валюта), вираженої в грошових одиницях іншої (валюта котирування).

Такі сегменти структури фінансового ринку, як ринок фінансових послуг та ринок золота, які теж до нього відносяться, вже створюють певні складності для наукової класифікації. Ринок фінансових послуг можна визначити як більш загальне поняття, до складу (обсягу) якого входить фінансовий ринок, а ринок золота зі створенням сучасного валютного ринку можна віднести до звичайного товарного ринку. Таким чином, наукова класифікація фінансового ринку, проведена за його істотною ознакою, фактично стає штучною, оскільки дозволяє лише включити його сегменти до єдиного переліку, та не може відобразити усіх їх логічних структурних взаємозв'язків.

Тому для кращого розкриття сутності поняття фінансового ринку його можна схематично відобразити через взаємозв'язок між обсягом та змістом (рис. 1), який називається логічним законом зворотного відношення. «Цей закон вказує на те, що чим більший зміст поняття, тим вужчий обсяг цього поняття. І, навпаки, чим вужчий зміст поняття, тим ширший обсяг даного поняття» [9, с. 146].

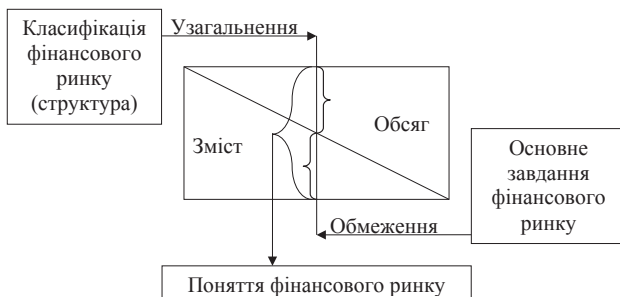


Рис. 1. Схематичне визначення поняття фінансового ринку на графічному представленні закону зворотного відношення обсягу та змісту

Джерело: розробка авторів

Для цього приведено класифікацію фінансового ринку можна прийняти як обсяг його поняття, а зміст визначення, покладеного в основу класифікації, додатково збагатити істотною ознакою, обмеживши, таким чином, обсяг від невідповідних даних ознаці сегментів. Такою істотною ознакою є основне завдання, яке виконує фінансовий ринок в економіці. Воно полягає у забезпеченні переміщення фінансових ресурсів від тих, хто має їх надлишок, до тих, хто потребує інвестицій [4, с. 414].

Закон зворотного відношення представлений графічно у вигляді прямокутника, поділеного діагоналлю на два трикутники, одним з яких є зміст, а інший – обсяг (рис. 1). Лінія, що рухається вздовж прямокутника перпендикулярно його більшим бокам, змінює величину відрізків, що вони на ній утворюють з діагоналлю, схематично відображаючи дію закону зворотного відношення при проведенні операцій з узагальнення і обмеження обсягу понять. Поняття фінансового ринку представлене у вигляді сумарного відрізка змісту та обсягу, що утворені внаслідок проведених логічних операцій.

При обмеженні множини різних ринків ознакою головного завдання фінансового ринку, як підсумок, набувають актуальності більш конкретні визначення понять фінансового ринку, що упускають розкриття особливостей його структури, яка для прогнозування вартості інструментів фінансового ринку має важливе значення, так як зміна вартості одних фінансових інструментів може впливати на зміну вартості інших.

Отже, фінансовий ринок – це сукупність обмінно-перерозподільних відносин, пов'язаних з процесами купівлі-продажу фінансових ресурсів, необхідних для здійснення виробничої та фінансової діяльності [1, с. 207].

Серед визначень понять фінансового ринку варто також виділити найбільш близькі до потреб прогнозування вартості його інструментів: фінансовий ринок – це система економічних відносин, що складаються при купівлі-продажу фінансових ресурсів під впливом попиту і пропозиції [2, с. 79].

Здійснивши таке логічне схематичне розкриття сутності та структури фінансового ринку, можна розглядати його інструменти, відштовхуючись від кожного сегменту окремо – відстежувати зв'язки на основі їх спільних ознак, доповнювати та змінювати існуючу класифікацію відповідно до виникаючих потреб. Тобто дане рішення забезпечує орієнтування у наукових дослідженнях на розробку загального методичного підходу до прогнозування вартості інструментів фінансового ринку. Таким чином, можна перейти до розгляду теоретико-методологічних аспектів прогнозування вартості фінансових інструментів, обравши за основу один з сегментів фінансового ринку, та в подальшому узагальнити отримані результати для всіх інших.

Серед розглянутих сегментів фінансового ринку найбільш доцільно для проведення досліджень в напрямі прогнозування вартості його інструментів обрати саме валютний ринок. Він є невід'ємним сегментом фінансового ринку, оскільки предметом торгівлі на ньому також є гроші, та не створює логічних суперечностей при здійсненні класифікації. Валютний ринок є найбільшим сегментом фінансового ринку за обсягами торгів, а валютний курс – простою формою вартості, що тотожна її математичному змісту. Тому хоча на валютному ринку здійснюється торгівля досить широким спектром похідних інструментів, найбільш вдалим для досліджень з прогно-

зування їх вартості є проста пара валют, серед яких для прикладу доцільно обрати пару EUR/USD, на яку припадає найбільша частка торгів.

У вітчизняному законодавстві замість поняття «валютний ринок» зазвичай вживаються два вузчі поняття: «міжбанківській валютний ринок України» та «міжнародний валютний ринок», під яким розуміють ринок Forex.

Міжбанківський валютний ринок України – це сукупність відносин у сфері торгівлі іноземною валютою в Україні між суб'єктами ринку, між суб'єктами ринку та їх клієнтами (у тому числі банками-нерезидентами), між суб'єктами ринку і Національним банком, а також Національним банком і його клієнтами [10].

Міжнародний валютний ринок – це сукупність відносин у сфері торгівлі іноземною валютою за межами України між суб'єктами ринку та іноземними контрагентами, які за дорученням і за рахунок суб'єктів ринку здійснюють торгівлю іноземною валютою за межами України [10].

Такий поділ пов'язаний зі спрямованістю вітчизняного законодавства на жорстке регулювання та контроль валютних операцій в країні. Через це зміст поняття ринку Forex викривляється, і воно переважно вживається лише тоді, коли йдеться про спекулятивну торгівлю валютою з використанням кредитних коштів. В англійській мові середовищі поняття Forex є скороченням словосполучення foreign exchange market, що дослівно перекладається з англійської мови як ринок іноземної валюти, є синонімом словосполучення currency market – валютний ринок, та розуміється у такому ж загальному значенні. Словосполучення має низку різновидів скорочень (forex market, FX-market, FX), які не змінюють його змісту.

Сучасний ринок Forex постав у результаті еволюції світової валютної системи, аналіз якої дозволяє зробити висновок, що процес цей вже завершено, так як її чинники знівельовані в системі плаваючого курсу валют. Адже історія розвитку світової валютної системи свідчить, що міжнародні угоди, які юридично закріплювали її нову форму, переважно оформлялись за фактом змін, які відбувались через відсутність рішення проблеми дефіциту золота при негативному торговельному балансі країн. Сьогодні золото не використовується в міжнародних розрахунках, а плаваючий режим валютного курсу дав можливість автоматичного коригування торговельного балансу, що й дозволяє зробити припущення про Ямайську валютну систему як остаточну. Таким чином, можна зробити висновок, що й валютний ринок більше не зазнаватиме кардинальних змін.

Ринок Forex не має єдиного інституційного центру, «він охоплює, безліч операцій з купівлі-продажу валют, які щоденно здійснюються у світовому економічному просторі учасниками валютного обміну» [11, с. 75], але завдяки можливості арбітражу характеризується практично однаковим валютним курсом в усіх місцях їх здійснення. «Основними учасниками валютних ринків є комерційні банки, валютні біржі, брокерські фірми, центральні банки країн, корпорації» [7, с. 75].

Вагому частку ринку Forex становлять спекулятивні операції, вони є загально доступними та завдяки торгівлі з використанням кредитних коштів не потребують великої суми для початку торгів, які теоретично можуть принести великий дохід. Так, більшість дилерів надають своїм клієнтам «кредитне

плече» в розмірі 1:100 та можливість укласти угоди від 0,01 стандартного лоту (один лот дорівнює 100 000 одиниць валюти). Це дозволяє здійснювати операції по валютній парі EUR/USD з депозитним рахунком від 10 доларів, та заробляти на коливанні курсу в 1 пункт 0,1 долара. Так як середньоденне коливання курсу валют пари EUR/USD нерідко становить близько 100 пунктів, вдала угода може принести 100% прибутку за день.

Ринок Forex характеризується додатковими якостями, які сприяють спекуляції: ліквідність, мобільність торговця, цілодобова робота та ін., що вирізняє його з поміж усіх сегментів фінансового ринку як найбільш оптимального для таких цілей. Тому саме валютний ринок викликає найбільший інтерес для вивчення різних методів прогнозування вартості інструментів фінансового ринку, оскільки єдиною проблемою для отримання прибутків від спекуляції є правильне прогнозування курсу валют.

Цей чинник активно використовують дилери в якості засобу просування послуг зі спекулятивної торгівлі, що породжує негативні явища в даній сфері. Підтвердженням їх зростання служить Постанова Національного банку України № 327 від 03.08.2012 р. [12], що засвідчила про визнання потреби регулювання діяльності посередників валютного ринку, хоча й не визначила для цього конкретного механізму. Тому проведення досліджень в напрямі прогнозування вартості інструментів фінансового ринку саме в сегменті ринку Forex є не лише оптимальним, але й найбільш актуальним варіантом.

Висновки. Отже, аналіз сутності та структури фінансового ринку на основі засобів формальної логіки з урахуванням лише його істотних ознак дозволив обрати валютний ринок як найбільш оптимальний сегмент для проведення наукових досліджень в напрямі прогнозування вартості фінансових інструментів. Водночас розгляд особливостей, що притаманні сучасному валютному ринку, дозволяє додатково обґрунтувати цей вибір. Таким чином, можна перейти до розгляду теоретико-методологічних підходів до прогнозування вартості інструментів фінансового ринку, оминувши незавершені наукові дискусії щодо його сутності та структури.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія): [навч. посіб.] / В.М. Опарін ; 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2002. – 240 с.
2. Фінанси : [навч. посіб.] / Л.О. Вдовенко, Н.М. Сушко, Н.Д. Фаюра. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 152 с.
3. Тофтун М.Г. Логіка : [посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / М.Г. Тофтун. – К. : Академія, 2002. – 368 с.
4. Теорія фінансів : [підручник] / П.І. Юхименко, В.М. Федосов, Л.Л. Лазебник [та ін.]; за ред. проф. В.М. Федосова, С.І. Юрія. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 576 с.
5. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>.
6. Економічна теорія : [навч. посіб.] / А.М. Андрущенко, А.П. Бурляй, В.С. Костюк [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
7. Фінансовий ринок : [навч. посіб.] / М.М. Буднік, Л.С. Мартошева, Н.В. Сабліна. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 334 с.
8. Вовчак О.Д. Гроші та кредит : [навч. посіб.] / О.Д. Вовчак, І.Є. Бучко, З.Р. Костак. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 424 с.
9. Конверський А.Є. Логіка (традиційна та сучасна) : [підручник для студ. вищ. навч. закл.] / А.Є. Конверський. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 536 с.

10. Постанова правління Національного банку України від 10.08.2005 р. № 281 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0950-05>.
11. Шемет Т.С. Теорія і практика валютного курсу : [навч. посіб.] / Т.С. Шемет ; за ред. О.І. Рогача. – К. : Либідь, 2006. – 360 с.
12. Постанова правління Національного банку України від 03.08.2012 р. № 327 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1434-12>.

УДК 631.162.002.6:338.515(477.85)

Гайбура Ю.А.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри фінансів і кредиту

Подільського державного аграрно-технічного університету

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

У статті вивчено сутність управління прибутковістю підприємства. Розглянуто класифікацію визначень поняття «прибуток господарства». Досліджено особливості формування прибутку. З'ясовано сутність та розрахунок рентабельності підприємства. Проведено прогноз і виявлено резерви підвищення ефективності управління прибутковістю підприємства.

Ключові слова: витрати, доходи, прибуток, рентабельність, управління, фінансовий результат, прибуток.

Гайбура Ю.А. УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

В статье изучена сущность управления прибылью предприятия. Рассмотрена классификация определений понятия «прибыль хозяйства». Исследованы особенности формирования прибыли. Выявлены сущность и расчет рентабельности предприятия. Проведен прогноз и выявлены резервы повышения эффективности управления прибылью предприятия.

Ключевые слова: затраты, доходы, прибыль, рентабельность, управление, финансовый результат, прибыль.

Haybura Y.A. MANAGE PROFITABILITY OF ENTERPRISES AND WAYS OF ITS IMPROVEMENT

Studied the nature of the management of financial results of the company. We consider the classification definitions of earnings management. The research features Jenny income formation. The essence and the calculation of the profitability of the company. A weather and discovered reserves of improving the management of financial results of an enterprise.

Keywords: costs, revenues, earnings, profitability, management of the financial result, profit.

Постановка проблеми. В умовах ринкових трансформацій функціонування підприємств усе більше ускладнюється під впливом динамічних змін різних факторів навколишнього середовища. Першочерговим завданням розвитку економіки України є забезпечення стабільних темпів економічного зростання. Зростання прибутку значною мірою визначає темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства і підвищення життєвого рівня населення. Прибуток підприємства забезпечує зростання обсягів власних фінансових ресурсів, необхідних для здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання. Їх нестача спричиняє ризик виникнення боргів, що у підсумку може призвести до банкрутства підприємства. У цьому контексті формування механізму управління прибутком підприємств і його адаптація до ринкових умов має важливе теоретичне й практичне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній та зарубіжній економічній літературі питання оцінки й управління прибутком підприємства постійно знаходиться в центрі уваги науковців і практиків. Питання управління формуванням і розподілом прибутку підприємства та удосконалення механізму управління ним в різних аспектах досліджували М.Д. Білик, І.О. Бланк, І.С. Благу, О.А. Зінченко, В.М. Мішин, А.М. Поддєрьогін, О.В. Хістева та ін.

Мета статті полягає у дослідженні низки питань щодо управління прибутком підприємства, а саме економічної природи прибутку; його ролі та значення в діяльності підприємства; правомірності та доцільності розгляду прибутку як об'єкта управління; інструментарію управління прибутком.

Виклад основного матеріалу дослідження. Надзвичайна важливість прибутку для розвитку підприємства вимагає формування дієвого механізму управління ним. Управління прибутковістю представляє собою систему принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень щодо формування, розподілу та використання прибутку підприємства.

Механізм управління формуванням операційного прибутку базується на врахуванні тісного взаємозв'язку цього показника з обсягом реалізації продукції, доходами та витратами. Цей взаємозв'язок в фінансовому менеджменті має назву «Взаємозв'язок витрат, обсягу реалізації та прибутку» (Cost – Volume – Profit – relationships, CVP) і дозволяє визначити вплив факторів на формування прибутку та забезпечити ефективне управління цими процесами.

Для вивчення взаємозалежності між витратами, обсягом та прибутком упродовж короткого періоду потрібно перш за все знайти критичну точку, тобто ту, в якій сумарний обсяг виручки від реалізації дорівнює сумарним витратам. Метою аналізу в критичній точці є знаходження рівня діяльності (обсягу продаж), коли виручка від реалізації дорівнюватиме сумі всіх змінних і постійних витрат, тобто точки, де прибуток сільськогосподарської одиниці дорівнюватиме нулю.

З точки зору організації сільськогосподарського виробництва та забезпечення прибутковості аграрних підприємств сьогодні головним та першочерговим правилом для ефективної діяльності господарств повинно стати гарантування одержання сільськогосподарськими підприємствами прибутку від всієї діяльності. В контексті цієї вимоги мусять будова-

тися сучасний механізм діяльності сільськогосподарських підприємств, який певною мірою є частиною управління прибутком.

На макрорівні механізм забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств включає ринкові механізми саморегуляції та систему державного регулювання діяльності підприємств АПК, завданнями якої є захист виробників та споживачів, від негативних ринкових впливів, коливань тощо.

Враховуючи вплив організаційної структури сільськогосподарського підприємства на ефективність управління прибутком, необхідно звернути увагу на те, що для забезпечення ефективного менеджменту необхідно активізувати роботу структурних підрозділів підприємства в розрізі управління витратами та доходами.

Усі виробничі рішення підприємницьких структур орієнтуються на забезпечення максимального можливого прибутку і такого ж високого рівня рентабельності. Прагнення одержати прибуток змушує підприємства постійно розробляти нову продукцію, яку можна успішно реалізувати на ринку, удосконалювати вже освоєну продукцію і методи виробництва з тим, щоб домогтися більшої різниці між доходами і витратами за рахунок зниження витрат виробництва.

Головною метою створення та подальшої діяльності будь-якого господарюючого суб'єкту, незалежно від виду його діяльності чи форми власності, є отримання кінцевого фінансового результату, тобто

прибутку. Отже, фінансовий результат – це прибуток або збиток, який отримує господарюючий суб'єкт внаслідок своєї діяльності. Таким чином, фінансовий результат є одним з найважливіших економічних показників, що узагальнює усі результати господарської діяльності та надає комплексну оцінку ефективності цієї діяльності [4, с. 115].

Фінансовий результат може характеризуватися такими показниками, як дохід, виручка, прибуток (збиток), рентабельність.

Практичне значення показника доходу полягає в тому, що він характеризує загальну суму коштів, яка поступає підприємству за певний період і, за вираженням податків, може бути використовувана на споживання та інвестування. Дохід іноді є об'єктом оподаткування.

Доход – найважливіший економічний показник роботи підприємств, що відображає їхні фінансові надходження від усіх видів діяльності, кінцевим результатом якої виступає виробнича і реалізована продукція (зроблені послуги, виконані роботи), оплачені замовником. Доход – це гроші, які продавець сподівається одержати за продану одиницю виготовленої продукції [5, с. 62].

Рентабельність – один із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва.

У світовій практиці широко застосовується узагальнюючий показник міри ефективності викорис-

Таблиця 1

Основні показники фінансового стану підприємства

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	Відхилення 2013 р. від 2010 р.	
					±	%
Валова продукція в порівнянних цінах – всього, тис. грн.	2378,0	3325,8	3282,0	4814,5	2436,5	у 2р.
в т. ч. з розрахунку на:						
100 га с.-г. угідь	158,7	222,0	200,6	294,3	135,6	185,4
одного працівника	158,5	138,6	121,6	229,3	70,8	144,7
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4309	8935	13981	17615	13306	у 4,1р.
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	4309	3941	7309,5	10303	5994	у 2,4р.
Середньорічні залишки обігових коштів, тис. грн.	1760,5	3915	9252,5	13932	12171,5	у 8р.
Середньорічна вартість активів, млн. грн.	1464,5	7984	16641	24280	22815,5	у 16,5р.
Середньорічна вартість власного капіталу, тис. грн.	1167	4702	9810	15798	14631	у 13,5р.
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	2567	4720	7943	11444	8877	у 4,5р.
В т. ч. матеріальні витрати, тис. грн.	1786	3549	5733	7270	5484	у 4,1р.
Частка матеріальних витрат у собівартості, %	69,6	75,2	72,2	63,5	- 6,1	-
Валовий прибуток (збиток), тис. грн.	1742	4215	6038	6171	4429	у 3,5р.
Фінансовий результат від операційної діяльності, тис. грн.	2072	4307	6257	7031	4959	у 3,4р.
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	2031	4284	6222	6924	4893	у 3,4р.
Рентабельність продукції, %	40,4	47,2	43,2	35,0	- 5,4	-
Рентабельність власного капіталу, %	174,0	91,1	63,4	43,8	-130,2	-
Рентабельність активів, %	138,6	53,6	37,4	28,5	-110,1	-
Коефіцієнт прибутковості (рентабельності) оборотного капіталу	2,45	2,28	1,54	1,26	-1,19	-
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,69	1,90	1,43	1,12	-2,57	-
Тривалість обороту власного капіталу, днів	97,6	189,5	251,7	321,4	223,8	у 3,3р.
Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	1,04	1,27	1,40	1,94	0,9	-
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,50	0,62	0,63	1,05	0,55	-
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,006	0,014	0,001	0,052	0,046	-
Коефіцієнт платоспроможності	0,50	0,62	0,57	0,71	0,21	-

тання капіталу – прибутковість (дохідність, рентабельність).

Коефіцієнт прибутковості (рентабельності) визначається відношенням прибутку до капіталу, що інвестується.

Показник рентабельності (прибутковості) показує, скільки гривень прибутку одержує підприємство від 1 грн. вкладеного в його діяльність капіталу (активів, пасивів) при понесених витратах у розрахунку на 1 грн.

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного удосконалення його матеріальної бази і продукції, усіх форм інвестування. Він служить джерелом сплати податків. Враховуючи значення прибутку, вся діяльність підприємства спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або принаймні стабілізувати її на певному рівні. Тому основний принцип діяльності підприємства (фірми) складається в прагненні до максимізації прибутку. З цієї причини прибуток виступає основним показником ефективності виробництва.

У прибутку концентруються фінансові інтереси усіх суб'єктів підприємницької діяльності, він характеризує ефективність виробництва, свідчить про примноження фінансових ресурсів.

Господарючий суб'єкт самостійно визначає напрямки використання тієї частини прибутку, яка залишилася в його розпорядженні. При цьому порядок розподілення й використання прибутку на підприємствах фіксується в його статуті та визначається положенням, розробленим відповідними економічними службами підприємства і затвердженим його керівництвом.

Співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як рентабельність. В широкому, загальному розумінні рентабельність означає прибутковість або дохідність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) або окремих її видів; дохідність підприємств, організацій, установ в цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки [2, с. 110].

Рентабельність є результатом виробничого процесу: вона формується під впливом чинників, пов'язаних з підвищенням ефективності оборотних коштів, зниженням собівартості й підвищенням рентабельності продукції та окремих виробів.

Роботу підприємства можна вважати рентабельною, якщо суми виручки від реалізації продукції достатні не тільки для покриття витрат на виробництво і реалізацію, але й для утворення прибутку.

Показники рентабельності дозволяють оцінити, який прибуток отримує підприємство з кожної вкладеної в активи гривні і наскільки прибуткова діяльність.

У ФГ «Украгро» Кельменецького району Чернівецької області (одному з найкращих сільгоспідприємств регіону) протягом останніх років вартість валової продукції в порівняних цінах за досліджуваний період збільшилась вдвічі. Зокрема, з розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь – на 85,4%. Продуктивність праці підвищилась майже на 45%. Хоча витрати на реалізацію продукції і зросли, грошова виручка від продажу сільськогосподарської продукції також збільшилась майже в чотири рази. Валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності та чистий прибуток зросли майже втричі. Що стосується показників рентабельності, то за період, що аналізується, спостерігається тенденція до зни-

ження. Але, як видно з розрахунків, у звітному році підприємство було прибутковим.

У системі управління підприємствами прогнозування займає особливе місце, оскільки надає можливість отримання науково-обґрунтованого висновку про їх можливий фінансовий стан, термін досягнення бажаного стану, альтернативні шляхи розвитку фінансово-економічної діяльності. Однак через нестабільність економічної ситуації в Україні прогнозування діяльності підприємства та його фінансових результатів з погляду їх майбутніх змін стає не просто додатковим інструментом планування, а необхідною умовою виживання у сучасному мінливому середовищі [1, с.78]. У сучасних умовах найважливішими проблемами будь-якого підприємства є забезпечення безупинного розвитку, завоювання ринкових позицій, оволодіння конкурентними перевагами у довготерміновій перспективі. Ефективна реалізація перелічених завдань можлива за рахунок правильно вибраного стратегічного напрямку, грамотно розроблених стратегій, створення стратегічних заходів, тобто використання стратегічного управління, що потребує якісного інформаційного підґрунтя, яке, в свою чергу, забезпечується завдяки застосуванню прогнозного інструментарію.

Для прогнозування основних показників фінансових результатів у досліджуваному господарстві використано статистичний пакет аналізу даних в Excel. В якості аргументів статистичної функції РОСТ, яка обчислює експоненційну апроксиманту даних кривих, використано числові значення чистого доходу від реалізації продукції, валового прибутку, прибутку від операційної діяльності і чистого прибутку за 2010–2013 рр.



Рис. 1. Фактичні і прогнозовані рівні чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)

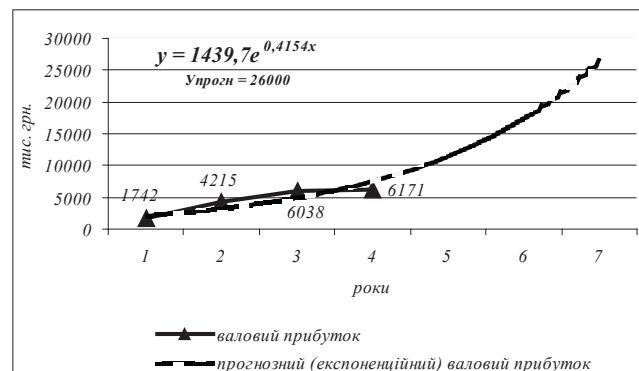


Рис. 2. Фактичні і прогнозовані рівні валового прибутку

Таблиця 2

Порівняльна характеристика фактичних і прогнозних показників фінансового результату

Показники	Фактичні (2013 р.)	Прогнозні (2017 р.)	Відхилення прогнозних від фактичних	
			±	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	17615	80000	62385	у 4,5 р.
Валовий прибуток, тис. грн.	6174	26000	19826	у 4,2 р.
Чистий прибуток, тис. грн.	6924	27000	20076	у 3,9 р.

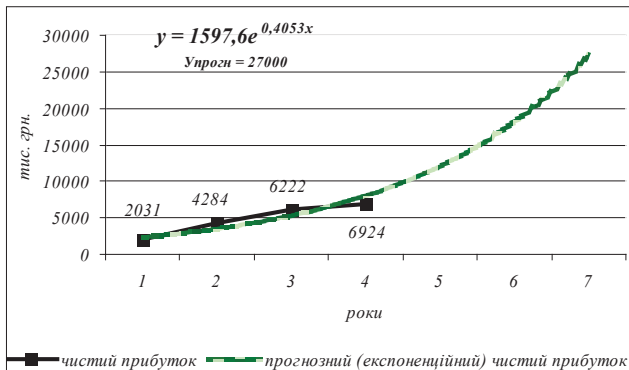


Рис. 3. Фактичні і прогнозні рівні чистого прибутку

З розрахунків, проведених з допомогою статистичного пакету аналізу даних в Excel і таблиці 2, бачимо, що протягом наступних чотирьох років ФГ «Украгро» буде прогресувати у своєму фінансово-господарському розвитку. Однак у ринковій економіці постійно діє так звана «невидима рука», наслідки втручання якої у діяльність підприємств можуть бути не завжди позитивними. Тому досліджуваному господарству слід розробляти заходи і вишукувати резерви підвищення ефективності свого аграрного виробництва.

Висновки. Для досягнення стійкої конкурентоспроможності, вирішення питання модернізації виробництва та забезпечення необхідного розміру прибутку потрібно запроваджувати ефективну систему управління фінансовими результатами підприємства. Значна роль позитивного фінансового результату та його максимізація в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників та персоналу, у тому числі й держави, визначає необхідність дослідження питань ефективного управління прибутком підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блонська В.І. Показники і критерії оцінки якості прибутку підприємства / В.І. Блонська, О.Р. Дмитрах // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 120–125.
2. Зінченко О.А. Управління якістю фінансового результату підприємства / О.А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1(103). – С. 109–114.
3. Ігнатюк І.О. До питання формування та розподілу прибутку як передумови ефективного функціонування підприємства / І.О. Ігнатюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/NVUU/Ekon/2009_28_3/statti/2_7.htm.
4. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : [навч. посіб.] / М.Я. Коробов. – К. : Знання, 2010. – 278 с.
5. Ширягіна О.Е. Методика аналізу фінансових результатів підприємства / О.Е. Ширягіна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 5. – С. 60–64.

УДК 330.131.7:336.71

Деркач Ю.Б.
*викладач кафедри банківської справи
Одеського національного економічного університету*
УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ В БАНКАХ УКРАЇНИ

У статті визначено сутність банківського валютного ризику та його видів. Проаналізовано банківські операції, яким притаманні валютні ризики. Розроблено рекомендації щодо створення ефективної системи управління валютним ризиком банківської установи, а також запропоновано підходи до формування стратегій управління валютними ризиками.

Ключові слова: валютний ризик, банківські операції, валютний курс, регулювання, стратегія, система управління валютним ризиком.

Деркач Ю.Б. УПРАВЛЕНИЕ ВАЛЮТНЫМИ РИСКАМИ В БАНКАХ УКРАИНЫ

В статье определена сущность банковского валютного риска и его видов. Проанализированы банковские операции, подверженные валютным рискам. Разработаны рекомендации по созданию эффективной системы управления валютным риском, а также предложены подходы к созданию стратегий управления валютными рисками.

Ключевые слова: валютный риск, банковские операции, валютный курс, регулирование, стратегия, система управления валютным риском.

Derkach Y.B. CURRENCY RISK MANAGEMENT IN BANKS IN UKRAINE

The article is devoted to the bank to currency risk and its types. Analyzed the bank's, operations with currency. The recommendations for the establishment of an effective system of currency risk management and currency risk management strategy.

Keywords: currency risk, banking, exchange rates, regulation, strategy, management system of currency risk.

Постановка проблеми. Фінансова глобалізація призведе до збільшення обсягів кредитних ресурсів національних банків у різних валютах, використання яких в умовах волатильності валютних курсів загострюють проблеми визначення та регулювання валютних ризиків окремого банку. Прогнозування валютного курсу в сучасних умовах глобалізації та негативного впливу внутрішньої кризи в Україні є складним процесом, тому фінансові менеджери банків для прийняття ефективних управлінських рішень повинні враховувати зміни на зовнішніх валютних ринках та постійні непрогнозовані зміни на внутрішньому ринку.

Наростаюча невизначеність політичної ситуації в Україні та погіршення економічного середовища призводять до постійних коливань курсу національної валюти. За таких умов ймовірність великих грошових втрат від проведення банками валютних операцій різко зростає. Невизначеність суб'єктів валютного ринку обумовлює скорочення експортно-імпорتنих операцій, погіршення стану платіжного балансу, скорочення обсягів золотовалютних резервів і, як наслідок, – загрожує фінансовій безпеці держави. Саме тому питання управління валютним ризиком – це питання захищеності національних інтересів у валютно-фінансовій сфері від збитків унаслідок курсових коливань. Зазначене визначає актуальність дослідження, яка обумовлена відсутністю комплексного механізму управління валютним ризиком у банківській сфері та необхідністю розробки методів мінімізації можливих збитків банків від валютних ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження феномену валютного ризику знаходить своє відображення в роботах багатьох вітчизняних та іноземних науковців. Так, український вчений О. Дзюблюк визначає валютний ризик як можливість грошових втрат суб'єктів валютного ринку через коливання валютних курсів [1, с. 566].

О. Кириченко, В. Гіленко та С. Роголь під валютним ризиком розуміють небезпеку валютних (курсових) збитків, пов'язаних зі зміною курсів іноземних валют стосовно національної валюти [2, с. 172].

Професор Л. Примостка зазначає, що валютний ризик відображає ймовірність фінансових втрат унаслідок того, що курс однієї валюти щодо іншої зміниться протягом певного часу [3, с. 315].

Західні економісти К. Реджер та С. Хьюс визначають валютний ризик як ризик потенційних збитків від зміни валютних курсів [4, с. 53].

Отже, основний теоретичний підхід багатьох вчених та економістів-практиків до визначення цієї категорії полягає у розумінні валютного ризику перш за все як ймовірності грошових втрат у результаті коливання валютних курсів.

Мета статті полягає у дослідженні сучасних підходів щодо організації процесів управління валютними ризиками банків. Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань: уточнення поняття валютного ризику банку, визначення чинників, що впливають на рівень ризику, аналіз операцій вітчизняних банків в іноземній валюті, визначення видів стратегій управління валютними ризиками у банках.

Виклад основного матеріалу дослідження. Валютний ризик для сучасних банків є ймовірністю недоотримання доходів у результаті несприятливої для банку зміни ринкових чинників (валютних курсів) або неефективного управління персоналом валютними операціями.

Як було відмічено вище, валютний ризик банків є комплексним поняттям, його основними складовими є:

- наявність відкритої валютної позиції, що сформувалася в результаті невідповідності суми вимог банку та його зобов'язань в іноземній валюті;

- зміна курсів іноземних валют – ризик знецінення вкладень в іноземну валюту внаслідок непередбаченої зміни обмінного курсу.

Огляд економічної літератури з приводу класифікації банківських валютних ризиків свідчить про відсутність єдиної точки зору серед вчених.

Ми погоджуємось з думкою ряду вітчизняних та іноземних науковців – В. Міщенко, О. Дзюблюка, Г. Кірейцева, В. Сироткина, К. Редхеда та С. Хьюса, які поділяють валютний ризик банків на три основні групи:

- операційний (транзакційний) – ризик, пов'язаний з торговельними операціями, а також з грошовими угодами з фінансового інвестування та дивідендних платежів або отримання коштів в іноземній валюті у майбутньому;

- трансляційний (бухгалтерський) – ризик, пов'язаний з відображенням на бухгалтерських рахунках активів, пасивів та прибутків у національній валюті;

- економічний – ризик, пов'язаний з можливістю втрати доходів за майбутніми контрактами через зміну загального економічного стану країн-партнерів.

Деякі з дослідників (В. Міщенко, Г. Кірейцев) додатково розділяють валютний ризик на прямий та опосередкований [5, с. 203]. О. Дзюблюк окремо виділяє специфічний різновид банківського валютного ризику – валютно-депозитний, що пов'язаний з можливістю дострокового вилучення валютних депозитів при тимчасовому стрімкому зростанні курсу іноземної валюти [1, с. 568].

Зазначимо, що у довгостроковій перспективі для розвитку валютних відносин між суб'єктами ринку істотне значення має валютний ризик майбутніх періодів. Цьому валютному ризику більш властиві невизначеність і непередбачуваність як чинників його виникнення, так і економічних наслідків. А тому з погляду управління він є найбільш складним і найменш прогнозованим. Його економічні наслідки для суб'єкта валютних відносин, у тому числі і для банку, украй невизначені. Тому виникає необхідність організації стратегічного управління валютним ризиком.

Отже, окремі дослідники пропонують поняття «стратегічний валютний ризик». Так, Д. Роулс розглядає стратегічний ризик як ступінь зміни валютних курсів, процентних ставок і товарних цін, що обумовлена сучасною ціною майбутніх грошових потоків, а А. Буклей запропонував більш широке визначення. На його думку, стратегічний валютний ризик – це макроекономічний ризик, що враховує показники інфляції, рівня заробітної плати, товарних цін [6, с. 15].

Визнаючи наявність і важливість стратегічного ризику та необхідність управління ним у практичній діяльності учасників валютних відносин, варто враховувати те, що при визначенні його розмірів складно виділити всі складові для тих банків, які працюють в умовах різних економік і на декількох ринках. Отже, цей вид валютного ризику є важкокеерованим й прогнозованим.

Зауважимо, що тривалий строк проведення валютної операції збільшує невизначеність та ускладнює

визначення валютного ризику. У залежності від фактору часу валютні ризики варто розділяти на потенційні й реалізовані.

На початковому періоді здійснення валютної операції потенційний ризик дорівнює максимальному значенню – 100%, а реалізований – 0%. Протягом терміну дії операції значення реалізованого ризику зростає до максимуму (100%), а потенційного – знижується та наприкінці терміну дії операції наближається до нуля. Звідси, загальний валютний ризик вимірюється сумою реалізованого й потенційного ризику

Валютні ризики притаманні наступним операціям банків та їх клієнтів в іноземній валюті: кредитні, депозитні і розрахункові операції, пов'язані з обслуговуванням клієнтів; неторговельні конверсійні та арбітражні операції.

Банки України здійснюють більшість із перерахованих вище операцій і, відповідно, стикаються з можливістю грошових втрат у результаті курсових валютних коливань.

Відзначимо, що ймовірність грошових втрат у результаті зміни курсів валют при здійсненні кредитних, депозитних операцій різко зросла в період економічної кризи в Україні у 2008–2012 рр., характерні ці проблеми і для сучасного часу. Проявом зазначеного є постійне знецінення національної валюти щодо іноземних – більше ніж удвічі в 2008 р., та – втричі протягом 2014–2015 рр. Такий стрибок курсу призвів до різкого збільшення заборгованості за позичками в іноземній валюті та відповідному зростанню втрат від зміни валютного курсу.

Зазначене підтверджується даними таблиці 1.

Таблиця 1

**Обсяги депозитів та позичок
домашніх господарств в іноземній валюті
по строках погашення, млн. грн. [7]**

Станом на початок року	Усього	у тому числі по строках:	
		поточні й до 1 року	більше 1 року
Депозити			
2009	157 905	82 408	75 497
2010	161 862	122 114	39 748
2011	177 348	112 890	64 458
2012	211 316	128 372	82 944
2013	252 074	136 127	115 947
2014	248 220	110 159	138 061
2015	309 638	181 464	128 174
Позички			
2009	433 801	92 985	340 816
2010	367 774	67 022	300 752
2011	337 319	68 927	268 392
2012	323 213	79 182	244 031
2013	299 562	88 681	210 881
2014	308 006	100 783	207 223
2015	472 680	148 217	324 463
Дисбаланси між депозитами й позичками:			
2009	-275 896	-10 577	-265 319
2010	-205 912	55 092	-261 004
2011	-159 971	43 963	-203 934
2012	-111 897	49 190	-161 087
2013	-47 488	47 446	-94 934
2014	-59 786	9 376	-69 162
2015	-163 042	33 247	-196 289

Дані, наведені у таблиці 1, свідчать, що за період 2009–2013 рр. дисбаланс був від'ємним, при цьому спостерігалася тенденція до скорочення розриву (з 275 896 млн. грн. до 47 488 млн. грн.), що пов'язано з прийняттям регулятором та комерційними банками заходів з метою мінімізації втрат від курсових коливань. Проте в 2014–2015 рр. дисбаланс різко збільшився (до 163 042 млн. грн.) за рахунок девальвації гривні та відтоку депозитів з банківської системи.

Аналіз позичок та депозитів банків України в іноземній валюті по строках свідчить про наявність дисбалансів, що збільшують ймовірність втрат від зміни валютного курсу. Тобто банки використовували короткострокові депозити в іноземній валюті для фінансування довгострокових позичок.

Варто відмітити, що фінансова криза 2008 р. та політична нестабільність 2013–2015 рр. негативно відбилася на проведенні банками неторговельних операцій (покупка-продаж наявної іноземної валюти, чеків, операції з банківськими картками) у зв'язку зі зміною курсу готівкової іноземної валюти.

Конверсійні операції у вигляді угод «спот» та «форвард» проводились українськими банками в період негнучкого укріплення гривні 2011–2012 рр. Починаючи з 30.05.2011 р. НБУ зробив наступний крок до лібералізації валютного ринку – дозволив українським банкам укладати угоди «своп» на певний термін за заздалегідь узгодженим курсом як на національному, так і на міжнародному валютних ринках з доларами, євро, франками, ієнами на строк до одного року з метою страхування валютних ризиків. Проте різкі коливання курсу гривні в кінці 2014 р. та на початку 2015 р. змусили регулятора скасувати проведення угод «своп», «спот» та «форвард», повернувшись до жорсткого регулювання міжбанківського валютного ринку України.

У поточному 2015 р. НБУ дозволив здійснювати зазначені операції, зберігаючи низку обмежень щодо їх проведення (наприклад, обидві валюти повинні бути іноземними валютами 1-ї групи Класифікатора) [7].

Згідно з Постановою НБУ № 281 від 10.08.2005 р. «Про порядок та умови торгівлі іноземною валютою», уповноважені банки мають право здійснювати з іноземними банками власні арбітражні операції (в межах 1-ї групи Класифікатора) та арбітражні операції за дорученням клієнтів – фізичних осіб – резидентів. Юридичним особам (крім уповноважених банків) та фізичним особам – суб'єктам підприємницької діяльності регулятор забороняє здійснювати арбітражні операції з метою запобігання валютних спекуляцій [7].

Зазначене вище потребує удосконалення механізму проведення операцій банків з іноземною валютою шляхом впровадження ефективної системи управління валютним ризиком. Така система повинна забезпечити прийняття оптимальних управлінських рішень щодо зниження рівня впливу прийнятого банком валютного ризику, а також дозволити уникнути непередбачуваного збитку.

Для створення умов ефективного вирішення завдань зменшення можливих збитків від валютних ризиків необхідно будувати зазначену вище систему з трьох складових – блоків: організаційного, фундаментального та регулюючого.

Організаційний блок передбачає процеси виявлення валютного ризику шляхом аналізу різних макроекономічних показників, його оцінку з використанням різних методів аналізу, моніторинг з боку

зовнішніх та внутрішніх аудиторів, а також прогнозування майбутніх ризиків. Зазначене потребує створення в банківській установі відповідного організаційного підрозділу – органу управління валютним ризиком.

Фундаментальний блок складається з учасників зовнішньоекономічних відносин, валютних операцій та пов'язаних з ними ризиків, методів та принципів управління ними, що закріплено у відповідних законодавчих актах. Зазначимо, що управління валютними операціями у банках відбувається по загальних напрямках менеджменту, прийнятим для аналогічних операцій у гривнях. Важливою є необхідність управління впливом цих операцій на валютну позицію, переоцінка таких операцій, пов'язаних зі зміною валютних курсів, а також переоцінка резервів на можливі втрати.

Регулюючий блок формується відповідно до завдань валютного регулювання держави, закріплених у відповідних нормативних актах центрального банку, а також з урахуванням внутрішніх цілей та завдань банків. Покращення процесів функціонування цього блоку повинно відбуватися шляхом створення раціональної та прозорої методологічної бази, що швидко реагує на зміни у нормативно-правовій базі держави.

Необхідно відмітити, що для реалізації зазначених завдань системи банкам необхідно будувати стратегію управління валютними ризиками.

Побудова стратегії управління валютними ризиками банків – це складний процес, пов'язаний з визначенням та використанням сильних сторін банку на ринку банківських продуктів. Для визначення особливостей стратегії банку по управлінню валютними ризиками необхідно врахувати такі два основних чинника:

- по-перше, питому вагу активних та пасивних операцій банку в іноземній валюті або в абсолютних показниках діяльності банку; важливим є визначення специфічних особливостей та умов формування активів комерційного банку;

- по-друге, частку банку на валютному ринку регіону; визначення перспектив змін у взаємовідносинах з клієнтами, пов'язаних з обігом валют, а також ролі банку на ринку банківських послуг.

В залежності від впливу зазначених чинників можуть бути побудовані у банках такі стратегії:

1. Стратегія диверсифікованості валютних операцій та впровадження нових банківських продуктів і освоєння регіонів, вона може бути використана банками-лідерами на валютних ринках. Сутність стратегії управління валютними ризиками для таких банків полягає в розподілі ризику на засадах великої кількості інструментів та операцій у різних регіонах.

2. Стратегія, що орієнтована на задоволення потреб окремо обраного сегмента споживачів валютних банківських послуг. Вона може бути реалізована для великого сегмента ринку, при цьому можливості банку обмежені, тому виникає необхідність приділити увагу на поліпшення якості обслуговування при здійсненні валютних операцій окремого сегменту.

3. Стратегія, що заснована на розширенні послуг банку, що пов'язані з використанням валют для обмеженого сегмента; при цьому повинна бути використана диверсифікація валютних ризиків для обмеженої кількості споживачів.

4. Захисна стратегія, сутність якої полягає у зменшенні обсягів банківських ресурсів, які використовую-

ються для здійснення валютних операцій. Зменшення ризиків досягається використанням найпростіших або абсолютно надійних валютних операцій.

Зазначимо, що положення запропонованих стратегій повинні використовуватись банками при формуванні системи управління валютними ризиками.

Процес побудови системи управління валютними ризиками банку проходить п'ять стадій:

1. Підготовча стадія збору інформації.
2. Оцінка динаміки та нестабільності зовнішнього середовища.
3. Вироблення комплексної стратегії на основі відповідності цілей можливостям їхнього досягнення.
4. Розробка стратегічного плану розвитку банку.
5. Визначення стратегічних параметрів (завдань і обмежень) по окремих видах валютних операцій.

Відмітимо, що реалізація перерахованих вище стратегій здійснюється на різних етапах впровадження системи управління валютними ризиками. Дані етапи покликані забезпечувати успішну та ефективну діяльність банку на обраних сегментах валютних ринків і координувати зусилля персоналу всіх його підрозділів для раціонального вирішення поставлених завдань.

Висновки. Проведення валютних операцій економічними суб'єктами в Україні характеризується високим валютним ризиком, така ситуація обумовлена світовими фінансовими потрясіннями та вітчизняною політичною й економічною кризою. За таких умов банки зазнають великих збитків при проведенні кредитно-депозитних, розрахункових, неторгових, конверсійних та арбітражних операцій як за рахунок власних коштів, так і клієнтських. Тому побудова та впровадження банками ефективної системи управління валютним ризиком дозволить нейтралізувати негативні виклики внутрішнього та зовнішнього середовища.

Основними напрямками вдосконалення існуючих підходів до управління валютними ризиками повинні стати: здатність банків швидко реагувати на появу нових, нетрадиційних операцій в іноземній валюті; розвиток таких напрямків валютної діяльності банків, що супроводжується диверсифікацією валютного портфеля; розширення кількісних і якісних параметрів оцінки рівня валютного ризику; збалансований розвиток всіх складових елементів системи управління валютним ризиком; усунення диспропорцій між окремими елементами системи; використання різних стратегій управління валютними ризиками.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Банківські операції : [підручник] / За ред. д. е. н., проф. О.В. Дзюбюка. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 696 с.
2. Банківський менеджмент : [навч. посіб.] / О.А. Кириченко, І.В. Гіленко, С.Л. Роголь [та ін.]; за ред. О.А. Кириченка ; 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2002. – 438 с.
3. Управління банківськими ризиками : [навч. посіб.] / Л.О. Примостка, П.М. Чуб, Г.Т. Карчева [та ін.]; за заг. ред. д. е. н., проф. Л.О. Примостки. – К. : КНЕУ, 2007. – 600 с.
4. Рэдхэд К. Управление финансовыми рисками / К. Рэдхэд, С. Хьюс ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 288 с.
5. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : [навч. посіб.] / Г.Г. Кірейцев ; 2-е вид., перероб. та доп. – Житомир : ЖІТІ, 2001. – 440 с.
6. Buckley A. Multinational Finance / 2nd Edition, PrinticeHall, Hemel Hempstead, 1992.
7. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

СЕКЦІЯ 8 БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 651.471

Амалян А.В.
директор
ТОВ «Сент-Медікал»

РОЗКРИТТЯ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ В РАМКАХ КЛІЄНТСЬКИХ ПРОГРАМ ЛОЯЛЬНОСТІ У СВІТЛІ НОВОЇ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ВИЗНАННЯ ДОХОДУ (МСФЗ 15)

Майбутній вступ в силу МСФЗ 15 «Виручка від контрактів з клієнтами» вимагає радикальних змін у розкритті інформації щодо операцій з продажів у фінансовій звітності. Вимоги до розкриття інформації починаються з дезагрегування доходів за категоріями з метою виявлення того, яким чином сутність, обсяги, терміни і невизначеність доходів і грошових потоків зумовлюються торгівлею в рамках програм клієнтських програм лояльності. У статті коротко досліджено суттєві зміни у вимогах щодо розкриття інформації про доходи суб'єктів господарювання, у т. ч. більш детально досліджено найбільш суттєві вимоги щодо розкриття інформації в контексті реалізації клієнтських програм лояльності.

Ключові слова: МСФЗ 15, розкриття інформації, баланс контрактних активів і зобов'язань, виконання зобов'язань, деагрегація доходу, розподіл ціни транзакції.

Амалян А.В. РАСКРЫТИЕ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ИНФОРМАЦИИ В РАМКАХ КЛИЕНТСКИХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ В СВЕТЕ НОВОЙ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРИЗНАНИЯ ДОХОДА (МСФЗ 15)

Предстоящее вступление в силу МСФО 15 «Выручка от контрактов с клиентами» потребует радикальных изменений в раскрытии информации относительно операций продаж в финансовой отчетности. Требования к раскрытию информации начинаются с дезагрегации доходов по категориям с целью выявления того, каким образом сущность, объемы, сроки и неопределенность доходов и денежных потоков предопределяются условиями торговли в рамках клиентских программ лояльности. В статье коротко описаны существенные изменения в требованиях относительно раскрытия информации о доходах субъектов хозяйствования, в т. ч. более детально проанализированы наиболее существенные требования к раскрытию информации в контексте реализации клиентских программ лояльности.

Ключевые слова: МСФО 15, раскрытие информации, баланс контрактных активов и обязательств, выполнение обязательств, деагрегация дохода, распределение цены транзакции.

Amalian A.W. FINANCIAL STATEMENTS DISCLOSURES FOR CUSTOMER LOYALTY PROGRAMS WITHIN THE NEW GLOBAL INCOME ACCOUNTING CONCEPT (IFRS 15)

Forthcoming IFRS 15 «Revenue from Contracts with Customers» entry into force calls for radical changes in the sales operations disclosures in financial statements. The disclosure requirements begin with revenue disaggregation into categories to illustrate how the nature, amount, timing and uncertainty about revenue and cash flows are affected by terms and conditions of sales operations in the framework of customer loyalty programs. The article provides a brief description of significant changes in the disclosure requirements regarding income recognition, including a more detailed look into the most important disclosure requirements in the context of realization of customer loyalty programs.

Keywords: IFRS 15, disclosure, balances of contract assets and liabilities, performance obligations, revenue disaggregation, transaction price allocation.

Постановка проблеми. Партнерські бонусні програми (далі – ПБП) на сучасному етапі є одним із найпоширеніших інструментів залучення нових та/або утримання старих лояльних клієнтів. Кількість клієнтів цих програм у багатьох країнах вже у декілька разів перевищує загальне населення цих країн (у США, наприклад, більше ніж у 10 разів), а кількість наданих бонусів виражається 12- чи навіть 13-значними цифрами (тільки у Німеччині в рамках тільки однієї партнерської бонусної програми Payback у 2014 р. було надано 16,6 млрд. купонів [1]). Окремі дослідники вдаються до спроб вартісної оцінки цих бонусів: так, тільки у Сполучених Штатах Америки вартість виданих впродовж одного 2010 р. бонусів була оцінена у 48 млрд. доларів [2].

Проблеми відображення величин такого масштабу у бухгалтерській звітності учасників бонусних програм вирішуються в різних країнах по-різному. На сучасному етапі в Україні вказане питання просто ігнорується, у США в загальному вигляді відповідні транзакції відображаються у відповідності до стандартів GAAP, що ґрунтуються на правилах (rules

based standards), та конкретно – на базі Розділу 606 Кодифікації стандартів бухгалтерського обліку США. У тих країнах, де господарюючі одиниці ведуть облік у відповідності до міжнародних стандартів фінансової звітності, що ґрунтуються на принципах (principles based standards), подібні операції відображаються на основі МСФЗ 18 «Доходи», МСБЗ 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи» та КТМФЗ 13 «Програми лояльності клієнта».

Зважаючи на значні розбіжності у підходах фінансистів різних країн до обліку бонусів в рамках ПБП, Рада з Міжнародних стандартів фінансової звітності (International Accounting Standards Board – IASB) спільно з Радою з стандартів фінансового обліку США (Financial Accounting Standards Board – FASB) у 2002 р. почали працювати над розробкою нового стандарту. Результат спільної роботи у вигляді проекту для обговорення був оприлюднений у 2008 р., у 2010 р. був опублікований перший попередній варіант Стандарту, у 2011 р. – другий, а 28 травня 2014 р. був оприлюднений вже узгоджений МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами» (IFRS 15

Revenue from Contracts with Customers) [3] (далі – МСФЗ 15). Цей стандарт мав набути чинності 1 січня 2017 р., але згодом цю дату відклали на один рік (хоча, за бажанням господарюючих одиниць, стандарт може бути застосований і до набрання ним статусу обов'язкового до виконання).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні торговельні заклади, що входять до ПБП, мають як мінімум знати про нові вимоги до звітності, а як максимум – бути готовими до їх виконання. На жаль, вітчизняні фахівці у сфері обліку ще не надали докладних пояснень щодо МСФЗ 15, а офіційні органи навіть не забезпечили офіційного перекладу нового стандарту на українську мову. Основою даної роботи став як сам стандарт (МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами»), так і додаткові публікації Ради з міжнародних стандартів фінансової звітності щодо розробки та впровадження МСФЗ 15, а також рекомендації щодо його впровадження в практику, підготовлені міжнародними аудиторськими компаніями, що входять до так званої Великої четвірки: Price water house Coopers [4], Ernst & Young [5], KPMG [6] та Deloitte [7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На сьогодні повністю відсутні дослідження методологічних засад і практичних аспектів впровадження нового стандарту у вітчизняній фаховій літературі.

Мета статті полягає у дослідженні новації МСФЗ 15 у частині розкриття інформації про доходи та проаналізувати вимоги МСФЗ 15 щодо розкриття інформації, найбільш суттєві для обліку в рамках реалізації клієнтських програм лояльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява МСФЗ 15 стала результатом зміни підходу до визнання виручки: на зміну концепції доходу (performance reporting) прийшла концепція зміни активів/зобов'язань (positional reporting). Стосовно самої операції продажу, новий стандарт базується на «договірному» підході (contract-based approach), а сам договір трактується як угода між двома або більше сторонами, в результаті якої виникають права та зобов'язання, що підлягають виконанню. Згідно з таким підходом, визнання виручки за договором з покупцем базується на зміні активів і зобов'язань, які виникають, коли організація стає стороною за договором і починає виконувати по ньому зобов'язання. Іншими словами, продавець визнає виручку як відображення передачі обіцяних покупцеві відповідно до умов договору товарів і послуг у сумі, що відповідає винагороді, на яку він має право і яку очікує отримати в обмін на ці товари і послуги.

Цей основний принцип має бути реалізований в рамках п'ятикрокової моделі:

1. Ідентифікація контракту з клієнтом.
2. Ідентифікація виконання зобов'язань по угоді.
3. Визначення ціни транзакції.
4. Розподілення ціни транзакції на етапи виконання зобов'язань за угодою.
5. Визнання доходу мірою виконання стороною зобов'язань.

МСФЗ 15 містить конкретні вказівки щодо критеріїв і часу визнання доходу від операцій зі знижками, ретро-знижками, відшкодуваннями, ціновими поступками, пільгами, бонусами тощо (а також вимоги щодо розкриття інформації щодо цих операцій), які набудуть директивної сили не пізніше 1 січня 2018 р.

Отже, вже незабаром, відповідно до нового стандарту, суб'єкт господарювання має визнавати дохід мірою виконання зобов'язань. Зокрема, в рамках

нової концепції обліку обов'язки продавців з реалізації програм лояльності (такі як нарахування бонусів, знижок на придбання товарів у майбутньому, надання інших додаткових вигод клієнтам) вже не зможуть обліковуватись у складі витрат (що в окремих випадках було можливо раніше, особливо у відповідності до американських стандартів [8]). Такі обов'язки продавців у майбутньому сприйматимуться як зобов'язання відповідно до контракту з покупцями, а отже, доходи щодо виконання таких контрактів мають визнаватись відповідно до виконання зобов'язань, визначених контрактом. Кожна торговельна транзакція має аналізуватись на предмет складових (компонентів), кожен з яких може бути відображений окремо у відповідному звітному періоді. Так, зокрема, при нарахуванні покупцям за придбання товарів додаткових бонусів, що є відображенням права на придбання товарів у майбутньому зі знижкою (або навіть безкоштовно), такі торговельні організації мають окремо відображати в звітності вартісну оцінку такої обіцянки шляхом відтермінування визнання доходу до моменту виконання відповідного зобов'язання (або моменту, коли спливає час існування зобов'язання – наприклад, при закінченні терміну придатності нарахованих бонусів).

Однією з основних проблем, вирішення яких було поставлено на меті при розробці нового стандарту, були проблеми відображення та розкриття інформації щодо доходів від контрактів з клієнтами у звітності. Неефективність чинних на даний момент стандартів щодо розкриття інформації визнавалась як Радою з Міжнародних стандартів фінансової звітності (IASB), так і Радою з стандартів фінансового обліку (FASB) [9].

Завданням формулювання вимог до розкриття інформації є забезпечення суб'єктом господарювання надання інформації, достатньої для користувачів такої інформації для розуміння природи, обсягів, часових вимірів та невизначеності щодо доходів та грошових потоків, які виникають від реалізації контрактів з клієнтами. Для досягнення поставленого завдання суб'єкт господарювання має розкрити якісну та кількісну інформацію щодо:

- контрактів з клієнтами;
- суттєвих суджень (або змін у судженнях), зроблених при застосуванні МСФЗ 15 до відображення таких контрактів з клієнтами;
- обсягу і ступеню виконання зобов'язань впродовж звітного періоду;
- будь-яких активів, визнаних у відповідності до витрат на укладання або виконання контрактів [МСФЗ 15:110];
- узгодження окремих залишків активів та зобов'язань по контракту;
- деагрегації доходу від операцій з продажу;
- витрат на укладання та виконання контракту [7].

Більшість вимог щодо розкриття інформації відносяться до контрактів з клієнтами суб'єкта господарювання. Ці вимоги стосуються перш за все деталізації (деагрегації) щодо відображення доходів, інформації щодо вартості активів та зобов'язань, визнаних у ході виконання контрактів з клієнтами, та інформації щодо обов'язків до виконання (performance obligations) [МСФЗ 15:113 – МСФЗ 15:119].

Розглянемо ці вимоги на прикладі [6].

Припустимо, що підприємство має партнерську бонусну програму, в рамках якої її клієнти винагороджуються одним бонусним балом за кожні витра-

чені на покупки 10 грошових одиниць (ГО) у даному торговельному закладі. Вступ клієнта до програми можна вважати укладанням контракту. Кожен бонусний бал може бути погашеним у вигляді знижки на 1 ГО на майбутні покупки товарів підприємства.

Під час звітнього періоду клієнт придбав товарів на 100 000 ГО і заробив

10 000 бонусних балів, які підлягають погашенню під час майбутніх покупок. Окремо зафіксована ціна проданих товарів – 100 000 ГО. Підприємство очікує, що 9 500 бонусних балів будуть погашені. Підприємство оцінює виокремлену ціну наданого бонусного балу у 0,95 ГО (на загальну суму 9 500 ГО) на основі ймовірності погашення, визначеної у відповідності до пункту B42 МСФЗ 15.

Бонусний бал є свідченням матеріальних прав клієнтів, які вони б не отримали без укладання Контракту. Отже, підприємство робить висновок, що обіцянка погасити бонусні бали клієнта є зобов'язанням по Контракту. Підприємство розподіляє ціну транзакції (100 000 ГО) на продану продукцію і бали на відносно автономні ціни продажу наступним чином:

Продані товари – 91 324 [100 000 ГО × (100 000 ГО зафіксованої ціни продажу ч 109 500 ГО)];

Бали – 8 676 [100 000 ГО × (9 500 ГО виокремленої ціни ч 109, 500 ГО)].

У нашому прикладі наприкінці першого звітнього періоду були погашені

4 500 балів, і підприємство продовжує очікувати, що загальна сума погашених балів складатиме 9500. На цьому етапі підприємство визнає дохід для бонусних балів у 4 110 ГО [(4500 балів ч 9500 балів) × 8 676 ГО] і відображає в кінці першого звітнього періоду зобов'язання по Контракту у 4 566 ГО (8 676 ГО – 4 110 ГО) по непогашених бонусних балах.

До закінчення другого звітнього періоду у сукупності 8 500 бонусних балів були погашені. Підприємство оновлює свою оцінку бонусних балів, що мають бути погашеними, і тепер вважає, що 9 700 балів будуть погашені.

Підприємство визнає дохід по бонусних балах у розмірі 3 493 ГО (8500 загальної суми погашених балів ч 9 500 загальної суми балів, які, як очікується, будуть погашені) × 8 676 ГО за розподілом ціни транзакції – 4 110 ГО доходу, визнаного у попередньому періоді).

Баланс зобов'язань по контракту – 1 073 ГО (8 676 ГО розподіл ціни транзакції – 7 603 ГО визнаного кумулятивного доходу).

Як видається, наведений приклад є наочним свідченням значимості новацій, що мають бути запроваджені у міжнародні стандарти звітності вже за два роки.

У порівнянні до чинних МСФЗ вимоги щодо розкриття у новому стандарті є більш обширними та детальними. Особливо це стосується інформації щодо обов'язків до виконання (наприклад, доцільно вказувати очікувані терміни виконання таких обов'язків, суттєві умови оплати щодо таких обов'язків тощо). У порівнянні до чинних стандартів US GAAP, новий МСФЗ 15 є більш обширним та засадничим, всеохоплюючим – на відміну від американських настанов, у яких надаються окремі рекомендації в залежності від специфіки індустрії або ринку. Крім того, у новому МСФЗ викладені додаткі вимоги щодо розкриття інформації у проміжних фінансових звітах.

У рамках виконання програм лояльності найбільш складним питанням з точки зору методології будуть обговорювані вище аспекти визнання доходу за мультикомпонентними операціями. Так, щодо

невиконаних обов'язків до виконання суб'єкт господарювання має розкривати наступне [10]:

- агреговану вартісну оцінку ціни транзакцій, віднесеної до невиконаних (або частково виконаних) обов'язків до виконання на кінець звітнього періоду;

- роз'яснення, коли така агрегована вартісна оцінка ціни транзакцій, віднесена до невиконаних (або частково виконаних) обов'язків до виконання, буде визнана у складі доходів. При цьому таке роз'яснення має бути надано шляхом приведення кількісної оцінки з використанням найбільш застосованих часових термінів або шляхом надання інформації якісного характеру [МСФЗ 15:120].

Одразу зазначимо, що вказана інформація може не надаватися, якщо обов'язки до виконання є частиною договору, первісно очікуваний термін виконання якого складає не більше одного року (стандарт наводить також й іншу умову для спрощення практичного характеру, викладену у пункті B16 стандарту, але дане спрощення мало ймовірно буде стосуватися операцій у рамках програм лояльності клієнтів) [МСФЗ 15:121].

В Умовах для висловлення думки (Basis for Conclusions) Рада з Міжнародних стандартів фінансової звітності вказує, що під час розробки стандарту були отримані численні коментарі від користувачів фінансових звітів щодо того, що інформація про вартісні та часові виміри доходів, які організація очікує визнати, була б дуже доречною при аналізі доходів та фінансової звітності в цілому такої організації. Кореспонденти-користувачі були особливо зацікавлені в інформації щодо довгострокових контрактів із значними обсягами невизнаних доходів. З іншого боку, представники Ради з Міжнародних стандартів фінансової звітності неодноразово зазначали, що значна частина організацій розкривала таку інформацію самостійно, на добровільній основі. Але у той же час така добровільно розкрита інформація зазвичай виводилась за межі фінансової звітності та несла ризик неможливості порівняння з даними інших організацій через брак формалізації. Таким чином, як вказується в Умовах для висловлення думки, включення наведених вище вимог до розкриття щодо оцінки невиконаних обов'язків має на меті надання користувачам фінансової звітності наступної інформації:

- даних щодо вартісних та часових вимірів щодо доходів, які очікується визнати відповідно до решти обов'язків до виконання у межах існуючих контрактів з клієнтами;

- інформації щодо тенденцій, що мають відношення до вартісних та часових вимірів щодо доходів, які очікується визнати відповідно до решти обов'язків до виконання у межах існуючих контрактів з клієнтами;

- ризики щодо очікуваних майбутніх доходів (зокрема, ризики щодо прострочення виконання обов'язків відповідно до контракту та, відповідно, визнання доходів);

- вплив зміни суджень чи умов на визнання доходів організації [МСФЗ 15:BC348-BC350 [10; 11].

Окремо маємо зазначити, що таке розкриття не включає оцінок щодо можливостей поновлення контрактів, які не представляють суттєвих прав, та оцінок перемінних відшкодувань, які є обмеженими та, таким чином, не включаються до ціни транзакції [10].

Може здатися, що наведені у МСФЗ 15 вимоги до розкриття інформації є занадто обширними та детальними. Застереження щодо цього лунали і під час розробки стандарту. Так, окремі учасники про-

цесу підготовки стандарту вказували, що на виконання вимог МСФЗ 15 організаціям доведеться надавати значні обсяги інформації, що буде вимагати витрат, які можуть перевищувати будь-які потенційні додаткові вигоди. Саме тому у стандарті сформульовані цілі та завдання розкриття інформації та вказано, що наведені вимоги до розкриття не є обов'язковим до виконання списком мінімальних вимог. Мається на увазі, що організації, для яких відповідні розкриття не є релевантними або суттєвими, не зобов'язані включати відповідну інформацію до фінансових звітів. Більше того, Радою з міжнародних стандартів фінансової звітності було прийнято рішення для окремих аспектів операцій вимагати інформації якісного характеру на противагу зведеним у таблиці даним [10].

Досліджені вимоги щодо розкриття є чинними для річних звітів як для відображення доходу відповідно до МСФЗ, так і, відповідно, до US GAAP. Але незначна відмінність між МСФЗ та US GAAP зберігатиметься щодо розкриття інформації для проміжних звітів (interim disclosures): якщо в МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність» (IAS 34 «Interim Financial Reporting») були внесені доповнення в частині вимог до розкриття лише дезагрегованої інформації про доходи, Рада з стандартів фінансового обліку США доповнила розділ 270 «Проміжна звітність» Кодифікації облікових стандартів («ASC 270 Interim Reporting») тими ж кількісними вимогами щодо розкриття інформації про доходи, що застосовні і для річної фінансової звітності.

Висновки. Здійснення торговельних операцій у межах програм лояльності потребує детального аналізу господарської діяльності через призму нового стандарту МСФЗ 15 «Доходи від контрактів із клієнтами» для цілей коректного відображення таких операцій в обліку. Адже, по суті, такі операції є мультикомпонентними, а кожен з таких компонентів потребує окремого визнання в обліку. Суттєві зміни в міжнародній практиці обліку, новий підхід до визнання доходів, зміни в концепції обліку доходів, нові розширені вимоги щодо розкриття інформації вимагають детального їх вивчення вітчизняними науковцями та практиками з метою якнайшвидшого впровадження їх у практику обліку вітчизняних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Facts & Figures. Official site of Payback. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.payback.net>.
2. Ric Garrido Colloquy.com estimates U.S. Consumers Loyalty Program Points Value / Garrido Ric // Value Loyalty Traveler. October 2015. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://loyaltytraveler.boardingarea.com/2011/05/07/colloquy-com-estimates-u-s-consumers-loyalty-program-points-value/>.
3. International Financial Reporting Standard 15 Revenue from Contracts with Customers. IFRS Foundation Publications Department, May 2014. [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.efrag.org/Files/EFrag%20public%20letters/Revenue%20Recognition/IFRS_15.pdf.
4. Loyalty analytics exposed: What every program manager needs to know. PricewaterhouseCoopers LLP. 2013, p.3 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.pwc.com/us/en/insurance/publications/loyalty-analytics-financial-reporting.html> (pwc-loyalty-analytics-exposed.pdf).
5. The new revenue recognition standard – retail and consumer products. EY, May 2015 [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Applying_IFRS_in_Retail_and_Consumer_Products:_The_new_revenue_recognition_standard_-_retail_and_consumer_products/\\$File/Applying-RCP-May2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Applying_IFRS_in_Retail_and_Consumer_Products:_The_new_revenue_recognition_standard_-_retail_and_consumer_products/$File/Applying-RCP-May2015.pdf).
6. Illustrative Examples on MFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. kpmg.com, 2014, pp. 76–77 [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.masb.org.my/images/MFRS/MFRS15/IE_MFRS_15_2Sept2014.pdf.
7. Implementing IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. A practical guide to implementation issues for the travel, hospitality and leisure sector Deloitte 2015 [Electronic resource]. – Mode of access : www.iasplus.com/en/publications/global/implementing-ifs-15/thl.
8. IFRS and US GAAP: similarities and differences. PwC, 2015 edition [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.pwc.com/us/en/cfodirect/publications/accounting-guides/ifrs-and-us-gaap-similarities-and-differences.html>.
9. NEED TO KNOW. IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. BDO IFR Advisory Limited, 2014 [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.bdointernational.com/Services/Audit/IFRS/Need%20to%20Know/Documents/NTK_IFRS15_print.pdf.
10. A closer look at the new revenue recognition standard. EYGM Limited. June 2014 [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Applying_IFRS:_A_closer_look_at_the_new_revenue_recognition_standard_\(June_2014\)/\\$FILE/Applying-Rev-June2014.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Applying_IFRS:_A_closer_look_at_the_new_revenue_recognition_standard_(June_2014)/$FILE/Applying-Rev-June2014.pdf).
11. Basis for Conclusions on MFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. IFRS Foundation. 2014 [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.masb.org.my/images/MFRS2014/MFRS_BC_IE/mfrs_15_bc_2sept2014.pdf.

УДК 657.3

Бурденюк Т.Г.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку в державному секторі економіки та сфері послуг
Тернопільського національного економічного університету*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ

У статті здійснено аналіз науково-теоретичних підходів щодо визначення економічної сутності конкурентоспроможності. Встановлено особливості конкурентоспроможності, визначено її рівні, об'єкти та вимірники. Запропоновано авторське бачення конкурентоспроможності продукції та підприємства як об'єктів стратегічного аналізу.

Ключові слова: аналіз, конкуренція, конкурентоспроможність, модель, ринок, стратегія, середовище, фактор.

Бурденюк Т.Г. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В статье осуществлен анализ научно-теоретических подходов к определению экономической сущности конкурентоспособности. Определены особенности конкурентоспособности, её уровни, объекты и критерии. Предложено авторское видение конкурентоспособности продукции и предприятия как объектов стратегического анализа.

Ключевые слова: анализ, конкуренция, конкурентоспособность, модель, рынок, стратегия, среда, фактор.

Burdenyuk T.G. COMPETITIVENESS AS OBJECT STRATEGIC ANALYSIS

The article analyzes the scientific and theoretical approaches to determining the economic essence of competitiveness. The peculiarities of competitiveness, defined its level, objects and parameters. The author vision competitiveness of products and enterprises as objects of strategic analysis.

Keywords: analysis, competition, competitiveness, model, market, strategy, environment, factor.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність – це багатопланова економічна категорія, яка характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. Для досягнення належної конкурентоспроможності підприємства необхідні тривалий час і значні зусилля. Комплексне виконання цих завдань є прерогативою стратегічного управління, в основі якого – стратегічний аналіз. Стратегічний аналіз враховує впливи факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, розглядає підприємство як єдину систему та дозволяє розробити аналітично обґрунтовану стратегію розвитку об'єкта, що забезпечить його конкурентоспроможність на всіх рівнях. Сучасні тенденції розвитку економічних відносин визначають необхідність дослідження конкурентоспроможності як об'єкту стратегічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкурентоспроможність як одна з фундаментальних економічних категорій неодноразово обговорювалась на науково-практичних конференціях, висвітлювалась в монографіях, науковій та публіцистичній літературі, була предметом численних дискусій як вчених-економістів, так і практиків. Класичними роботами з основ стратегічного аналізу, теорії взаємодії підприємства та зовнішнього середовища, концепцій стратегічної орієнтації фірми в конкурентному середовищі є праці І. Ансоффа, Ж. Бовера, В.Р. Гута, К. Ендрюса, К.Р. Крістенсена, Е.П. Лернеда, А.Д. Чендлера. Вирішенню теоретичних проблем конкурентоспроможності присвячені роботи таких відомих зарубіжних та вітчизняних науковців, як А.Ю. Юданов, І. Ансофф, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Г.Л. Азоєв, В.Г. Герасимчук, Р.А. Фатхутдінов та ін. Аналітичні дослідження конкурентоспроможності підприємства певною мірою розкриті у працях А.Є. Воронкової, С.Б. Довбні, Н.А. Дробітько, Ю.Б. Іванова, В.Ф. Оберемчука, О.Б. Чернеги.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. При вагомій науковій та практичній значимості вищезазначених досліджень не всі питання цієї багатогранної проблеми знайшли своє вирішення. Досі не має єдиного усталеного визначення

поняття конкурентоспроможності, практично не розроблена загальноприйнята методика її оцінювання, потребують уточнення підходи до аналізу конкурентоспроможності підприємств різних галузей економіки, що мають свої особливості. Тому необхідні глибше наукове осмислення економічної сутності конкурентоспроможності, дефініція та систематизація наявних теоретичних розробок, розгляд її теоретичних та методичних особливостей як об'єкту стратегічного аналізу.

Мета статті полягає у визначенні економічної сутності конкурентоспроможності, її особливостей як об'єкту стратегічного аналізу, встановленні об'єктів, рівнів та вимірників конкурентоспроможності. Для досягнення окресленої мети необхідно дослідити концептуальні підходи до визначення конкурентоспроможності як об'єкту стратегічного аналізу на предмет виявлення принципових розбіжностей у наукових позиціях щодо її змісту, особливостей, рівнів та вимірників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як об'єкт стратегічного аналізу «конкурентоспроможність» різні автори розглядають по-різному. Так, Р.А. Фатхутдінов вважає, що стратегічний менеджмент – це теорія і практика забезпечення конкурентоспроможності та ефективності рішень шляхом розроблення стратегії організації [1, с. 7–8]. Науковець під основною метою стратегічного управління вбачає досягнення (в нормативах) оптимального рівня ефективності та конкурентоспроможності товарів і підприємства в цілому [1, с. 20]. І.П. Данилов пропонує аналізувати конкурентоспроможність як сукупність категорій: філософської – як рушійної сили розвитку суспільства; економічної – як основи існування; ринкової – як суперництва на ринку; юридичної – як підтвердження відповідності законодавству; соціальної – як відповідної вимогам соціального розвитку організації, країни; психологічної – як такої, що підтверджує відповідність очікуванням [2, с. 69]. В.А. Винокуров акцентує увагу на актуальності аналізу конкурентоспроможності при здійсненні стратегічного аналізу ринку та середовища підприємства, а основними домінуючими поняттями стратегічного

управління бачить стратегію, потенціал і конкурентоспроможність [3, с. 16]. В.Д. Андріанов відзначає конкурентоспроможність як багатопланову економічну категорію, котру можна розглядати на кількох рівнях, це – конкурентоспроможність товарів, товаровиробників, галузей, країни. Між усіма цими рівнями є тісний взаємозв'язок, оскільки конкурентоспроможність країни й галузі в кінцевому рахунку залежать від здатності конкретних виробників випускати конкурентоспроможні товари [4, с. 47].

Наведені позиції авторів, на нашу думку, деталізують об'єкт аналізу конкурентоспроможності та в підсумку зводяться до загальноприйнятих рівнів (мікро, мезо і макро) й об'єктів (товар, фірма, галузь, країна) конкурентоспроможності.

Варто зазначити, що трактування конкурентоспроможності залежно від об'єкта дослідження неоднозначні. Так, ряд науковців (Г.Л. Азоєв, В.Г. Герасимчук, І.Н. Герчикова, П.С. Зав'ялов, А.Ш. Лозовський, А.Г. Поршнева, Б.А. Райзберг) наголошують на властивостях і характеристиках товару як основної складової конкурентоспроможності. І.Н. Герчикова [5, с. 35] вважає, що конкурентоспроможність – це сукупність характеристик продукту, які відрізняють його від продуктів-аналогів за ступенем задоволення конкретних потреб індивідуального споживача та за рівнем витрат на його купівлю і подальше використання, а також визначають відповідність товару й можливість його збуту на конкретному ринку. В.Г. Герасимчук [6, с. 88] трактує конкурентоспроможність як сукупність якісних і вартісних характеристик товару, що забезпечують задоволення конкретної потреби.

Авторський колектив (Г.Л. Азоєв, П.С. Зав'ялов, А.Ш. Лозовський, А.Г. Поршнев, Б.А. Райзберг) [7] визначає конкурентоспроможність як здатність фірми конкурувати на ринках із виробниками і продавцями аналогічних товарів завдяки забезпеченню вищої якості, доступних цін, створення зручностей для покупців та споживачів.

Європейський форум із проблем управління розглядає конкурентоспроможність як реальну та потенційну можливість фірм в наявних умовах проектувати, виробляти і реалізовувати товари, що за цінними й неціновими характеристиками привабливіші для споживача, ніж товари конкурентів [8, с. 106]. А.Ю. Юданов під конкурентоспроможністю розуміє ступінь привабливості товару для реального покупця [9, с. 39]. В.Дж. Стівенсон визначає конкурентоспроможність як рівень ефективності задоволення потреб клієнтів порівняно з іншими компаніями, які пропонують схожий продукт або послугу [10]. На його думку, конкуренцію здійснюють різними способами, серед яких ключовими є ціна, якість, специфічні особливості товарів або послуг, виробнича чи сервісна спрямованість, рухливості виробництва і терміни виконання певних операцій [10].

Очевидно, що представники даного підходу під конкурентоспроможністю вбачають конкурентоспроможність продукції. Аналіз наведених дефініцій дав змогу сформулювати загальні риси показника конкурентоспроможності продукції:

- порівняльність. Конкурентоспроможність – поняття відносне і може бути виявлене тільки на основі порівняння ряду об'єктів. Деякі товари можуть бути цілком конкурентоспроможними на внутрішньому ринку і не бути такими на зовнішньому;

- відповідність потребам споживача. Споживач – це основний оцінювач товару, а конкурентоспромож-

ність – індикатор задоволення потреб покупців, реакція яких є домінуючою;

- рівень конкурентоспроможності продукції залежить від ряду її властивостей і характеристик;

- чинник часу. Конкурентоспроможність – це тимчасовий іманентний, привілейований стан об'єкта.

Оцінивши основні риси поняття, пропонуємо визначити конкурентоспроможність продукції як показник відносної здатності товарів задовольняти потреби цільових груп споживачів на конкретному ринку в певний період часу порівняно з продукцією конкурентів.

Аналіз наукового спадку дає змогу виділити кілька підходів до трактування конкурентоспроможності підприємства.

Поширеним в економічній літературі є підхід до трактування конкурентоспроможності з точки зору використання ресурсів (потенціалу) підприємства. Так, на думку М. Портера, конкурентоспроможність відображає продуктивність використання окремих матеріальних та нематеріальних ресурсів. Для досягнення високої конкурентоспроможності фірмам необхідно мати доступ до передових і спеціалізованих людських ресурсів, наукових досягнень, економічної інформації, інфраструктури та інших факторів виробництва [11]. Акцентуючи увагу на важливості ефективної діяльності, Н.І. Перцовський підкреслює й необхідність практичної прибуткової реалізації такої діяльності в умовах конкурентного ринку та визначає конкурентоспроможність як узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціали [12]. Російські економісти М. Гельвановський, В. Жуковська, І. Трофімова пропонують розглядати конкурентоспроможність виробника як результат загальної ефективності виробництва: його продуктивності праці, фондо-, матеріало-, наукоємності [13, с. 70]. О.Б. Чернега розглядає конкурентоспроможність через багаторівневу ієрархію факторів, найважливіші з яких: ресурси, стратегія, менеджмент. Із позиції науковця, головними складовими конкурентоспроможності є активи, котрі створюють багатство, і процеси, в рамках яких відбувається це перетворення. Водночас, зазначає автор, вибрана стратегія може як сприяти, так і перешкоджати результативному перетворенню ресурсів у нові, досконаліші активи [14, с. 39–40].

Розглянутий підхід є неповним та одностороннім, оскільки при оцінці конкурентоспроможності враховують лише фактори внутрішнього середовища, а за вирішальний обирають тільки один – використання потенціалу підприємства.

Інша група авторів узалежнюють конкурентоспроможність від двох факторів: якість задоволення потреб споживачів та ефективність господарської діяльності. У словнику «Ринкова економіка» Г.Я. Кіперман трактує конкурентоспроможність як здатність протистояти на ринку іншим виробникам та постачальникам аналогічної продукції як за ступенем задоволення своїми товарами та послугами певної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності. Автор вбачає в ефективності господарської діяльності один із вирішальних елементів конкурентоспроможності, однак ігнорує те, що підприємства вступають у конкурентні відносини на конкретних ринках і в певний період часу [15]. М.І. Круглов розглядає конкурентоспроможність через призму конкурентоспроможності товарної маси

з урахуванням впливу відносної ефективності виробництва на певному проміжку часу [16].

Таким чином, прихильники розглянутих науково-теоретичних підходів характеризують конкурентоспроможність крізь призму таких факторів, як використання потенціалу, задоволення потреб споживачів і ефективність господарської діяльності. Автори вважають, що основний вплив на конкурентоспроможність здійснюють внутрішні фактори (ресурси та ефективність їх використання), водночас поза увагою залишаються фактори зовнішнього середовища і фактор часу.

Альтернативними до наведених можна вважати визначення І.М. Гараєва, Х.А. Фасхієва, З.Є. Шершньової. Зокрема, З.Є. Шершньова пропонує розглядати конкурентоспроможність підприємства як рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо стратегічного та поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що виражається в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо [17, с. 117]. Науковець наголошує на важливості розуміння того, що конкурентоспроможність підприємства залежить від його внутрішнього стану, а також від ряду факторів зовнішнього середовища [17, с. 122]. Заслугує на увагу наукова позиція І.М. Гараєва та Х.А. Фасхієва. В їхньому розумінні, конкурентоспроможність – це випередження підприємством конкурентів завдяки випуску досконалішої продукції та послуг на конкретних сегментах ринку в певний період часу, а також здатність відповідно потенціалу розробляти, виробляти і продавати конкурентоспроможні товари в майбутньому, досягнутому без збитку фінансовому станові організації [18]. Дані визначення певною мірою усувають недоліки, притаманні попереднім підходам. Автори, наголошуючи на обов'язковості здорового фінансового стану, заклали в поняття конкурентоспроможності компоненту перспективи.

На важливості довготермінових перспектив розвитку конкурентоспроможності наголошують А.А. Томпсон і А.Дж. Стрікленд. Автори вважають, що запорукою досягнення стійких конкурентних позицій на фірмі є наявність чітких стратегічних цілей [19]. Продуманий стратегічний курс, на їх думку, не менш важливий, аніж фінансове здоров'я підприємства. Проникнення на закордонні ринки, використання передових технологій та досягнень, розвиток різноманітних можливостей зростання є важливими стратегічними цілями. Стратегічні цілі належать до конкурентоспроможності фірми і спрямовані на забезпечення вищих темпів зростання, ніж у середньому в галузі, на збільшення частки ринку, на поліпшення якості продукції та послуг порівняно з конкурентами, на досягнення низького рівня витрат, на поліпшення репутації фірми [19].

Авторитетними є підходи до трактування конкурентоспроможності в ракурсі володіння конкурентними перевагами. Ж.-Ж. Ламбен основну мету аналізу конкурентоспроможності вбачає у пошуку переваг, яких може домогтися фірма, та в оцінці конкретної конкурентної ситуації з метою захисту досягнутої переваги. В основі ефективно конкурентної боротьби, на думку автора, знаходяться відносні переваги, обумовлені рядом різноманітних факторів. У загальному вигляді ці фактори можна згрупувати в дві широкі категорії, враховуючи створювані ними переваги [20, с. 277]:

- 1) зовнішні конкурентні переваги;
- 2) внутрішні конкурентні переваги.

Зовнішні конкурентні переваги збільшують «ринкову силу» фірми, оскільки вона може змусити ринок прийняти ціну продажів вищу, ніж у пріоритетного конкурента, котрий не забезпечив відповідної відмінної якості товару. Внутрішні конкурентні переваги є результатом вищої продуктивності, котра забезпечує фірмі вищу рентабельність та більшу стійкість до зниження ціни продажів, що нав'язують ринок чи конкуренція.

За всієї різноманітності розглянутих думок вони подібні відсутністю комплексного, системоутворюючого підходу до суті досліджуваного поняття. Ті чи інші науковці у своїх підходах за основний обирали якийсь один (два) елемент-фактор, із позицій якого і розглядали конкурентоспроможність.

В даний час вітчизняні й зарубіжні науковці пропонують комплексні підходи до трактування конкурентоспроможності. Так, українські вчені А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова визначають конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку як узагальнюючу оцінку його конкурентних переваг у питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої за рахунок цього ефективності функціонування господарчої системи на момент чи протягом періоду оцінювання [21, с. 68]. І. Ансофф трактує поняття «конкурентного статусу фірми» як своєрідне мірило її становища на ринку та позиції в конкуренції. Науковець пов'язує конкурентоспроможність із факторами зовнішнього середовища, ефективністю використання потенціалу і стратегією діяльності [22, с. 101]. Х.А. Фасхієв зазначає, що висока конкурентоспроможність підприємства зумовлена наявністю трьох ознак: задоволеністю споживачів та їх бажанням зробити повторну покупку; відсутністю претензій до фірми з боку суспільства, акціонерів і партнерів; відчуттям гордості працівників фірми за діяльність у ній та бажанням сторонніх отримати роботу саме у цій компанії [23, с. 60].

Синтезуючи думки різних авторів, наведемо основні особливості конкурентоспроможності підприємства як об'єкта стратегічного аналізу:

- 1) конкурентоспроможності підприємства притаманні певні методологічні ознаки, що характеризують її як наукову категорію, котрій властива синтетичність;
- 2) конкурентоспроможність як синтетична категорія виникає внаслідок мультиплікативного поєднання робочих підсистем підприємства (трудових, матеріальних, фінансових й інших ресурсів) та їхніх окремих елементів (персоналу, товару, основних засобів, нематеріальних активів тощо);
- 3) конкурентоспроможність підприємства є абсолютно конкретною і може бути достовірно оцінена лише з урахуванням межових умов, що виражаються в численних кількісних та якісних параметрах стану зовнішнього середовища;
- 4) конкурентоспроможності властивий динамізм, і її варто розглядати лише в рамках певного часового інтервалу;
- 5) конкурентоспроможність підприємства безпосередньо залежить від конкурентоспроможності продукції, і навпаки;
- 6) підприємство може забезпечити стійку конкурентну позицію за наявності стратегічних цілей, що служать орієнтирами і задають загальний напрям розвитку підприємства.

На підставі наведених особливостей пропонуємо визначати конкурентоспроможність підприємства як синтетичний показник, що відображає його домінування над конкурентами у певному інтервалі часу, за наявного рівня і характеру впливу факторів зовнішнього середовища, за параметрами ефективності фінансово-господарської діяльності й здатністю функціонувати та розвиватися відповідно до намічених стратегічних цілей.

Висновки. Завершуючи дослідження конкурентоспроможності як об'єкта стратегічного аналізу, можна підсумувати, що це – багатопланова категорія, котра з наведених вище причин досі не знайшла загальновизнаного універсального трактування в економічній думці. Відсутність чіткого термінологічного апарату та критеріальні розбіжності призводять до розмивання сутності конкурентоспроможності. Як наслідок, вся множина визначень коливається від вузьких дефініцій за суто технічними, функціональними та естетичними особливостями продукції до розширених макроекономічних тлумачень як показника суспільно-економічної стійкості країни. Критичний аналіз ідей сучасних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів дав підстави стверджувати, що проблему підвищення конкурентоспроможності необхідно розв'язувати комплексно на всіх рівнях (мікро-, макро-, мезорівнях). Процес дослідження підтверджує неможливість забезпечення стійкої конкурентоспроможності країни без формування конкурентоспроможності підприємства. Вирішення зазначеного питання належить до компетенції вищого управління і методологічно має ґрунтуватися на концепціях та інструментарії стратегічного аналізу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент : [учебник] / Р.А. Фатхутдинов ; 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2001. – 448 с.
2. Хангер Дж.Д. Основы стратегического менеджмента / Дж.Д. Хангер, Т.Л. Уипен ; 4-е изд. – М. : Юнити, 2008. – 319 с.
3. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
4. Андрианов В.Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике / В.Д. Андрианов // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – № 3. – С. 43–50.
5. Герчикова И.Н. Финансовый менеджмент : [учеб. пособ.] / И.Н. Герчикова. – М. : Консалтбанк, 1996. – 208 с.
6. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теория і практика : [навч. посіб.] / В.Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1994. – 327 с.
7. Маркетинг : [словарь] / Г.Л. Азоев [и др.]. – М. : Экономика, 2000. – 362 с.
8. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации : [підручник] / Р.А. Фатхутдинов, Г.В. Осовська. – К. : Кондор, 2009. – 470 с.
9. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М. : Акалис, 1996. – 272 с.
10. Стивенсон В.Дж. Управление производством / В.Дж. Стивенсон ; пер. с англ. под общ. ред. Ю.В. Шленова. – М. : Лаборатория Базовых Знаний ; БИНОМ, 1998. – 928 с.
11. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. И. Минервина. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с.
12. Международный маркетинг / Под ред. Н.И. Перцовского. – М. : Высшая школа, 2001. – 239 с.
13. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–77.
14. Чернега О.Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / О.Б. Чернега. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1999. – 447 с.
15. Рыночная экономика : [словарь] / Под общ. ред. Г.Я. Кипермана. – М. : Республика, 1993. – 524 с.
16. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией / М.И. Круглов. – М. : Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
17. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : [підручник] / З.Є. Шершньова ; 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
18. Фасхiev X.A. Модель управления конкурентоспособностью предприятия / X.A. Фасхiev // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 2. – С. 69–81.
19. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
20. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с франц. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
21. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства : [підручник для вузів] / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова ; під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 880 с.
22. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф ; пер. с англ. С. Жильцова при содействии Э.Дж. Макдоннелла. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с.
23. Фасхiev X.A. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / X.A. Фасхiev, Е.В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 53–68.

УДК 657

Здреник В.С.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та публічного управління
Тернопільського національного економічного університету*

ПРИНЦИПИ ТА ЕЛЕМЕНТИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОПЕРАЦІЙ З ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ

У статті з'ясовано, що ефективна робота суб'єктів господарювання в сучасних умовах багато в чому залежить від правильно організованої системи внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями. У зв'язку з цим визначено основні принципи побудови системи внутрішнього контролю: принцип безперервності, принцип своєчасного повідомлення про відхилення, принцип системності, принцип дозволу та погодження. Розглянуто основні елементи, які складають систему внутрішнього контролю, а саме: документальне, кадрове, технічне та методичне забезпечення, розглянуто їх застосування щодо операцій з фінансовими інвестиціями.

Ключові слова: фінансові інвестиції, внутрішній контроль, принципи, елементи, забезпечення, організація.

Здреник В.С. ПРИНЦИПЫ И ЭЛЕМЕНТЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОПЕРАЦИЙ С ФИНАНСОВЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ

В статье установлено, что эффективная работа субъектов хозяйствования в современных условиях во многом зависит от правильно организованной системы внутреннего контроля операций с финансовыми инвестициями. В связи с этим определены основные принципы построения системы внутреннего контроля: принцип непрерывности, принцип своевременного уведомления об отклонении, принцип системности, принцип разрешения и согласования. Рассмотрены основные элементы, которые составляют систему внутреннего контроля, а именно: документальное, кадровое, техническое и методическое обеспечение, рассмотрено их применение в отношении операций с финансовыми инвестициями.

Ключевые слова: финансовые инвестиции, внутренний контроль, принципы, элементы, обеспечение, организация.

Zdrenyk V.S. PRINCIPLES AND ELEMENTS BY INTERNAL CONTROLS OF FINANCIAL INVESTMENTS

The study found that the effective operation of entities under current conditions largely depends on a properly organized system of internal control operations with financial investments. In this regard, among the basic principles of internal control there are the principle of continuity, the principle of timely notice of rejection, the principle of consistency as well as the principle of permission and approval. Also, the basic elements that make up the system of internal control have been considered. They are documentary, personnel, technical and methodological support, their application to transactions with financial investments have been studied.

Keywords: financial investment, internal control, principles, elements, organization.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції суб'єкти господарювання прагнуть до максимального використання усіх важелів економічного зростання. Одним із таких важелів є фінансове інвестування. Його використання на практиці частіше позиціонується як операції з фінансовими інвестиціями та пов'язане з низкою проблемних аспектів, які вимагають постійного контролю. Особливо посилюється потреба в здійсненні внутрішнього контролю, оскільки останній не прив'язаний до нормативних строків проведення та характеризується високою гнучкістю в просторі й часі. Наявність підприємств з різною формою власності також активізує процеси його розвитку, оскільки створюються передумови для появи нових видів порушень. Система внутрішнього контролю, особливо щодо фінансових інвестицій, покликана забезпечувати впевненість в тому, що цілі, які ставить керівництво, досягаються, а тому виступає важливим важелем, спрямованим на підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання. Окрім цього, створюються передумови для удосконалення управління підприємством в цілому, оскільки є об'єктивна умова підвищення якості, достовірності та точності інформації, на базі якої приймаються рішення. Цьому сприяє використання прийомів і способів внутрішнього контролю, які у сукупності складають основу інформаційного забезпечення управління та базуються на відповідних принципах. В умовах динамічного розвитку і нестабільності економічних показників останні часто перебувають у стані трансформації та вимагають ідентифікації сутнісних характеристик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми організації внутрішнього контролю на підприємствах, в тому числі пов'язані з базовими його засадами (правилами і принципами), завжди привертала увагу науковців і практиків. Деяко менше уваги приділялося конкретному його об'єкту – фінансовим інвестиціям. Однак ряд науковців досліджували і такий напрямок. Значний внесок у розвиток внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями зробили такі вчені, як М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, Б.І. Валуєв, С.О. Кочерін, М.В. Кужельний, Я.Д. Крупка, Л.В. Нападовська, В.В. Сопко, В.П. Суйц, Б.Ф. Усач, М.Г. Чумаченко, В.О. Шевчук, О.А. Шпіг та ін. Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Подальших досліджень потребують принципи та елементи внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями, оскільки вченими переважно розглядаються базові загальнометодологічні та організаційні питання функціонування цієї важливої системи.

Мета статті полягає у системному розгляді основних принципів та елементів внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями з метою ефективного управління таким видом діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Саме поняття «внутрішній контроль» на сьогоднішній день вченими розглядається з декількох точок зору.

З однієї точки зору, внутрішній контроль – це діяльність, пов'язана з перевіркою функціонування підприємства з метою виявлення помилок та фактів зловживань під час здійснення інвестування. Вона вказує на шляхи пошуку помилок, причини їх появи і шляхи їх виправлення. В цьому випадку для контр-

олера головне – пошук негативних відхилень від стандартів (норм, правил), діючих на підприємстві, а його робота має на меті виявлення зловживань і помилок у зазначених сумах і відображених в документах господарських операцій [1, с. 79].

Прихильники другої точки зору вважають, що внутрішній контроль повинен трактуватись як «система заходів, організованих управлінським персоналом підприємства з метою найбільш ефективного виконання персоналом своїх обов'язків при виконанні господарських операцій» [2, с. 83]. Контролер повинен визначити порушення основних принципів управління і запропонувати шляхи покращення діяльності системи. Ціна такого контролю досить висока, і результат буде відчутний лише в майбутньому, причому його досить важко виміряти економічними показниками. Основна мета такого контролю може бути визначена як захист інтересів власників, інвесторів та інших агентів бізнесу шляхом забезпечення надійності в діяльності підприємства.

Дані два підходи на практиці застосовуються найчастіше, але інші науковці також розглядали контроль як принцип або як метод і форму, або як вид діяльності. Деякі більшу кількість підходів виділяють М.В. Мельник, А.С. Пантелєєв, А.Л. Звєздін, тобто як: засіб, фактор, форму, елемент, функцію, вид діяльності, систему, зворотній зв'язок, умову, регулятор, гарант, явище, інститут, метод, атрибут та ін. [3, с. 45]. Багатогранність підходів до визначення сутності внутрішнього контролю вони вбачають не в спробі дати йому універсальне трактування, а в результаті підходу до даного питання з точки зору інтересів представників різних наукових напрямків: філософії, теорії управління, політики, права, кібернетики. Про неузгодженість думок вчених щодо підходу до поняття «внутрішній контроль» наголошує й Б.І. Валугев: «Деякі вчені об'єднують внутрішній контроль з економічним аналізом, інші – з обліком, треті – не включають його до складу функцій управління взагалі [4, с. 99]. В ряді праць внутрішній контроль розглядається як відокремлена функція управління» [5, с. 4].

Основою при організації будь-якої системи є принципи, які забезпечують ефективність її функціонування. При організації системи внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями найбільш доцільним вважаємо виділення таких принципів:

1. Принцип відповідальності – передбачає, встановлення відповідальності за виконання певних функцій. Визначення чітких її рамок та безпосереднє закріплення за конкретною особою.

2. Принцип розподілу обов'язків передбачає: перед працівниками їх обов'язки розподіляються таким чином, щоб за однією людиною не були закріплені одночасно наступні функції:

- оформлення відповідної документації;
- реєстрація операцій з фінансовими інвестиціями;
- здійснення інвентаризації даних об'єктів.

У протилежному випадку можливими є випадки зловживань, які стануть на перешкоді ефективності даної системи.

3. Принцип безперервності пояснює те, що безперервне

функціонування системи внутрішнього контролю дозволить попереджувати виникнення відхилень та своєчасно їх виявляти, що забезпечить достовірне відображення операцій з фінансовими інвестиціями на рахунках бухгалтерського обліку.

4. Принцип своєчасного повідомлення про відхилення передбачає, що оперативне отримання інформації про виявлені порушення дозволить уникнути негативних наслідків. Так, наприклад, невиявлення незаповнених або неправильно заповнених реквізитів векселя на стадії його виписування призведе до його недійсності, що обумовить недостовірне відображення операції видачі векселя в бухгалтерському обліку.

5. Принцип системності передбачає, що контроль необхідно розглядати в єдності з іншими елементами в єдиному контурі процесу управління. При вирішенні задач, пов'язаних з контролем, повинні створюватись належні умови для тісної взаємодії працівників різних функціональних напрямів.

6. Принцип дозволу та погодження передбачає те, що на підприємстві повинен бути забезпечений дозвіл та погодження всіх операцій з фінансовими інвестиціями відповідними посадовими особами в межах їх повноважень. Без наявності формально встановлених процедур санкціонування неможливо вважати систему внутрішнього контролю підприємства ефективною.

Дотримання вищезазначених принципів при побудові системи внутрішнього контролю в частині операцій з фінансовими інвестиціями забезпечить ефективність її функціонування, оперативність отримання інформації, виявлення порушень та помилок, а також забезпечить прийняття вчасних ефективних управлінських рішень, щодо подальших дій. Крім того, створення на підприємстві ефективної системи внутрішнього контролю дозволяє знизити витрати при проведенні зовнішнього контролю.

Функціонування внутрішнього контролю як системи передбачає також наявність певної сукупності елементів, які перебувають між собою у тісному взаємозв'язку та взаємодоповнюють один одного (рис. 1). Це потрібно для того, щоб під час проведення контролю він надавав найбільш точні та правдиві дані.

При організації внутрішнього контролю на підприємстві керівництво повинно особливо зосередити свою увагу на його документальному забезпеченні.

На сьогодні внутрішній контроль інвестиційної діяльності не регламентується жодними законодавчо закріпленими документами, тому управлінський

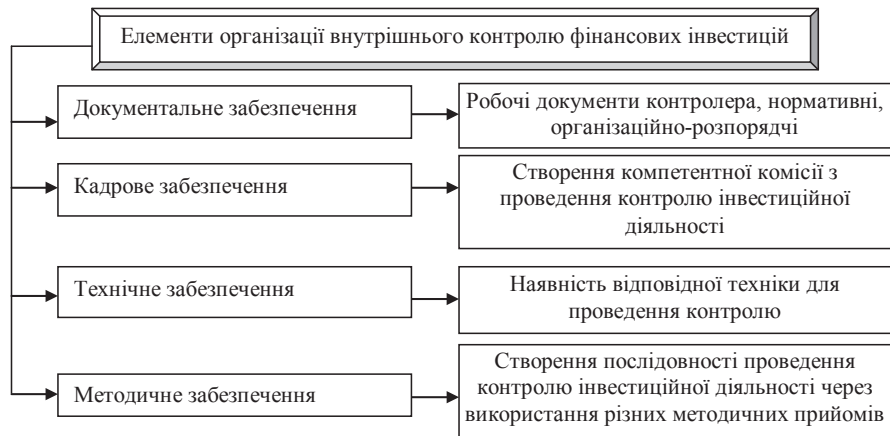


Рис. 1. Елементи організації внутрішнього контролю фінансових інвестицій

персонал підприємства повинен самостійно розробити документи, але здебільшого процес контролю документується самою контрольною комісією. Вони розробляють робочі документи для полегшення здійснення даної перевірки, а також для надання підтвердження про проведення перевірки. Крім того, документальне забезпечення організації внутрішнього контролю передбачає визначення переліку нормативних документів, які гарантують законність перевірки, та організаційно-розпорядчих документів, розроблених керівництвом підприємства, які містять рекомендації та правила проведення внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями.

Не меншої уваги при організації внутрішнього контролю потребує кадрове забезпечення. В його основі лежить поділ контрольних обов'язків між окремими службами і менеджерами. Головним учасником організації внутрішнього контролю є керівник, адже саме він створює комісію з контролю фінансових інвестицій та затверджує всі запропоновані менеджером підприємства пропозиції. При створенні комісії керівнику потрібно дізнатися, чи є на підприємстві працівники, які мають досвід щодо проведення контролю саме інвестиційної діяльності (в частині здійснення фінансових інвестицій), що має свою специфіку, яка відрізняє його від проведення контролю інших об'єктів. Адже особам, на яких буде покладено виконання контрольних обов'язків, необхідно чітко знати критерії визнання фінансових інвестицій, їх види (особливо щодо визнання наявності контролю над об'єктом інвестування), особливості документального оформлення їх надходження, порядок нарахування та оподаткування дивідендів. Тому на керівника підприємства покладено завдання створити таку комісію для проведення контролю, в результатах діяльності якої не було б сумнівів.

Отже, кадрове забезпечення є одним із важливих питань, адже саме від нього залежить ефективність контролю та достовірність отриманих даних в результаті його проведення не тільки в частині фінансових інвестицій, а й в розрізі взаємопов'язаних активів та капіталу на підприємстві.

Що ж до технічного забезпечення внутрішнього контролю на підприємстві, то воно повинно відповідати таким стандартам, які можуть забезпечити його ефективне функціонування. Воно не є однією із головних ланок в організації внутрішнього контролю на підприємстві, але без нормального його налагодження вся впроваджена система не буде відповідати тим нормам, які потрібні для проведення контролю операцій, що здійснюються на підприємстві. Технічне забезпечення здійснення контролю фінансових інвестицій не потребує додаткових технологій (наявність комп'ютерів, калькуляторів, принтерів). Адже якщо на підприємстві облік ведеться вручну, то і перевірка буде зводитися до перевірки паперових носіїв інформації. Якщо ж облік ведеться за допомогою сучасних комп'ютерних технологій, то і сам контроль буде полягати у перевірці не тільки паперових носіїв, але й електронних. При цьому на перший план виходить вже не технічне забезпечення, а програмне, яке включає сукупність алгоритмів, спеціальних програм, призначених для обробки даних щодо інвестицій. Це дає змогу під час контролю працювати лише з такою інформацією, яка стосується інвестиційної діяльності.

Методичне забезпечення передбачає розробку таких етапів проведення, які б включали перевірку не тільки вкладеного капіталу досліджуваного підприємства до інших суб'єктів господарювання, а й вкладених коштів

в дане підприємство та ефективність їх використання. Вважаємо, що слід розробити такі методи проведення контролю, які б надавали інвестору впевненість у тому, що його капітал використовується за призначенням та забезпечує отримання прибутку.

До окремих елементів системи внутрішнього контролю відносять політику, процедури та інші дії щодо забезпечення можливості виявлення або попередження і виправлення похибок в обліковій документації, а також в загальному процесі управління економічним суб'єктом з метою досягнення його стратегічних цілей. Таким чином, сучасна система внутрішнього контролю підприємства становить певну систему забезпечень, політику і процедури (засоби контролю), прийняті системою управління даним підприємством для досягнення цілей процесу управління, що передбачають дотримання впорядкованого і ефективного ведення фінансово-господарської діяльності, включаючи суворе дотримання політики управління, виявлення та виправлення похибок у звітності та прийнятті рішень [6, с. 67].

Висновки. Ефективна робота суб'єктів господарювання в сучасних умовах багато в чому залежить від правильно організованої системи внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями та сформованої методики його проведення. Організація внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями є надскладною формою організації контролю на підприємстві, оскільки, як правило, вимагає значних як грошових, так і трудових витрат. Тому вона в основному застосовується на середніх та великих підприємствах, які мають досить складну організаційну структуру, мають у своєму складі філіали й дочірні компанії та за рахунок отримання прибутків можуть собі дозволити належним чином організовану службу внутрішнього контролю. Крім того, керівнику підприємства необхідно забезпечити ефективне, безперервне та дієве функціонування системи внутрішнього контролю операцій з фінансовими інвестиціями, а для цього йому доцільно буде здійснити наступні дії: встановити юридичну відповідальність суб'єктів контролю за невиконання або неналежне виконання покладених на них обов'язків; забезпечити збереженість активів, проведення їх інвентаризації; забезпечити формальний дозвіл на здійснення господарських операцій відповідальними особами в межах їх повноважень. Все це, на нашу думку, дозволить запровадити належну систему внутрішнього контролю на підприємстві, яка буде відповідати всім вимогам законодавства та задовольняти потреби керівництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Давидович І.Є. Контролінг інвестиційних проектів / І.Є. Давидович // Вісник ЖІТІ. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – С. 77–91.
2. Лубенець І. Контроль діяльності інститутів спільного інвестування в Україні та за кордоном / І. Лубенець // Господарське право. – 2009. – № 11. – С. 82–85.
3. Мельник М.В. Ревізія і контроль : [учеб. посіб.] / М.В. Мельник, А.С. Пантелеєв, А.Л. Звездин ; под ред. проф. М.В. Мельник. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. – 520 с.
4. Валуєв Б.І. Теоретичні основи бухгалтерського обліку : [навч. посіб.] / За ред. Б.І. Валуєва. – К. : Знання Пресс, 2002. – 214 с.
5. Амеліна О.В. Облік та контроль операцій з векселями в системі управління фінансовими ресурсами комерційних банків : автореф. дис. ... к. е. н. : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз і аудит (за видами економічної діяльності)» / О.В. Амеліна. – Київ, 2008. – 19 с.
6. Шевчук Д.А. Организация и финансирование инвестиций : [учеб. посіб.] / Д.А. Шевчук. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 272 с.

УДК 657.24:69

Іваницька Т.Є.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки й управління персоналом підприємства
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури***Кононова О.Є.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки й управління персоналом підприємства
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*

РОЛЬ ОБЛІКУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

В умовах економічної кризи, коли діяльність підприємств може здійснюватися тільки в режимі економії, а також в умовах високої конкуренції в будівельній галузі, у керівників підприємств виникає потреба у своєчасній та якісній аналітичній інформації, що необхідна для управління організацією. Якісну інформацію про об'єкти бухгалтерського обліку можна отримати тільки у такій системі обліку господарської діяльності, яка враховує специфіку будівельної галузі. Таким чином, постає питання про більш повне та детальне дослідження проблеми обліку, спираючись на галузеву приналежність. Стаття присвячена ролі обліку господарської діяльності в процесі управління будівельним підприємством, яка полягає у формуванні вичерпної системи даних про факти господарської діяльності, що дозволило сформулювати уточнене поняття обліку господарської діяльності.

Ключові слова: облік, аналіз, методика обліку, управлінський облік, інформація, контроль, управлінські рішення, будівельне підприємство.

Иваницкая Т.Е., Кононова А.Е. РОЛЬ УЧЕТА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В условиях экономического кризиса, когда деятельность предприятий может осуществляться только в режиме экономии, а также в условиях высокой конкуренции в строительной отрасли, у руководителей предприятий возникает потребность в своевременной и качественной аналитической информации, необходимой для управления организацией. Качественную информацию об объектах бухгалтерского учета можно получить только в такой системе учета хозяйственной деятельности, которая учитывает специфику строительной отрасли. Таким образом, встает вопрос о более полном и детальном исследовании проблемы учета, опираясь на отраслевую принадлежность. Статья посвящена роли учета хозяйственной деятельности в процессе управления строительным предприятием, которая заключается в формировании исчерпывающей системы данных о фактах хозяйственной деятельности, что позволило сформулировать уточненное понятие учета хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: учет, анализ, методика учета, управленческий учет, информация, контроль, управленческие решения, строительное предприятие.

Ivanytska T.E., Kononova O.E. THE ROLE OF ACCOUNTING IN MANAGEMENT PROCESS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES

In conditions of an economic crisis, when the activity of the enterprises should be done in maximum efficiency. Also, in a highly competitive construction industry, business leaders are in need of a modern and high-quality analysis of information, which is necessary for the management of the organization. High-quality information about accounting accounts can only be obtained in such a system that follows economic activity and takes into consideration the specifics of the construction industry. As a result a question arises, which more fully and thoroughly investigate the issues of accounting, based on the industry affiliation. The article focuses on the role of accounting of economic activity in the management of construction enterprises, which is concluded in the formation of comprehensive data systems about the facts of economic activity that allowed to formulate a clearer understanding of economic activities.

Keywords: accounting, analysis, methods of accounting, management accounting, information, control, management decisions, and construction enterprises.

Постановка проблеми. Розвиток економіки обов'язково має супроводжувати розвиток обліку господарської діяльності. Якісний облік господарської діяльності створює передумови до зростання продуктивності праці і збільшення обсягу випуску продукції, скорочення витрат і появи вільних фінансових ресурсів, без яких реальний сектор економіки не може розвиватися.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Нині методика обліку та аналізу господарської діяльності на будівельних підприємствах, яка б враховувала галузеву специфіку, практично не описана. Такі автори, як С.І. Церпенто, А.Ю. Демент'єв, Н.А. Адамов, М.І. Гізатуллин, Г.Ю. Касьянова, В.Г. Гетьман, Н.П. Кондраков, В.В. Горлов, С.А. Верещагін, А.Ю. Грібков, Н.П. Дробішевський, Ф.Н. Фліна, Н.І. Ладутько, Г.Ю. Касьянова, М.В. Тимофеева, розглядають специфіку первинного документального та податкового обліку, класифікації витрат і порядку ціноутворення, а також методика обліку договорів будівельного підряду та інструкцію з застосування

плану рахунків для будівельних підприємств, не приділяючи достатньої уваги проблемам обліку у підрядників будівництва.

Фахівці в області управлінського обліку та аналізу – М.А. Вахрушина, Л.В. Попова, В.Ф. Палій, О.Н. Волкова, Л.С. Васілева, В.Е. Керімов, Я.В. Соколов, І.В. Аверчев, А.Д. Шеремет, Н.Н. Илишева, А.І. Антипін, Л.Н. Герасімова, В.В. Івашкевич, М.В. Мельнік, О.Б. Вахрушева, Л.А. Головніна, Н.А. Казакова, В.Т. Чая, Т.П. Карпова, Н.С. Нечеухіна, К.П. Янковський, Р. Гаррісон, К. Друрі, Ч. Хорнгрен, А. Аткинсон, Р. Каплан, навпаки, розглядають і описують методика обліку та аналізу промислових підприємств, і в рідкісному випадку для організацій, які надають послуги. Необхідно зазначити, що проблема обліку витрат структурних підрозділів будівельних організацій, яка є досить актуальною, розглянута тільки інземним автором Дж. Стівеном.

Постановка завдання. З вищевикладеного випливає, що в існуючій літературі не знайдено опису методик обліку та аналізу господарської діяльності

будівельних підприємств, що включає порядок відображення операцій на рахунках бухгалтерського обліку з накопичення витрат і закриття рахунків, що дає можливість впровадження елементів нормативного обліку. Таким чином, нині не існує повної і детальної методики обліку та аналізу господарської діяльності будівельних підприємств, що і визначило мету і завдання даного дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин досягти стабільності може лише таке підприємство, де обліку приділяється достатня увага. На думку більшості авторів, якісну і корисну інформацію керівник підприємства може отримати тільки із системи бухгалтерського обліку, яка повинна забезпечувати спостереження, узагальнення, аналіз та оцінку поточних даних. Тільки за допомогою бухгалтерського обліку можна управляти витратами, що необхідно для ефективної роботи підприємства. Наявність повної, своєчасної і коректної інформації про діяльність підприємства може бути базою для прийняття грамотних управлінських рішень, що сприяють досягненню поставлених цілей підприємства.

Необхідно відзначити, що нині в літературі відсутня чітке розуміння значення, мети, завдань і відмінних рис бухгалтерського обліку від фінансового та управлінського обліків. При вивченні даного питання було виокремлено три різні точки зору.

Перша група авторів (О.Н. Волкова, Н.П. Кондраков, М.А. Вахрушіна, Я.В. Соколов, Е.А. Аткинсон, К. Друрі, Рей Проктор та ін.) вважає, що бухгалтерський облік припинив існувати і дав життя двом напрямкам (залежно від користувачів) управлінського обліку – для внутрішніх користувачів і фінансового обліку для зовнішніх користувачів.

Представник другої групи авторів І.В. Аверчев говорить про те, що базисом фінансового обліку є управлінський облік, тобто «родоначальником» фінансового обліку є управлінський облік.

Представники третьої групи В.Ф. Палій, О.Б. Вахрушева, Ч. Хорнгрен та інші виділяють особливу область фінансового та управлінського обліків, яка знаходиться не на стику двох обліків, а є вихідною інформаційною базою для всіх видів обліку. Найменування даної області у авторів даної групи відрізняється, але зміст об'єднаний – це облікова інформація, заснована на обробці та систематизації даних про факти господарської діяльності.

На нашу думку, остання група авторів найбільш близька до дійсного розуміння сутності обліку і співвідношення двох видів обліку.

Перш за все, необхідно проаналізувати сутність поняття «облік господарської діяльності», тому що учені трактують його по-різному, таким чином, єдиного поняття досі не виведено.

Загальне поняття обліку є досить широким і багатограним. Загальноновизнаним є тлумачення поняття обліку у широкому його розумінні, котре охоплює спостереження, вимірювання та реєстрацію певних природних і суспільних явищ, пов'язаних з господарською діяльністю. У свою чергу господарська діяльність – це будь-яка діяльність, що пов'язана з виробництвом, обміном і споживанням матеріальних і нематеріальних благ.

Таким чином, облік господарської діяльності є системою збору, накопичення й обробки інформації для прийняття ефективних управлінських рішень [1].

М.Ю. Карпушенко зазначає, що облік господарської діяльності – це система впорядкованих дій зі

створення системи бухгалтерського обліку, що включає складання облікових регістрів і первинних носіїв облікової інформації, облікову політику підприємства, організацію облікового процесу [2, с. 6].

У свою чергу професор В.С. Лень наголошує, що облік господарської діяльності – це сукупність дій зі створення цілісної системи бухгалтерського обліку, підтримання і підвищення її організованості, функціонування якої спрямоване на забезпечення інформаційних потреб користувачів облікової інформації, включаючи вибір форм організації та формування матеріального й інформаційного забезпечення облікового процесу [3, с. 6].

На думку професора С.О. Левицької, облік господарської діяльності – це раціональна система відображення операцій і результатів діяльності з урахуванням економіко-організаційних особливостей підприємства, результати впровадження якої гарантують достовірність інформації, їхню повноцінність для прийняття оперативних та стратегічних рішень [4, с. 17].

Разом з тим професор Ф.Ф. Бутинець стверджує, що облік господарської діяльності – цілеспрямована діяльність керівників підприємства по створенню, постійному впорядкуванню та удосконаленню системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів.

Облік господарської діяльності – це система умов та елементів побудови облікового процесу з метою отримання достовірної та своєчасної інформації про діяльність підприємства і здійснення контролю за раціональним використанням виробничих ресурсів і готової продукції [5, с. 40].

На думку І.Б. Садовської, облік господарської діяльності – це кількісне відображення та якісна характеристика процесів господарської діяльності за допомогою спостереження, вимірювання і реєстрації з метою отримання правдивої й неупередженої облікової інформації, для контролю та управління суб'єктом господарювання [6].

Таким чином, на основі проведеного аналізу понятійного апарату нами сформульовано уточнене поняття обліку господарської діяльності.

Облік господарської діяльності – це встановлений певним чином процес формування системи даних про факти господарської діяльності підприємства за допомогою документації та інвентаризації, рахунків та подвійного запису, оцінки та калькуляції, балансу і звітності з урахуванням дотримання основоположних бухгалтерських принципів (припущень і вимог) з метою надання інформації, необхідної для аналізу, контролю та прийняття ефективних управлінських рішень.

Автори-обліковці, які розглядають методики обліку господарської діяльності на будівельних підприємствах (С.А. Верещагін, А.Ю. Грибков, Н.П. Дробішевський, Ф.Н. Філіна та ін.) та виділяють облікові проблеми, що існують у будівництві, не пропонують шляхів їх вирішення.

Деякі з них при описі галузевої специфіки обліку обмежуються розглядом особливостей будівельної галузі, а методика обліку господарської діяльності у них носить загальний характер. Інші автори підімають облікові проблеми, але не дають конкретного механізму їх вирішення.

Фахівці в області управлінського обліку (М.А. Вахрушіна, Н.А. Волкова, В.Ф. Палій, Я.В. Соколов, В.Е. Керімов, К.П. Янковський, І.В. Аверчев, К. Друрі, Ч. Хорнгрен та інші), описуючи різні методи обліку господарської діяльності, у

свою чергу не приділяють уваги специфіці будівельних підприємств.

Тому була проведена робота з оцінки можливості застосування існуючих методів на будівельних підприємствах та аналізу специфічних питань, у результаті чого були сформульовані і виділені актуальні проблеми обліку будівельних підприємств (табл. 1).

Таблиця 1
Актуальні проблеми обліку будівельних підприємств

№	Сутність проблеми
1	Достовірність визначення фінансового результату діяльності будівельних підприємств
2	Складність оцінки залишків незавершеного виробництва
3	Труднощі виявлення відхилень у вартості витрачених ресурсів
4	Відсутність обґрунтованого підходу до визначення джерела покриття накладних витрат
5	Необхідність застосування ефективних механізмів управління на основі визначення ключових показників ефективності для будівельних підприємств
6	Відсутність системного підходу до розподілу витрат при формуванні собівартості будівельної продукції за встановленими критеріями
7	Спотворення структури собівартості об'єктів при обліку витрат за субпідрядними організаціями
8	Складність формування в обліковій системі порівнянної собівартості будівельної продукції у частині витрат на придбання меблів та обладнання
9	Необхідність прямого розподілу окремих видів накладних витрат між об'єктами
10	Необхідність встановлення єдиної бази розподілу накладних витрат для будівельних підприємств

Таким чином, необхідно зазначити, що стає необхідним визначити та розробити необхідну ефективну методику обліку та аналізу для управління господарською діяльністю будівельного підприємства.

Ефективна методика реалізує собою принципово новий підхід до управління господарською діяльністю будівельних підприємств, що полягає у з'єднанні економічної бази, методу бухгалтерського обліку, та елементів управлінського аналізу, а також особливому характері їхнього взаємозв'язку.

Метою розробки ефективної методики обліку й аналізу для управління господарською діяльністю будівельних підприємств є формування системи

даних про факти господарської діяльності підприємства та управління будівельними замовленнями, що дозволяють здійснювати контроль і приймати ефективні управлінські рішення в умовах конкуренції на будівельному ринку.

Висновки. Ефективна методика обліку й аналізу для управління господарською діяльністю будівельного підприємства дозволить:

- формувати економічні об'єктивні показники, у тому числі ключові показники ефективності для підвищення ефективності діяльності будівельного підприємства;

- здійснювати загальний контроль над величиною спожитих ресурсів, а також у разі виявлення відхилень на певних етапах приймати управлінські рішення щодо скорочення негативних наслідків перевитрати ресурсів шляхом виявлення резервів зниження собівартості робіт у рамках укладеного договору;

- накопичувати інформацію про повну собівартість робіт і величину маржинального прибутку, що необхідно для прийняття рішень з укладення нових договорів;

- зіставляти витрати за різними об'єктами для використання інформації при визначенні вартості об'єктів-аналогів, визначати вартість нових об'єктів шляхом створення бази об'єктів-аналогів;

- оцінювати ефективність роботи допоміжних структурних підрозділів, а також приймати рішення про доцільність їх подальшої роботи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Максимова В.Ф. Бухгалтерський облік : підручник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 6.050100 «Облік і аудит» – Одеса : ОНЕУ, 2012. – 670 с.
2. Карпушенко М.Ю. Організація обліку : навч. посіб. / М.Ю. Карпушенко ; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2011. – 239 с.
3. Організація бухгалтерського обліку. Навчальний посібник / За ред. В.С.Леня. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 696 с.
4. Кужельний М.В. Організація обліку: підручник / М.В. Кужельний, С.О. Левицька. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
5. Організація бухгалтерського обліку : підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / За ред. проф. Ф.Ф. Бутиця. – 3-є вид., доп. і перероб. – Житомир : ПП «Рута», 2002. – 592 с.
6. Садовська І.Б. Бухгалтерський облік [текст] : навч. посіб. / І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 688 с.

УДК 638.57.151.6

Котковський Р.В.

*здобувач кафедри обліку й аудиту підприємницької діяльності
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету*

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті показано місце бюджетування у системі стратегічного планування промислових підприємств, наведено принципи, функції та етапи процесу бюджетування на підприємствах. Особливу увагу приділено визначенню рівнів суб'єктів бюджетування з метою підвищення ефективності управління підприємством. Зроблено висновок про тісний зв'язок бюджетування з фінансовою структурою підприємства, який будується на основі принципів децентралізації управління останнім.

Ключові слова: бюджетування, принципи, функції, підприємство, бюджет, контроль, управлінський облік.

Котковский Р.В. БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье показано место бюджетирования в системе стратегического планирования промышленных предприятий, приведены принципы, функции и этапы процесса бюджетирования на предприятиях. Особое внимание обращено на определение уровней субъектов бюджетирования с целью повышения эффективности управления предприятием. Сделан вывод о тесной связи бюджетирования с финансовой структурой предприятия, который основан на принципах децентрализации управления последним.

Ключевые слова: бюджетирование, принципы, функции, предприятие, бюджет, контроль, управленческий учет.

Kotkovskyy R.V. BUDGETING MANAGEMENT ACCOUNTING AS THE BASIS FOR INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article shows the location of budgeting in the strategic planning of industrial enterprises, are the principles, functions and stages of the budgeting process in enterprises. Particular attention is paid to determining the level of the budgeting in order to improve management. The conclusion of a close relationship with budgeting financial structure of the enterprise, which is based on the principles of decentralization last.

Keywords: budgeting, principles, functions, budget, enterprise, control, managerial accounting.

Постановка проблеми. Нинішній етап розвитку економічної системи пов'язаний зі значним зниженням прибутковості промислових підприємств. Це змушує підприємства боротися з витратами і шукати нові інструменти управління, які дозволили б поліпшити конкурентні переваги їхньої продукції. Одним із таких інструментів управління є система управлінського обліку та бюджетування.

Можливість інтеграції управлінського обліку та його аналітичного забезпечення у систему управління підприємством загалом – це питання наукових досліджень, яке залишається актуальним, потребує додаткового вивчення та вдосконалення. Проблема поглиблення інформативності управлінського обліку, посилення його оперативності та взаємозв'язку із бюджетуванням у процесі стратегічного управління підприємством є предметом дискусії на сторінках широкого кола наукових праць.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних, прикладних аспектів, а також різноманітних проблемних питань з управлінського обліку присвятили свої наукові праці і публікації багато зарубіжних учених (І. Ансофф, К. Друрі, Р. Ентоні, Е. Маєр, Р. Манн, Г. Мюллер, Б. Райан, Дж. Ріс, Дж. Фостер, Ч. Хорнгрен), а також вітчизняних науковців, серед яких Ф.Ф. Бутинець, О.Є. Власова, П.М. Гарасим, С.Ф. Голов, Л.Д. Забродська, В.С. Кубарева, І.С. Левик, Є.В. Мних, Л.В. Нападовська, І.Д. Фаріон, М.Г. Чумаченко, А.В. Шайкан, В.Р. Шевчук та ін. Вивчали і досліджували питання бюджетування на підприємствах такі вчені: Банкер Раджив Д., Роберт Каплан, Ерик Хелферт, В. Хліпальська, В. Савчук, М. Колесник, Е. Добровольський, Б. Карабанов, П. Боровков, Е. Глухов, Е. Бреслав, Н.В. Касаткіна, А.Н. Шамрай, І. Запорожець.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зауважити, що зазначену тематику розвивають не лише досвідчені фахівці, а вона

набуває дедалі більшого поширення серед наукових інтересів молодих дослідників і становить основу багатьох сучасних розробок. Аналіз останніх наукових публікацій з окреслених питань свідчить про те, що об'єктом широкої дискусії є доцільність та можливість інтеграції завдань і функцій управлінського обліку та його аналітичного забезпечення у системі управління підприємством загалом. Тому дослідження проблематики такого роду було і залишається актуальним, потребує додаткового опрацювання та уваги наукової спільноти.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення місця бюджетування в загальній системі управління підприємством та обґрунтування шляхів його запровадження у взаємозв'язку з управлінським обліком на підприємствах. Для досягнення зазначеної мети необхідно виконати низку завдань, серед яких: визначення принципів, функцій та етапів процесу бюджетування на підприємствах; вивчення ролі суб'єктів бюджетування у підготовці бюджетів; дослідження рівнів суб'єктів бюджетування з метою підвищення ефективності управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Застосування бюджетування дає промисловим підприємствам можливість планувати фінансові показники і відстежувати стан справ усіх структурних підрозділів на основі зіставлення поточної інформації з фінансовими планами, що дозволяє контролювати доходи і витрати з чітким визначенням причин нераціонального використання грошових коштів. Окрім того, бюджетування допомагає змодельовати і прорахувати варіанти несприятливих ситуацій і на цій підставі своєчасно прийняти необхідні заходи [1].

У процесі постановки бюджетування необхідно провести на попередньому етапі бізнес-діагностику діяльності підприємства для отримання оцінки поточного стану структури і системи підприємства.

Після проведення діагностики варто розробити концепцію створення системи бюджетування, визначити цілі, завдання та принципи її побудови, склад і структуру системи (центри фінансової відповідальності, форми, регламенти). Для успішної постановки бюджетування паралельно впроваджується система управлінського обліку, у зв'язку з тим, що інформаційна база управлінського обліку використовується при складанні бюджетів з метою отримання прогностичних даних, для проведення порівняльних аналізів відхилень «план – факт», а також для здійснення контрольних функцій. Процес послідовності дій для реалізації поставлених цільових установок показано на рисунку 1.

Залежно від стратегічних цілей підприємства існують два варіанти побудови бюджетування «згори донизу» і «знизу вгору». Методика побудови основного бюджету «згори донизу» обумовлюється установкою керівництва підприємства певного стратегічного показника, який і закладається в систему бюджетів.

Протилежна схема побудови бюджетування, тобто «знизу вгору», передбачає побудову системи бюджетування, починаючи з бюджету продажів. На підставі обсягу планованих продажів і відповідних їм витрат виходять певні фінансові показники діяльності підприємства.

Впровадження системи бюджетування приносить ефект, якщо воно буде засноване на загальнонаукових принципах планування [2]. Схематично принципи бюджетування зображені на рисунку 2.

Роль бюджетування у фінансовому менеджменті визначається функціями бюджету, які найбільш повно сформульовані професором А.Д. Шереметом і зображені на рисунку 3.

Вищеперераховані функції знаходяться в залежності від фази формування та реалізації бюджетів, а також етапів бюджетування. В узагальненому вигляді етапи бюджетування можна представити у такому вигляді (рис. 4).

Як видно з рисунка 4, для координації роботи різних служб щодо розроблення та затвердження основного та операційних бюджетів на попередньому етапі необхідно створення Бюджетного комітету, до складу якого можуть увійти фахівці, що відіграють ключову роль при плануванні діяльності підприємства. Керівником комітету призначається директор по бюджету або бюджетний координатор.

Суттєвим моментом у бюджетуванні є регламенти, які фіксуються у Положенні про бюджетування, що розробляється підприємством самостійно. У системі бюджетування слід виділити категорії об'єкта, суб'єкта і рівнів (суб'єктів) бюджетування, як це пропонується Б.Т. Жарилгасовою [4, с. 9] у монографії, у якій дано наукові визначення вищезазначеним категоріям і говориться, що об'єктом бюджетування виступають доходи і витрати організації у вигляді фінансових потоків виробничого та реалізаційного характеру.

Суб'єктами бюджетування є бюджетна комісія (комітет) та відділи, що готують бюджети служб і всього підприємства в цілому та елементів фінансової структури. Суб'єкти бюджетування поділяються на кілька рівнів (рис. 5).

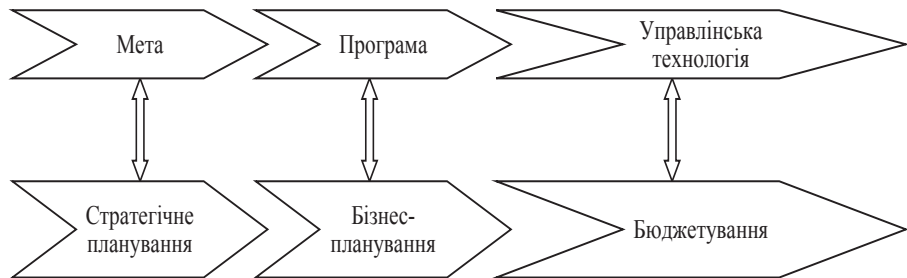


Рис. 1. Схема послідовності процесів стратегічного планування

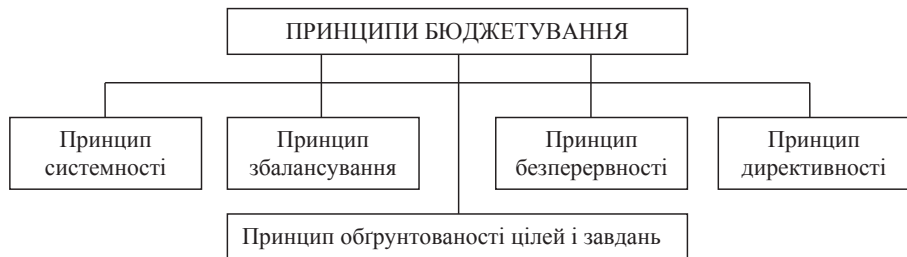


Рис. 2. Принципи бюджетування

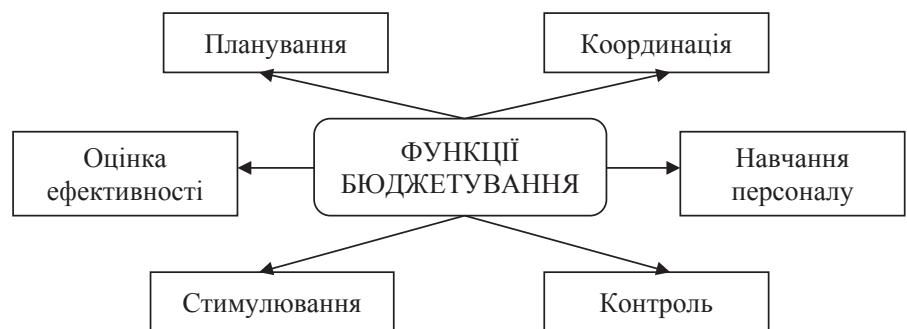


Рис. 3. Функції бюджетування [3]

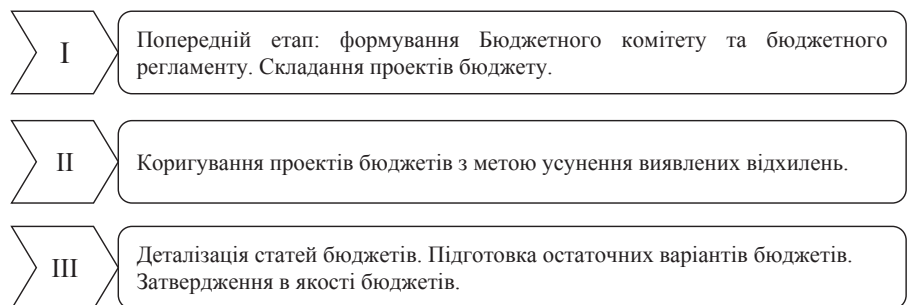


Рис. 4. Етапи бюджетування

Бюджетування тісно пов'язане із фінансовою структурою підприємства і будується на основі принципів децентралізації управління. Делегування відповідальності за фінансові результати діяльності суб'єкта господарської діяльності проводиться від вищих до нижчих рівнів суб'єктів бюджетування, що дозволяє підвищити ефективність управління.

Процес бюджетування починається з формування фінансової структури – центрів фінансової відповідальності (ЦФО). До них можна віднести центри прибутку – підрозділи, які заробляють прибуток, центри інвестицій і центри витрат. Бюджети ЦФО являють собою перелік доходів (витрат) за усіма операціями, які буде вести ЦФО у планованому періоді.

Центри відповідальності можуть вибудовуватися в іншому порядку, ніж організаційна структура. Окремі підрозділи можуть бути об'єднані в єдиний фінансовий центр обліку, а в рамках одного підрозділу можуть бути виділені різні центри обліку (наприклад, за видами продукції або напрямками діяльності). Для оцінки ефективності діяльності цих підрозділів розробляються різні системи критеріїв залежно від категорій центрів обліку.

Так як бюджетування – це фінансове планування діяльності підприємства на основі складання бюджетів, то бюджет підприємства можна визначити як основний інструмент управління фінансами в системі бюджетування. На думку авторів [5, с. 7-8], бюджет необхідно «розглядати в двох значеннях: вузькому і широкому». У вузькому сенсі бюджет являє собою фінансовий план, розроблений на початковій стадії впровадження системи бюджетування. У широкому сенсі розуміння терміна можна віднести безліч окремих взаємопов'язаних бюджетів, що утворюють зведений основний бюджет.

Згідно із концепцією К.В. Щіборща, основний (зведений) бюджет складається із трьох бюджетів першого рівня – операційного, інвестиційного і фінансового бюджетів [6, с. 15]. Однак у галузях економіки, як слушно стверджує Б.Т. Жарилгасова, «найбільш ефективною є методика бюджетування, згідно з якою основний бюджет підприємства являє собою сукупність, до складу якої входять два блоки бюджетів: операційний і фінансовий» [4, с. 6]. Операційний блок складається із бюджетів продажів і виробничого бюджету. Виробничий бюджет включає у себе прямі витрати на матеріали, загальновиробничі накладні витрати, прямі витрати на оплату праці; а також бюджети виробничої собівартості продукції, комерційних та управлінських витрат, бюджет повної собівартості реалізованої продукції, бюджети

прибутку (збитків) і виробничих запасів. Фінансовий блок складається із бюджету руху грошових коштів, інвестиційного бюджету і бюджетного балансу.

Технологія бюджетування дозволяє узгодити діяльність внутрішніх підрозділів і підпорядкувати її загальній стратегічній меті, сприяє створенню наскрізної системи функціональних бюджетів за елементами витрат, за центрами відповідальності, що підвищує ефективність і конкурентоспроможність підприємства. До формування графіка складання бюджетів для кожного центру обліку приступають після виявлення обсягу збору бюджетної інформації при вже розробленій фінансовій структурі. Бюджет розробляється на певний проміжок часу, який називається бюджетним періодом. Особливу увагу в процесі бюджетної роботи приділяють переліку статей бюджетів, прогнозній оцінці розвитку ситуації та програмній забезпеченості (з розрахунку, що інформаційна база бухгалтерських програм автоматично потрапляє в програмний продукт бюджетування).

У процесі розробки бюджетів використовується такі поняття, як нормативи, бюджетні завдання, дані управлінського обліку. Нормативи являють собою розрахункові величини, виражені в натуральній або вартісній формі, в абсолютних або відносних показниках, що використовуються для планування та управління діяльністю підприємства. Бюджетними завданнями є значення показників, які необхідно досягти. Дані управлінського обліку відображають стан активів підприємства на певний момент часу.

До передачі розробленого бюджету на виконання його розглядає низка суб'єктів різних рівнів, на кожному з яких він узгоджується і коригується. Система контролю є важливою частиною бюджетування, яка полягає не тільки у своєчасному поданні бюджетних даних і створенні бюджетів, а й в аналізі відхилень фактичних значень бюджетних статей від запланованих показників. На базі аналізу відхилень приймаються відповідні управлінські рішення.

Висновки. З наведеного вище можна зробити такі висновки.

Бюджетування являє собою складову частину фінансового планування, результати якого оформляються системою бюджетів, узгоджених за напрямками діяльності та підрозділами підприємства. Бюджетне планування і контроль як інструментарій управлінського обліку здатні забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність підприємств за рахунок зниження витрат, підвищення якості бізнес-процесів, прийняття оптимальних управлінських рішень і досягнення стратегічних цілей виходячи з обмеженого набору засобів і ресурсів.

Управлінський облік сприяє здійсненню організаційної роботи шляхом створення і вдосконалення ефективної системи обміну інформацією та пов'язує обліковий процес із управлінням підприємством на його шляху до успішної реалізації стратегії.

Водночас питання запровадження, взаємозв'язку та ефективного функціонування на підприємстві систем стратегічного управлінського обліку, а також бюджетування як обліково-аналітичної бази стратегічного управління залишається предметом наукової дискусії та потребує подальшого вивчення і вдосконалення.

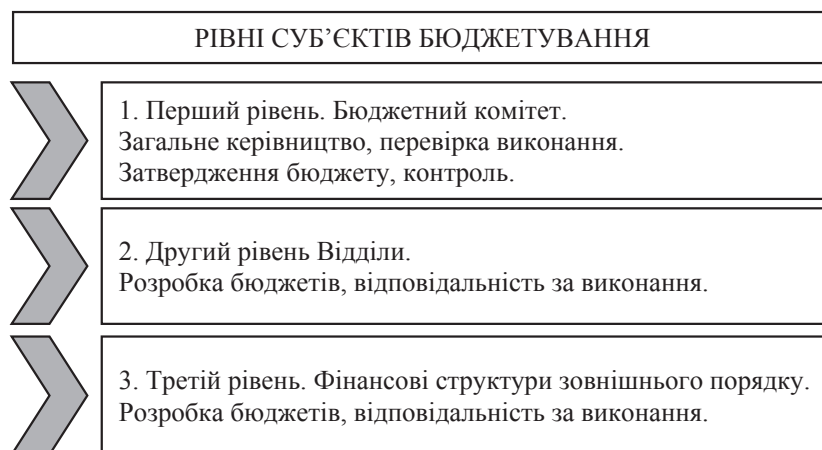


Рис. 5. Рівні суб'єктів бюджетування

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Геращенко І.О. Бюджетування як сучасний метод управління собівартістю продукції в ринкових умовах [Текст] / І.О. Геращенко // Науково-технічний збірник. Комунальне господарство міст. – 2011. – № 98. – С. 281-287.
2. Іщенко Н.А. Організація бюджетування в системі фінансового планування на підприємстві [Електронний ресурс] / Н.А. Іщенко // Збірник наукових праць Кіровоград. нац. тех. ун-ту. Економічні науки. – 2011. – № 19. – Режим доступу : http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/Npkntu_e/2011_19/42.pdf.
3. Шеремет А.Д., Волков И.М., Шапигузов С.М. Управленческий учет : учеб. пособие / Под ред. А.Д. Шеремета. – М. : ФБК-ПРЕСС, 1999. – 512 с.
4. Жарылгасова Б.Т. Бюджетирование и экономический контроль финансовых результатов сельскохозяйственных организаций: методология. – М. : ИКФ Каталог, 2006. – 106 с.
5. Аньшин В.М., Царьков И.Н., Яковлева А.Ю. Бюджетирование в компании. – М. : Дело, 2005. – 240 с.
6. Циборщ К.В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России. – М. : Дело и Сервис, 2004. – 592 с.

УДК 657:336.226.322

Мезенцева Н.М.*кандидат економічних наук,
доцент Криворізького факультету
Запорізького національного університету***Нікульникова Т.Г.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту підприємницької діяльності
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету***ПАРАДИГМА СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО АДМІНІСТРУВАННЯ
ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ В УКРАЇНІ**

Стаття присвячена проблемі впровадження системи електронного адміністрування податку на додану вартість в умовах нестабільної економічної та політичної ситуації в Україні. Перехідний період її функціонування наглядно продемонстрував недосконалість та економічну необґрунтованість даного нововведення для бізнесу. Питання функціонування електронного адміністрування ПДВ необхідно розглядати в комплексі з реальним станом справ в державі, з усіма показниками і тенденціями соціально-економічного розвитку, включаючи об'єктивний аналіз якості умов підприємницької діяльності в Україні.

Ключові слова: система електронного адміністрування податку на додану вартість, електронний рахунок, оборотний капітал, податкова накладна, реєстр.

Мезенцева Н.Н., Никульникова Т.Г. ПАРАДИГМА СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ В УКРАИНЕ

Статья посвящена проблеме внедрения системы электронного администрирования налога на добавленную стоимость в условиях нестабильной экономической и политической ситуации в Украине. Переходный период ее функционирования наглядно продемонстрировал несовершенство и экономическую необоснованность данного нововведения для бизнеса. Вопрос функционирования электронного администрирования НДС необходимо рассматривать в комплексе с реальным состоянием дел в государстве, со всеми показателями и тенденциями социально-экономического развития, включая объективный анализ качества условий предпринимательской деятельности в государстве.

Ключевые слова: система электронного администрирования налога на добавленную стоимость, электронный счет, оборотный капитал, налоговая накладная, реестр.

Mezenceva N.M., Nykulnykova T.G. THE PARADIGM OF THE E-TAXATION SYSTEM OF THE VALUE ADDED TAX

The article deals with the formation of the e-taxation system of the value added tax in fickle and unstable economic and political conditions in Ukraine. The transition period of its functioning shows us imperfection and economic weakness of this innovation. The question about functioning the e-taxation system of the value added tax must be studied in the complex with real situation in the country and socio-political development trends including objective analysis of business activities in Ukraine.

Keywords: e-taxation system of the value added tax, electronic account, working capital, tax bill, registry.

Постановка проблеми. З 1 січня 2015 р. вступили у силу положення Податкового кодексу України щодо впровадження системи електронного адміністрування податку на додану вартість. На сьогодні дана новація спричинила низку проблем для бізнесу, глибина яких свідчить про недосконалість та суперечливість системи. По-перше, існують технічні проблеми використання програмного забезпечення системи електронного адміністрування, платники податку та контролюючі органи ще не пристосувалися до системи електронного адміністрування, не готові до застосування передбаченої пунктом 2001.3 Податкового

кодексу України [1] формули під час реєстрації податкових накладних, розрахунків коригування до податкових накладних та функціонування системи електронного адміністрування на постійній основі.

По-друге, система є непристосованою до низки галузей народного господарства, зокрема, у сфері енерго- та газопостачання, зв'язку, сільського господарства, а також для платників, що мають розгалужену мережу філій/відокремлених підрозділів.

По-третє, алгоритм розрахунку реєстраційної суми, на яку платник податку має право зареєструвати податкову накладну та розрахунок коригування

до податкової накладної в Єдиному реєстрі податкових накладних, є економічно некоректним і призводить до відтоку оборотних коштів підприємств.

По-четверте, ускладнено роботу бухгалтерів в розрізі обліку стану електронного рахунку на рахунках бухгалтерського обліку та постійної необхідності контролювати його стан.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних умовах в Україні використання електронних документів є невід'ємною частиною функціонування господарських одиниць. Але їх використання в бухгалтерському обліку, інформаційному підґрунті прийняття управлінських рішень господарського та фінансового характеру досить обмежене, що зумовлене недосконалістю українського законодавства з цього питання. Проблема електронного документообігу розглянута в працях М. Білуги, Т. Микитенка, І.В. Курташової [2]. Зміст поняття податкового адміністрування в Україні досліджувався такими вченими, як: В.Л. Андрущенко, П.К. Бечко, В.П. Вишневський, Т.О. Дулік, І.П. Житня, Т.І. Єфіменко, А.І. Крисоватий, Т.Д. Ліпихіна, В.М. Мельник, Л.Я. Новосад, С.П. Позняков, В.В. Попова, Т.О. Проценко, А.О. Селіванов та ін.

Разом з тим і до сьогодні в численних публікаціях не сформовано єдиних поглядів відносно зазначеної категорії, теорії і практики податкового адміністрування. Всебічному дослідженню інформаційних систем та технологій у бухгалтерському та податковому обліку присвячені праці таких учених, як: С.В. Івахненко, Ю.А. Кузьмінський, Ю.А. Литвин, М.С. Пушкар, О.А. Долгих, Т.А. Крушельницька, П.В. Мельник, Л.О. Матвейчук, А.М. Новицький, Л.Л. Тарангул, В.О. Осмятченко, С.П. Ріпа та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Світові економічні стандарти вимагають впровадження у життя системи електронного адміністрування, але воно повинно бути поступовим та економічно обґрунтованим не тільки для держави, але й для бізнесу, адже сучасні системи потрібні для того, щоб спростувати, а не ускладнювати діяльність господарських одиниць.

Мета статті полягає у всебічному розгляді та оцінці впливу системи електронного адміністрування податку на додану вартість в Україні на фінансову діяльність підприємств, дослідженні особливостей обліку і складання звітності за податком на додану вартість в контексті законодавчих інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективне функціонування підсистеми адміністрування податків потребує чіткості визначення понятійного апарату для ідентифікації даної категорії із урахуванням особливостей розвитку податкової системи України та результатів накопиченого вітчизняного й зарубіжного досвіду. Аналіз існуючих поглядів на визначення адміністрування податків дозволяє стверджувати про відсутність єдиних підходів до трактування його сутності та висвітлення особливостей функціонування.

Електронне адміністрування ПДВ є однією з основних сфер електронного документообігу в Україні. Питання електронного адміністрування ПДВ є надзвичайно актуальними, оскільки система електронного адміністрування ПДВ запрацювала в Україні з 1 січня 2015 р. у тестовому режимі, а з 1 липня – повноцінно, що накладає обов'язок на підприємства – платників ПДВ дотримуватись нових вимог обліку сум податку на додану вартість:

1. Усі податкові накладні та розрахунки коригування до податкових накладних повинні бути

складені в електронному вигляді та зареєстровані в Єдиному реєстрі податкових накладних не пізніше п'ятнадцяти календарних днів, наступних за датою їх складання [1].

2. Реєстрація податкових накладних та розрахунків коригування до податкових накладних з 1 липня відбувається у межах реєстраційного ліміту.

Вхідний ПДВ можна включити до складу податкового кредиту тільки за умови, що такі податкові накладні будуть зареєстровані у ЄРПН. У першому півріччі 2015 р. з цим не було значних проблем. Єдине, що вимагалось від постачальника – правильно скласти податкову накладну і своєчасно зареєструвати її в ЄРПН, а якщо були якісь помилки – виписати розрахунок-коригування і теж його зареєструвати.

А ось у другому півріччі у постачальника при реєстрації податкової накладної можуть виникнути проблеми. Йому на заваді може стати так званий реєстраційний ліміт. Сума такого ліміту повинна бути не менша суми ПДВ у податковій накладній, що реєструється. Реєстраційний ліміт розраховується в автоматичному режимі, на основі даних, які поступають в ЄРПН: факту реєстрації податкових накладних та розрахунків коригування до податкових накладних постачальниками; даних, які надходять від митників; даних, які отримуються під час опрацювання декларацій з ПДВ, а також суми коштів, які поступають на електронний спецрахунок. Таке нововведення потребує щоденного управлінського обліку та контролю сум реєстраційного ліміту, адже несвоєчасна реєстрація податкових накладних та розрахунків коригування до них з 1 жовтня 2015 р. тягне за собою накладання чималого штрафу на підприємство, крім того, може лишити своєчасного податкового кредиту покупців та замовників, що, звичайно, вплине на попит.

3. Згідно з п. 35 підрозділу 2 розділу XX Податкового кодексу України, при порушенні термінів реєстрації в ЄРПН податкових накладних та розрахунків коригування, складених до 1 жовтня 2015 р., не застосовуються штрафні санкції, визначені п. 1201.1 розділу II ПКУ.

З 1 жовтня 2015 р. штрафи за порушення платниками податку термінів реєстрації податкових накладних в ЄРПН застосовуватимуться у таких розмірах:

- 10% від суми ПДВ, зазначеної в податкових накладних/розрахунках коригування, – у разі порушення терміну реєстрації від 1 до 15 календарних днів;

- 20% від суми ПДВ, зазначеної в податкових накладних/розрахунках коригування, – у разі порушення терміну реєстрації від 16 до 30 календарних днів;

- 30% від суми ПДВ, зазначеної в податкових накладних/розрахунках коригування, – у разі порушення терміну реєстрації від 31 до 60 календарних днів;

- 40% від суми ПДВ, зазначеної в податкових накладних/розрахунках коригування, – у разі порушення терміну реєстрації на 61 і більше календарних днів;

- 50% від суми ПДВ, зазначеної в податкових накладних/розрахунках коригування, – у разі порушення терміну реєстрації постачальником протягом 180 календарних днів та втратою права покупця на формування податкового кредиту [1].

4. Створення електронного рахунку системи електронного адміністрування ПДВ. Рахунок в автоматичному режимі відкриває Казначейство на підставі

даних ДФС та сповіщає про це платника податків. Відкриття та обслуговування електронних рахунків здійснюється на безоплатній основі, так само як і надання інформації про рух коштів на них (за відповідним запитом платник податків) без обмеження в кількості запитів і в часі. До проблемних аспектів можна віднести нормативно не врегульовані питання по здійсненню обслуговування цього рахунку, періодичності виписок банку, строкам внесення сум ПДВ за готівковими і бартерними розрахунками, відповідальності перед підприємством за неперерахування платежів. Якщо коштів на рахунку не вистачає для реєстрації податкової накладної (підприємство вичерпало податковий кредит або постачальники ще не зареєстрували податкову накладну), то підприємство може поповнити свій рахунок за рахунок власних коштів, що фактично призводить до зменшення оборотних активів підприємства та показника швидкої ліквідності, що негативно вплине на діяльність будь-якого підприємства.

Фактично ПДВ-рахунок – це гривневий рахунок, який суттєво відрізняється від банківських рахунків підприємства, для фіксації даних для яких застосовують синтетичний рахунок 31 «Рахунки в банках», який відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [3] призначено для обліку наявності та руху грошових коштів, що знаходяться на рахунках в банку, які можуть бути використані для поточних операцій. Грошові кошти, що знаходяться на вищевказаному рахунку, не можуть бути спрямовані на такі операції, вони не такі ліквідні, як на синтетичному рахунку 31 «Рахунки в банках». Їх використання обмежено, тобто цей рахунок для таких операцій не підходить. Тому рекомендується підприємству для відображення коштів на електронному рахунку у системі електронного адміністрування ПДВ відкрити субрахунок 336 «Спеціальний рахунок з ПДВ».

5. Обов'язкове подання податкової звітності з ПДВ в електронній формі, складання декларації з податку на додану вартість відбувається за новими правилами. Виникає питання щодо доцільності складання Декларації з податку на додану вартість, оскільки всі податкові накладні та розрахунки коригування до них реєструються через Державну фіскальну службу.

Отже, платники податку на додану вартість зіткнулися з низкою проблем та перешкод на шляху їх господарської діяльності у зв'язку із впровадженням системи електронного адміністрування ПДВ.

Посилили правила повернення коштів з рахунку в системі електронного адміністрування. Так, відповідно до п. 2001.5 ПКУ кошти з рахунку в системі електронного адміністрування перераховують на поточний рахунок платника податків за його заявою, яку подає в контролюючий орган у складі декларації з ПДВ, у розмірі суми коштів, що перевищує суму задекларованих до сплати до бюджету податкових зобов'язань і суми податкового боргу з ПДВ. Але тепер таке перерахування можливе тільки в разі відсутності перевищення суми ПДВ, вказаної у виданих податкових накладних, складених у звітному періоді і зареєстрованих в ЄРПН, над сумою податкових зобов'язань з ПДВ за операціями постачання товарів/послуг, задекларованих в декларації з ПДВ у цьому ж звітному періоді.

Очевидно, порівнююватись будуть суми ПДВ, вказані в оформлених постачальником податкових

накладних, зі значенням ряд. 9 «Усього податкових зобов'язань (сума значень рядків (1.1 + 1.2 + 7 + 8 (- чи +)) колонки Б)» декларації з ПДВ за цей же звітний період.

Також в оновленій редакції п. 201.10 ПКУ передбачено два нововведення. Тепер є можливість надати заяву зі скаргою не лише на постачальника, але й на покупця, який порушив порядок заповнення та/або порядок реєстрації в ЄРПН розрахунку коригування (у разі зменшення суми компенсації товарів/послуг).

Крім того, строк подання такої заяви зі скаргою на постачальника або покупця продовжено до 365 календарних днів, наступних за граничним терміном подання податкової декларації за звітний період, в якому не надано податкову накладну або порушено порядок її заповнення та/або порядку реєстрації в ЄРПН (раніше цей строк становив 60 календарних днів). Але така скарга не надає платнику податку можливості та підстав для включення таких сум до податкового кредиту, що свідчить про недоречність та сумнівність даної норми.

Виключено деякі обов'язкові реквізити податкової накладної. Зокрема, йдеться про такі реквізити: місцезнаходження юридичної особи – продавця або податкова адреса фізичної особи – продавця, зареєстрованої платником ПДВ; вид цивільно-правового договору.

Із цього приводу ДФСУ в листі від 29.07.2015 р. № 27651/7/99-99-19-03-02-17 повідомила, що в податкових накладних/розрахунках коригування, складених з 29.07.2015 р., платники можуть не заповнювати в їх заголовній частині поля реквізитів, які не визначені п. 201.1 ПКУ як обов'язкові, а саме: місцезнаходження (податкова адреса продавця); місцезнаходження (податкова адреса покупця); номер телефону (продавця і покупця); вид цивільно-правового договору, його номер і дата; форма проведених розрахунків [4]. Отже, не надає права покупцеві на включення сум ПДВ до податкового кредиту; відсутність факту реєстрації платником-продавцем товарів/послуг податкових накладних в ЄРПН та/або порушення порядку заповнення обов'язкових реквізитів податкової накладної, передбачених п. 201.1 ПКУ [1]. Одразу виникає питання щодо доцільності існуючої форми податкової накладної. На наш погляд, в умовах електронного документообігу та ідентифікації підприємств за ПІН суттєвими реквізитами податкової накладної є ПІН продавця та покупця, дата та номер податкової накладної, назва господарської операції, сума операції без податку на додану вартість, сума податку на додану вартість та загальна сума.

Цікавим та суперечливим залишається питання бюджетного відшкодування ПДВ. Якщо різниця між сумою податкового зобов'язання і податкового кредиту позитивна, то її негайно треба заплатити в бюджет, а от якщо негативна, то з бюджету різниця у такому ж порядку не відшкодовується. Цю різницю треба довго враховувати, переносити з одного рядка Податкової декларації з ПДВ в іншу і чекати, коли це від'ємне значення буде перекрито позитивним, або проходить перевірку на право отримання грошей з бюджету.

Але і позитивний результат такої перевірки ще не гарантує, що гроші підприємства повернуть. Ось і накопичуються у підприємства такі негативні значення і суми невідшкодованого податку.

Що стосується виробників сільськогосподарської продукції «спецрежимників», то ключовим моментом стало введення окремих електронних рахунків,

призначених для перерахування коштів на спеціальні рахунки для сільгоспвиробників. Такі електронні рахунки, по суті, є «транзитними» і виконують роль своєрідного буфера між «звичайними» електронними рахунками та спеціальними рахунками, на яких акумулюється «пільговий» ПДВ.

Висновки. Протягом тестового періоду система електронного адміністрування ПДВ в Україні ускладнила життя платників податку на додану вартість, що підтверджується численними недоліками в її роботі. Для виправлення існуючих проблем, по-перше, потрібно продовжити дію тестового режиму на один рік, оскільки реформування потрібно проводити поетапно, щоб зменшити тиск на підприємців. Продовження тестового режиму системи електронного адміністрування ПДВ повинно супроводжуватись тимчасовою відміною штрафних санкцій за несвоєчасну реєстрацію податкових накладних. Електронні системи завжди призначені для спрощення обліку, але запровадження електронних податкових накладних не зробило облік ПДВ менш трудомістким. Адже бухгалтеру все одно доводиться перевіряти реквізити заповненої податкової накладної. На наш погляд, факт реєстрації податкової накладної, якщо господарська операція відбулася по факту першої події, повинен бути достатнім для включення даної накладної до податкового кре-

диту, якщо сума податку на додану вартість вказана вірно. Отже, вважаємо, що доцільно внести зміни до форми податкової накладної в розрізі максимального скорочення непотрібних інформаційних реквізитів. Це може стати першим кроком для відміни податкової декларації з податку на додану вартість, адже податківці тепер мають доступ до всіх податкових накладних. Сплата податкового зобов'язання з податку на додану вартість може відбуватись за даними Єдиного реєстру податкових накладних. Особливу увагу слід приділити питанням відшкодування та повернення коштів із спеціальних рахунків ПДВ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Податковий кодекс України зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon0.rada.gov.ua/>.
2. Пронь Н.О. Вимоги до електронних документів: міжнародна практика та досвід України / Н.О. Пронь // Збірник наукових праць НУДПС України. – 2012. – № 1. – С. 356–366.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 від 30.11.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon3.rada.gov.ua/>.
4. Лист ДФСУ від 29.07.2015 р. № 27651/7/99-99-19-03-02-17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.profiwins.com.ua/uk/letters-and-orders/gna/>.

ДЛЯ НОТАТОК

Наукове періодичне видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 14

Частина 2

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 18,14.
Замов. № 25/15. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.